

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH
TERHADAP PEMILIHAN PRODUK CICIL EMAS DI PT. BSI
CABANG PEMATANG SIANTAR**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Pada Program Studi
Perbankan Syariah*

Oleh :

**MILANIA ENDAH RAMADHANI
1701270034**



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2022**

Persembahkan

*Karya Ilmiah Ini Kupersembahkan Kepada
Keluargaku*

Ayahanda Lamin S. Pd

Ibunda Ningsih Damanik

Abangda Waskita Shandi Pratama

Adik Meisya Salsa Balbina

Adik Ragil Ahmad Juliansyah

*Yang tak henti-hentinya memanjatkan doa, demi
kesuksesan & keberhasilan diriku*

Motto:

*Sesulit apa pun rintangan untuk wisuda,
jika sudah berusaha pasti akan tercapai.
'Usaha tidak akan mengkhianati hasil'*

PERNYATAAN ORISINILITAS

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Milania Endah Ramadhani
NPM : 1701270034
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S-1)
Program Studi : Perbankan Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul: **“Faktor-Faktor Yang mempengaruhi Keputusan Nasabah Terhadap Pemilihan Produk Cicil Emas di PT. BSI Cabang Pematang Siantar”** merupakan karya asli saya. Jika kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini hasil dari plagiarism maka saya bersedia ditindak dengan peraturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Medan, 02 November 2022

Yang menyatakan



MILANIA ENDAH RAMADHANI

NPM: 1701270034

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH
TERHADAP PEMILIHAN PRODUK CICIL EMAS DI PT. BSI CABANG
PEMATANG SIANTAR**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Program Studi*

Perbankan Syariah



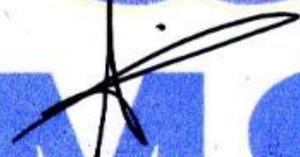
Oleh :

MILANIA ENDAH RAMADHANI

NPM: 1701270034

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

Pembimbing


Khairunnisa, S.E.I., M.M

UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya
FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

MEDAN

2022

**PERSETUJUAN
SKRIPSI BERJUDUL**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
NASABAH TERHADAP PEMILIHAN PRODUK CICIL EMAS
DI PT. BSI CABANG PEMATANG SIANTAR**



Oleh:

Milania Endah Ramadhani

NPM 1701270034

Telah Selesai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian skripsi

Medan, 02 November 2022

Pembimbing

UMSU

Khairunnisa, S.E.I., M.M

Unggul | Cerdas | Terpercaya
**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2022**

Medan, 02 November 2022

Lampiran : Istimewa
Hal : Skripsi a.n. Milania Endah Ramadhani
Kepada Yth : Bapak Dekan Fakultas Agama Islam UMSU
Di-
Medan

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh

Setelah membaca, meneliti dan memberi saran-saran penelitian sepenuhnya terhadap Skripsi Mahasiswa Milania Endah Ramadhani yang berjudul "FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH TERHADAP PEMILIHAN PRODUK CICIL EMAS DI PT. BSI CABANG PEMATANG SIANTAR", maka kami berpendapat bahwa Skripsi ini sudah dapat diterima dan diajukan pada Sidang Munaqasah untuk mendapat gelar Sarjana Strata Satu (I) Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Demikian Kami sampaikan, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh

UMSU

Pembimbing

Khairunnisa, S.E.I., M.M

Unggul | Cerdas | Terpercaya



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

Pusat Administrasi : Jalan Kapten Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 Fax. (061) 662347, 6631003
 Website : www.umsu.ac.id E-mail : rektor@umsu.ac.id

Bila menjawab surat ini agar disebutkan Nomor dan tanggalnya



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
 Fakultas : Agama Islam
 Program Studi : Perbankan Syariah
 Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Dr. Rahmayati, M.E.I
 Dosen Pembimbing : Khairunnisa, S.E.I., M.M

Nama Mahasiswa : **Milania Endah Ramadhani**
 Npm : **1701270034**
 Semester : **10**
 Program Studi : **Perbankan Syariah**
 Judul Skripsi : **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Terhadap Pemilihan Produk Cicil Emas Di PT.Bank Syariah Indonesia Cabang Pematang Siantar**

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
31-08-2022	Berikan kuesioner sudah tepat, bisa turun lapangan		
3-10-2022	Perbaiki redaksi nya		
21-10-2022	Perbaiki salah penulisan & format		
25-10-2022	Perbaiki format halaman & bab itu di tengah, bisa koman kiri daftar pustaka		
2-11-2022	perbaiki format & buat jurnal		
4-11-2022	Acc		

Medan, 31 Agustus 2022



Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA

Diketahui/ Disetujui
Ketua Program Studi

Dr. Rahmayati, M.E.I

Pembimbing Skripsi

Khairunnisa, S.E.I., M.M

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini disusun oleh:

Nama Mahasiswa : Milania Endah Ramadhani

NPM : 1701270034

Program Studi : Perbankan Syariah

Judul Skripsi : Faktor-Faktor Yang mempengaruhi Keputusan Nasabah Terhadap Pemilihan Produk Cicil Emas di PT. BSI Cabang Pematang Siantar

Disetujui dan memenuhi persyaratan untuk diajukan dalam ujian mempertahankan skripsi.

Medan, 02 November 2022

Pembimbing


Khairunnisa, S.E.I., M.M

**Ketua Program Studi
Perbankan Syariah**


Dr. Rahmayati, M.E.I

**Dekan
Fakultas Agama Islam**


Asst. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Telah selesai diberikan Bimbingan dalam Penulisan Skripsi sehingga naskah Skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk mempertahankan dalam Ujian Skripsi Oleh :

Nama Mahasiswa : Milania Endah Ramadhani
NPM : 1701270034
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Faktor-Faktor Yang mempengaruhi Keputusan Nasabah Terhadap Pemilihan Produk Cicil Emas di PT. BSI Cabang Pematang Siantar

Medan, 02 November 2022

Pembimbing Skripsi

Khairunnisa, S.E.I., M.M

**Ketua Program Studi
Perbankan Syariah**

**Dekan
Fakultas Agama Islam**

Dr. Rahmayati, M.E.I

Asst. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA



BERITA ACARA PENGESAHAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini telah di pertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas
Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh :

Nama Mahasiswa : **Milania Endah Ramadhani**
NPM : **1701270034**
Program Studi : **Perbankan Syari'ah**
Semester : **XII**
Tanggal Sidang : **10/05/2023**
Waktu : **09.00 s.d selesai**

TIM PENGUJI

PENGUJI I : **Dr. Rahmayati, SE.I, M.EI**
PENGUJI II : **Dr. Salman Nasution, MA**

PANITIA PENGUJI

Ketua,

Sekretaris,

Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA

Dr. Zailani, MA

Unggul | Cerdas | Terpercaya



PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN
KEPUTUSAN BERSAMA
MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
REPUBLIK INDONESIA

Nomor: 158 th. 1987

Nomor: 0543b/U/1987

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-huruf dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab, yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda secara bersama-sama. Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasinya.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	Š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	Ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ž	zet (dengan titik diatas)

ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet

س	Sin	S	Es
ش	Syim	Sy	es dan ye
ص	Sad	Ṣ	es (dengan titik dibawah)
ض	Dad	Ḍ	de (dengan titik dibawah)
ط	Ta	Ṭ	te (dengan titik dibawah)
ظ	Za	Ẓ	zet (dengan titik dibawah)
ع	‘Ain	‘	Koamater balik di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Waw	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	ء	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab adalah seperti vokal dalam bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong:

a. Vokal tunggal

Vokal tunggal dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya adalah sebagai berikut :

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
◡	fathah	A	A
◡̣	Kasrah	I	I
◡̣̣	ḍammah	U	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf yaitu :

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf	Nama
◡ى	fathah dan ya	Ai	a dan i
◡و	fathah dan waw	Au	a dan u

Contoh:

- kataba : كتب
- fa'ala : فعل
- kaifa : كيف

c. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu :

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
◡َ	fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas

	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
	ḍammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

- qāla : قال
- māra : مار
- qīla : قيل

d. Ta marbutah

Transliterasi untuk ta marbūtah ada dua:

- 1) *Ta marbūtah* hidup
ta marbūtah yang hidup atau mendapat ḥarkat *fathah*, *kasrah* dan «*ammah*, transliterasinya (t).
- 2) *Ta marbūtah* mati
Ta marbūtah yang mati mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah (h).
- 3) Kalau pada kata yang terakhir dengan *ta marbūtah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbūtah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

- *larauḍatul atfāl* : لروضة الاطفال
- *al-Madīnah al-munawwarah* : المدينة المنورة
- *ṭalḥah* : طلحة

e. Syaddah (tasydid)

Syaddah atau *tasydid* yang pada tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*, dalam transliterasi ini tanda *tasydid* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

Contoh:

- rabbanā : ربنا
- nazzala : نزل
- al-birr : البر
- al-hajj : الحج
- nu'ima : نع

f. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu: ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

- 1) Kata sandang diikuti oleh huruf *syamsiah*

Kata sandang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf (I) diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

- 2) Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai pula dengan bunyinya. Baik diikuti huruf *syamsiah* maupun *qamariah*, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

- ar-rajulu : الرجل
- as-sayyidatu : السيدة
- asy-syamsu : الشمس
- al-qalamu : القلم
- al-jalalu : الجلا

g. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- *ta'khuzūna* : تاخذون
- *an-nau'* : النوع
- *syai'un* : شئىء
- *inna* : ان
- *umirtu* : امرت
- *akala* : اكل

h. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il* (kata kerja), *isim* (kata benda), maupun *huruf*, ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau *harkat* yang dihilangkan, maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

i. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilanama itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- Wa mamuhammadunillarasul
- Inna awwalabaitinwudi'alinnasilallazibibakkatamubarakan
- Syahru Ramadan al-lazunazilafihi al-Qur'anu

- SyahruRamadanal-laziunzilafihil-Qur'anu
- Walaqadra'ahubilufuq al-mubin
- Alhamdulillahirabbil-'alamin

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harkat yang dihilangkan, huruf kapital yang tidak dipergunakan.

Contoh:

- Naṣrunminallahi wafathunqarib
- Lillahi al-amrujami'an
- Lillahil-amrujami'an
- Wallahubikullisyai'in 'alim

j. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan ilmu *tajwid*. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai ilmu *tajwid*.

ABSTRAK

Menabung menjadikan nasabah memiliki persiapan untuk masa depan, menabung juga dapat dilakukan dengan cicil emas dimana dapat menjadi solusi bagi banyak orang dalam perputaran modal. Tujuan penelitian ini adalah untuk menyajikan faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah terhadap pemilihan produk pada bank syariah. Metode penelitian yaitu Penelitian Kuantitatif dengan mengumpulkan data secara penyebaran kuisioner dan studi lapangan, pengolahan data menggunakan SPSS. Ada 4 variabel dalam penelitian yaitu lokasi, promosi, produk, dan pelayanan. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa a) Lokasi berpengaruh terhadap keputusan nasabah BSI KC Siantar dalam memilih produk cicil emas, b) Promosi berpengaruh terhadap keputusan nasabah BSI KC Siantar dalam memilih produk cicil emas, c) Produk berpengaruh terhadap keputusan nasabah BSI KC Siantar dalam memilih produk cicil emas, d) Pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah BSI KC Siantar dalam memilih produk cicil emas. Maka kesimpulan yang didapat bahwa produk adalah variable yang paling dominan atau rangking I.

Kata Kunci : Keputusan; Pemilihan; Cicil Emas;

ABSTRACT

Saving makes customers prepared for the future, saving can also be done in gold installments which can be a solution for many people in capital turnover. The purpose of this study is to present the factors that influence customer decisions regarding product selection at Islamic banks. The research method is Quantitative Research by collecting data by distributing questionnaires and field studies, processing data using SPSS. There are 4 variables in the research, namely location, promotion, product, and service. The results of the study show that a) Location influences BSI KC Siantar customer decisions in choosing gold installment products, b) Promotion influences BSI KC Siantar customer decisions in choosing gold installment products, c) Product influences BSI KC Siantar customer decisions in choosing installment products gold, d) Service influences the decision of BSI KC Siantar customers in choosing gold installment products. So the conclusion is that the product is the most dominant variable or rank I.

Keywords: Decision; Selection; Gold Installment;

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb

Puji syukur Penulis ucapkan kepada Allah atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nya kepada Penulis, yang selalu senantiasa membantu dan melancarkan Penulis dalam menyelesaikan Proposal penelitian ini dengan baik. Proposal penelitian ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata 1 (S-1) Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Proposal ini diajukan dengan Judul “ **Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Terhadap Pemilihan Produk Cicil Emas di PT. BSI Cabang Pematang Siantar**”.

Banyak hal yang telah Penulis alami dalam proses pembelajaran ini berupa bimbingan, doa dan bantuan oleh dosen pembimbing, keluarga dan rekan-rekan mahasiswa sehingga Penulis mampu menyelesaikan proposal penelitian ini dengan sebaik-baiknya. Oleh sebab itu, Penulis ingin mengucapkan banyak terimah kasih kepada:

1. Teristimewa kepada Ayahanda tercinta Lamin dan Ibunda tersayang Ningsih Damanik yang telah memberikan kasih dan sayang dengan mengasuh, mendidik, membimbing, mendoakan dan memberikan semangat sepanjang waktu sehingga Penulis mampu menjalani proses dunia pendidikan dengan sebaik-baiknya dan termotivasi dalam menggapai semua cita-cita. Untuk Abang dan Adik saya yang tercinta Waskita Shandi, Echa, dan Ragil senantiasa memberi dukungan bagi penulis selama ini.
2. Bapak Prof. Dr. Agussani, M.A.P selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Dr. Zailani S.PdI, M.A selaku Wakil Dekan I Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

5. Bapak Dr. Munawir Pasaribu, S.PdI, M.A Wakil Dekan III Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Ibu Dr. Rahmayati M,El selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Bapak Riyan Pradesyah S.Ey.,MEI selaku Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
8. Ibu Khairunnisa S.El, M.M dosen pembimbing Penulis yang selalu senantiasa memberikan arahan terbaik kepada Penulis.
9. Seluruh Dosen dan Biro Akademik Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah banyak memberikan informasi dan pengetahuan kepada Penulis selama masa studi.

Semoga Proposal yang penulis selesaikan menambah ilmu pengetahuan dan wawasan. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan proposal ini, maka dari itu saran dan kritik di perlukan untuk perbaikan proposal kedepan.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Medan, Oktober 2022

Penulis

Milania Endah Ramadhani

NPM. 1701270034

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	4
C. Rumusan Masalah	4
D. Tujuan Penelitian	5
E. Manfaat Penelitian	5
F. Sistematika Penulisan	5
BAB II LANDASAN TEORI	7
A. Kajian Pustaka.....	7
1. Bank Syariah (Murabahah)	7
2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Dalam memilih produk cicil emas	12
B. Metode Borda.....	15
C. Kajian Penelitian Terahulu.....	16
D. Kerangka Pemikiran.....	26
E. Hipotesis.....	28
BAB III METODE PENELITIAN	29
A. Pendekatan Penelitian	29
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	29
C. Populasi dan sampel.....	30
D. Variabel Penelitian dan Definisi Oprasional Variabel	31
E. Metode Pengumpulan Data	32
F. Instrument Penelitian	32

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	35
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	35
B. Identitas Reponden.....	50
C. Penyajian Data	52
D. Analisis Data	62
E. Interpelasi Hasil Analisis Data.....	65
BAB V PENUTUP.....	68
A. Kesimpulan	68
B. Saran.....	68

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul Tabel	Halaman
Tabel 2.1	Perbedaan bank syariah dan Konvensional.....	12
Tabel 2.2	Kajian Penelitian terdahulu	19
Tabel 3.1	Jadwal Pelaksanaan Penelitian Waktu Kegiatan.....	29
Tabel 3.2	Instrumen Penelitian	32
Tabel 3.3	Pengambilan Keputusan Individu dengan <i>Borda</i>	33
Tabel 3.4	Bobot Ranking Borda	34
Tabel 3.5	Perhitungan Nilai Borda	34
Tabel 4.1	Data Perkembangan Produk Gadai Emas BSI KC Pematang Siantar	53
Tabel 4.2	Usia Reponden	51
Tabel 4.3	Jenis Kelamis Responden	51
Tabel 4.4	Pendapatan Responden	51
Tabel 4.5	Penilaian Skala Likert	52
Tabel 4.6	Persentase Jawaban Variabel Lokasi	52
Tabel 4.7	Persentase Jawaban Variabel Promosi.....	55
Tabel 4.8	Persentase Jawaban Variabel Produk.....	58
Tabel 4.9	Persentase Jawaban Variabel Pelayanan.....	60
Tabel 4.10	Pembobotan kriteria	63
Tabel 4.11	Rangking seluruh alternatif	64
Table 4.12	Hasil analisis sensitivitas kriteria.....	65

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul Gambar	Halaman
Gambar 2.1	Skema Akad Murabah	11
Gambar 2.2	Pengambilan Keputusan	14
Gambar 2.3	Kerangka Pemikiran	27
Gambar 4. 1	Logo BSI	36
Gambar 4.2	Struktur Organisasi BSI	45

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Latar belakang Indonesia dalam pembentukan Bank Islam yang di lontarkan oleh K.H Hasan Basri mengatakan bahwa kondisi keterlambatan ini karena political-will belum mendukung, selanjutnya sampai diundangkannya Undang-undang No. 10 Tahun 1998 tentang Perubahan Atas Undangundang No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan, BMI merupakan satu-satunya bank umum yang mendasarkan kegiatan usahanya atas syariat Islam di Indonesia. Baru setelah itu berdiri beberapa Bank Islam lain, yakni Bank IFI membuka cabang Syari'ah pada tanggal 28 Juni 1999, Bank Syari'ah Mandiri yang merupakan konversi dari Bank Susila Bakti (BSB), anak perusahaan Bank Mandiri, serta pendirian lima cabang baru berupa cabang syari'ah dari PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Per bulan Februari 2000, tercatat di Bank Indonesia bank yang sudah mengajukan permohonan membuka cabang syari'ah, yakni: Bank Niaga, Bank BTN, Bank Mega, Bank BRI, Bank Bukopin, BPD Jabar dan BPD Aceh. Tetapi sistem perbankan syariah di Indonesia masih belum sempurna atau masih ada kekurangannya yaitu masih berinduk pada Bank Indonesia, idealnya pemerintah Indonesia mendirikan lembaga keuangan khusus syariah yang setingkat Bank Indonesia yaitu Bank Indonesia Syariah. (Maimory, 2018)

Pada umumnya lembaga keuangan adalah intermediasi yang berperan dan memiliki fungsi sebagai penghimpunan dana dari masyarakat dan penyalurannya sehingga terwujudnya masyarakat yang makmur dan sejahtera (Hasanah & Sihotang, 2023). Sebagaimana kita ketahui adanya bank syariah di Indonesia adalah hasil kerja tim MUI yang membentuk PT. Bank Muamalat Indonesia yang diterbitkan dalam undang-undang No.7 tahun 1992 (Bachmid et al., 2020).

Dalam Al-Qur'an surat An-Nisa (4) ayat 29 Terjemahnya:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ
رَحِيمًا

“ Wahai Orang-orang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dengan jalan

perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka diantara kamu, dan janganlah kamu membunuh diri: sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu”

Perbankan syariah dalam operasionalnya juga menawarkan berbagai produk sesuai dengan kebutuhan masyarakat atau calon nasabah. Berbagai macam produk diantaranya :Produk Penghimpun Dana, Produk Penyalur Dana, dan Produk Pelayanan Jasa (Fatriani, 2018). Tujuan nasabah dalam menggunakan produk bank secara umum diantaranya menabung.. Menabung menjadikan nasabah memiliki persiapan untuk masa depan. menabung juga membantu dalam mengumpulkan modal (*capital*) ketika seseorang akan melakukan suatu usaha sehingga kegiatan ekonomi kita berlangsung dengan produktif, dan tabungan yang di miliki dapat digunakan untuk untuk perputaran modal demi kesejahteraan individu dan keluarga (Indi, 2019).

Cicil emas adalah pembiayaan kepemilikan emas dengan menggunakan akad murabahah khususnya Bank Syariah Indonesia, yang artinya akad penyediaan barang berdasarkan sistem jual beli, bank sebagai penjual menyediakan kebutuhan nasabah dengan harga perolehan ditambah keuntungan yang disepakati. Jenis emas yang dibiayai adalah emas lantakan (batangan) minimal 10 gram maksimal 250 gram. Nilai pembiayaan jenis emas batangan maksimal 80% dari harga beli dengan uang muka 20%. Nilai maksimal pembiayaan cicil emas adalah Rp150.000.000. Adapun Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) Nomor: 77/DSN-MUI/V/2010 tentang jual beli emas secara tidak tunai menjelaskan bahwa pada cicil emas itu diperbolehkan selama emas tidak menjadi alat tukar (uang), baik melalui jual beli biasa atau jual beli murabahah (Zaenuri, 2014) maka nasabah menjadikan salah produk pilihan pada bank dikarenakan menguntungkan dengan emas itu sendiri harganya selalu naik ataupun stabil, jadi nasabah tidak terlalu ragu dan merasa untung. Tidak hanya Bank Syariah Indonesia yang menawarkan produk cicil emas tetapi beberapa Lembaga Keuangan Syariah juga menawarkan produk yang sama seperti: BTN Syariah, Bank Syariah Bukopin, BSI KC Siantar, Pegadaian Syariah, BCA (Puri, 2020)

Perkembangan cicil emas pada Bank Syariah Mandiri terus meningkat sejak diperkenalkan pada tahun 2013, hingga april 2018 menunjukkan

pertumbuhan bisnis emas hingga 14% year on year (yoy). Tercatat per 30 april 2018, portfolio gadai emas dan cicil emas BSM mencapai 2,5 triliun rupiah. Mahendra Nusanto, Group Head Pawning BSM menjelaskan, sampai dengan saat ini minat masyarakat untuk gadai dan cicil emas masih tinggi. Tercermin dari omset bisnis yang terus meningkat di setiap bulannya. Omset bulan april sekitar 2,6 triliun rupiah. Produk ini diminati karena dapat menjadi solusi penyediaan uang tunai secara aman, mudah dan murah. Adapun secara tahunan bisnis emas BSM mencatatkan pertumbuhan sebesar 21% dari 4,35 trilliun rupiah per agustus 2017 menjadi 5,27 trilliun rupiah per agustus 2018. Cicil emas merupakan salah satu alternatif investasi yang menguntungkan bagi masyarakat. Bisa dikatakan emas relatif stabil, harganya dari tahun ke tahun cenderung naik dan cukup likuid karena mudah diperjualbelikan (Fauziah, 2019).

Dalam proses penyampaian produk kepada konsumen dan untuk mencapai tujuan perusahaan yang berupa penjualan produk yang optimal, maka kegiatan pemasaran dijadikan tolak ukur oleh setiap perusahaan. Faktor yang mempengaruhi peningkatan penjualan sangat beragam, baik faktor internal dari kegiatan pemasaran perusahaan (kualitas layanan, harga dan promosi) maupun faktor eksternal yang terkait dengan keputusan pembelian konsumen dalam memilih suatu produk. Keputusan nasabah adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian (Kereh et al., 2018).

Adapun hasil observasi singkat dengan melakukan wawancara pada BSI Pematang Siantar pada program kepemilikan emas dinyatakan belum optimal, hal ini terlihat dengan minimnya nasabah yang melakukan transaksi atas kepemilikan emas yang dipercayakan kepada pihak bank. Komposisi nasabah didominasi oleh pengusaha dan karyawan BUMN. Adapun proses cicilan emas relative mudah, cukup membayar uang muka 20 persen, nasabah dapat membeli emas dengan harga saat itu. Selanjutnya membayar cicil ke bank tersebut sesuai jangka waktu diinginkan nasabah.

Berdasarkan uraian dari latar belakang permasalahan, fenomena dan kajian terdahulu, maka penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai keputusan nasabah cicilan emas di Pematang Siantar dengan judul **“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Terhadap Pemilihan Produk Cicil Emas di PT. BSI Cabang Pematang Siantar”**

B. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah diperlukan untuk menerangkan masalah-masalah yang mungkin muncul pada objek yang akan diteliti sebelum dibuatkan pembatasan dan perumusan masalahnya. Identifikasi masalah yang ditemukan antara lain:

1. Untuk tahun 2012 sampai tahun 2021 harga emas mengalami fluktuatif.
2. Masih rendahnya minat dan pengetahuan masyarakat menggunakan produk cicil emas dari PT. BSI Cabang Pematang Siantar.
3. Lokasi PT. BSI Cabang Pematang Siantar yang jauh dan minim dari sarana transportasi dan sarana umum lainnya.
4. Nasabah masih sulit untuk berpindah dari bank konvensional ke bank syariah.
5. Masih kurang sosialisasi produk cicil emas oleh perusahaan

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah Lokasi mempengaruhi keputusan nasabah terhadap pemilihan produk cicil emas di BSI Cabang Pematang Siantar?
2. Apakah Promosi mempengaruhi keputusan nasabah terhadap pemilihan produk cicil emas di BSI Cabang Pematang Siantar?
3. Apakah Produk mempengaruhi keputusan nasabah terhadap pemilihan produk cicil emas di BSI Cabang Pematang Siantar?
4. Apakah Pelayanan mempengaruhi keputusan nasabah terhadap pemilihan produk cicil emas di BSI Cabang Pematang Siantar?

D. Tujuan Penelitian

Dari latar belakang dan rumusan masalah, maka dapat dibuat tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk Mengetahui Apakah Lokasi mempengaruhi keputusan nasabah terhadap pemilihan produk cicil emas di BSI Cabang Pematang Siantar.
2. Untuk Mengetahui Apakah Promosi mempengaruhi keputusan nasabah terhadap pemilihan produk cicil emas di BSI Cabang Pematang Siantar.
3. Untuk Mengetahui Apakah Produk mempengaruhi keputusan nasabah terhadap pemilihan produk cicil emas di BSI Cabang Pematang Siantar.
4. Untuk Mengetahui Apakah Pelayanan mempengaruhi keputusan nasabah terhadap pemilihan produk cicil emas di BSI Cabang Pematang Siantar.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada berbagai pihak, baik bagi peneliti. Manfaat yang diperoleh dalam penelitian ini adalah:

1. Manfaat Bagi Peneliti

Bagi penulis adanya penelitian ini yaitu sebagai penambah pengetahuan dan pengalaman penulis agar dapat mengembangkan ilmu yang diperoleh selama mengikuti perkuliahan.

2. Manfaat Bagi Lembaga Keuangan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan atau saran bagi perbankan syariah dalam mengatur strategi pemasaran guna untuk meningkatkan produk-produk yang ditawarkan.

3. Manfaat Bagi Akademis,

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi khazanah pengetahuan terkait perbankan syariah, serta dapat menjadi bahan referensi bagi penelitian selanjutnya.

F. Sistematika Penelitian

Penulis membuat suatu perincian sederhana tentang isi dari masing-masing bab dalam tugas akhir ini yang disusun secara sistematis, sehingga uraian lebih terarah. Agar dapat dicapai, maka pokok pembahasan dalam lima bab yaitu :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini merupakan bab permulaan yang menguraikan mengenai latar belakang, permasalahan, maksud dan tujuan penelitian, metode penelitian, serta sistematika penelitian.

BAB II :LANDASAN TEORI

Pada bagian ini diuraikan teori-teori yang berkaitan erat dengan topik bahasan penelitian. Teori yang dikaji menyangkut sistem yang akan dikembangkan. Target yang didapat dari tinjauan teori ini adalah batasan sistem yang akan dikembangkan berdasarkan teori yang ada.

BAB III :METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan variabel penelitian, metode pengumpulan data, waktu dan tempat penelitian, dan prosedur analisis data.

BAB IV :HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bagian ini berisi analisis dari hasil pengolahan data dan pembahasan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat melakukan transaksi di bank syariah

BAB IV : PENUTUP

Pada bab ini berisikan beberapa kesimpulan dari hasil penelitian.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Pustaka

1. Bank Syariah (Murabahah)

a. Pengertian Bank Syariah

Bank dapat didefinisikan sebagai suatu badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak (Syah, 2003). Bank syariah adalah suatu lembaga keuangan yang berfungsi sebagai perantara bagi pihak yang berkelebihan dana dan pihak yang berkekurangan dana untuk kegiatan usaha dan kegiatan lainnya sesuai dengan hukum Islam. Perbankan Syariah memiliki kewajiban untuk mengawasi dan mengevaluasi semua proses dan juga pelaksanaan pembiayaan yang telah dijalankan oleh pengelola dana. Dan apabila ditemukan kecurangan serta kesalahan dalam mengelola dana oleh pihak penerima dana, maka perbankan syariah harus mengarahkan dan juga memberikan pedoman hingga semua aktivitas pengelolaan dana dapat dijalankan dengan baik sesuai dengan ketentuan yang ada, sehingga pihak perbankan syariah dapat menghasilkan tingkat profitabilitas yang memuaskan (Pradesyah & Aulia, 2021). Selain itu bank syariah biasa disebut Islamic Banking atau interest free banking, yaitu suatu sistem perbankan dalam pelaksanaan operasional tidak menggunakan sistem bunga (riba), spekulasi (maisir), dan ketidakjelasan (Gharar) (Ali, 2010). Bank syariah juga ialah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang mengoperasikannya disesuaikan dengan prinsip syariah Islam. Secara umum perbankan syariah dasar hukumnya dalam UU No. 10 Tahun 1998 disebutkan bahwa bank umum merupakan bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Lebih lanjut dijelaskan bahwa prinsip syariah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum islam antara bank dan pihak lain untuk menyimpannya, pembiayaan atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariah. Bank syariah berarti bank yang tata cara

operasionalnya didasari dengan tata cara islam yang mengacu kepada ketentuan Al-Qur'an dan Al-Hadis (Mughtar, 2016).

b. Pengertian Murabahah

Murabahah berasal dari kata ribhu (keuntungan), adalah transaksi jual beli dimana bank menyebut jumlah keuntungannya. Bank bertindak sebagai penjual, sementara nasabah sebagai pembeli. harga jual adalah harga beli bank dari pemasok ditambah keuntungan (margin). Jadi murabahah adalah akad jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (margin) yang disepakati oleh penjual dan pembeli.

Mekanisme pembiayaan murabahah adalah penyediaan dana atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu untuk transaksi jual beli suatu barang sebesar harga pokok ditambah dengan margin yang disepakati antara bank dengan nasabah yang mewajibkan nasabah melunasi tagihan tersebut yang sebelumnya pihak bank memberitahukan kepada nasabah harga pokok dari barang yang akan dibeli (Khaira Sihotang, 2021).

Dasar hukum Murabaha, yaitu Al-Qur'an yang artinya: "...Allah Telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba..." (al-baqarah: 275) dan Hadist Dari Suhaib ar- Rumi r.a bahwa Rasulullah saw. Bersabda, "Tiga Hal yang didalamnya terdapat keberkahan: jual beli secara tangguh, muqaradhah (mudharabah), dan mencampur gandum dengan tepung untuk keperluan rumah bukan untuk dijual." (HR Ibn Majah)

c. Rukun dan Syarat Murabahah

- a) Rukun Akad Murabahah
 1. Ada Penjual (Bai')
 2. Ada Pembeli (musytari)
 3. Ada barang (mabi')
 4. Sighat dalam bentuk ijab qabul
- b) Syarat Akad Murabahah

Syarat-syarat tertentu yang harus dipenuhi, yaitu:

1. Harga pokok diketahui oleh pembeli kedua jika harga pokok diketahui maka jual beli murabahah menjadi fasid.
2. Keuntungan diketahui karena keuntungan merupakan bagian dari harga.

3. Modal merupakan mal misliyyat (benda yang ada perbandingannya di pasaran) seperti benda yang di takar, benda yang ditimbang, dan benda yang dihitung atau sesuatu yang nilainya di ketahui, misalnya dinar, dirham, atau perhiasan.
4. Murabahah tidak boleh dilakukan terhadap harta riba dan memunculkan riba karena dinisbahkan pada harga pokok, seperti seorang membeli barang yang ditakar atau ditimbang dengan jenis yang sama maka tidak boleh baginya untuk menjual barang tersebut secara murabahah .Karena murabahah adalah jual beli dengan harga pokok dan tambahan laba. Sementara itu, tambahan para harta riba adalah riba afdhal, bukan laba.
5. Akad jual beli yang pertama dilakukan adalah sah jika akad jual beli pertama fasid maka murabahah tidak boleh dilakukan (Ananta & Widjajaatmadja, 2018).

d. Produk Bank Syariah Indonesia

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan (Maulidah, 2012). Produk merupakan sesuatu yang diperjualbelikan dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan dari sesuatu hasil kreativitas seseorang, tim marketing atau perusahaan. Produk barang atau jasa ini biasanya merupakan alat untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan serta bentuknya berwujud, dapat dilihat dan menarik (Wijayanti, 2017). Produk-produk perbankan syariah secara garis besar dapat dikelompokkan kedalam tiga jenis produk (Supyadillah, 2013), yaitu produk Penghimpun Dana/ simpanan (liabiliti based product) seperti giro, deposito dan tabungan, Penyaluran Dana/produk aset(assets based product) seperti pembiayaan, dan produk jasa-jasabank (services based product) seperti kiriman uang, save deposit box, bank garansi, letter of credit, dan sebagainya. Di samping itu dibeberapa bank syariah juga terdapat produk lainnya antara lain : jasa pengelolaan kekayaan (wealth management) bagi nasabah-nasabah yang mempunyai simpanan dalam jumlah besar di bank yang bersangkutan. Jasa pengelolaan kekayaan nasabah ini pada dasarnya merupakan pengembangan jasa bank yang bersifat eksklusif, dikenal juga dengan nama jasa private banking atau prime customer (Supyadillah, 2013).

Pembiayaan dengan prinsip jual beli

1) Pembiayaan murabahah

Murabahah berasal dari kata ribhu (keuntungan), adalah transaksi jual beli dimana bank menyebut jumlah keuntungannya. Bank bertindak sebagai penjual, sementara nasabah sebagai pembeli. Harga jual adalah harga beli bank dari pemasok ditambah keuntungan (margin). Jadi murabahah adalah akad jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (margin) yang disepakati oleh penjual dan pembeli.

2) Pembiayaan salam

Salam adalah transaksi jual beli di mana barang yang diperjualbelikan belum ada. Oleh karena itu, barang diserahkan secara tangguh sementara pembayaran dilakukan tunai. Bank bertindak sebagai pembeli, sementara nasabah sebagai penjual. Sekilas transaksi ini mirip jual beli ijon, namun dalam transaksi ini kuantitas, kualitas, harga, dan waktu penyerahan barang harus ditentukan secara pasti.

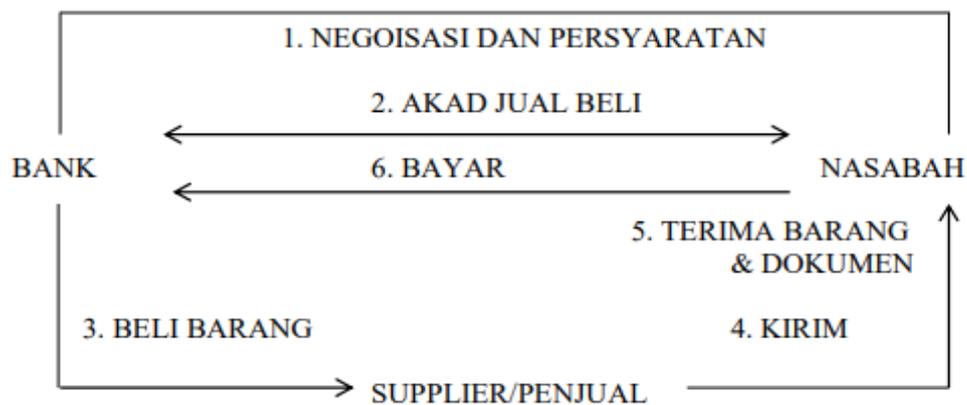
3) Pembiayaan istishna

Produk istishna merupakan produk salam, tapi dalam istishna pembayarannya dapat dilakukan oleh bank beberapa kali (termin) pembayaran. Skim istishna dalam Bank Syariah umumnya diaplikasikan pada pembiayaan manufaktur dan konstruksi. Ketentuan umum pembiayaan istishna adalah spesifikasi barang pesanan arus seperti jenis, macam ukuran, mutu dan jumlahnya. Harga jual yang selama berlakunya akad. Jika terjadi perubahan dari kriteria pesanan dan terjadi perubahan harga setelah akad ditandatangani, seluruh biaya tambahan tetap tanggung nasabah.

Fatwa DSN Tentang Cicil Emas Dalam pelaksanaannya salah satu produk Bank Syariah yang diminati nasabah adalah produk cicilemas yang dalam pelaksanaannya menggubakan akad murabahah. Salah satu Bank Syariah yang mengeluarkan produk itu adalah Bank Syariah Indonesia KCP Pasaman Barat Sudirman. Dalam pelaksanaannya, Bank syariah indonesia menetapkan besarnya cicil sesuai dengan yang disepakati dengan nasabah serta mengabaikan fluktuasi harga emas dipasar. Artinya, ketika harga pasar emas naik tidak menyebabkan harga cicilan naik. Disisi lain, terdapat Fatwa DSN MUI NO:77/DSN-MUI/V/2010 tentang jual beli emas secara tidak tunai, terkait hal tersebut masalah

dan tujuan yang ingin diteliti adalah ketentuan Fatwa DSN MUI NO:77/DSN-MUI/V/2010 tentang jual beli emas secara tidak tunai, pelaksanaan cicil emas dengan akad murabahah di Bank Syariah Indonesia KC Pasaman Barat Sudirman. Produk-produk dan jasa perbankan yang ditawarkan oleh berbagai bank bisa jadi sama, tetapi perbedaan dapat ditunjukkan melalui cara yang diterapkan oleh bank dalam melayani nasabah (Irmawati & Amsari, n.d.)

e. Skema Akad Murabahah



Gambar 2.1 Skema Akad Murabahah

Bank Konvensional adalah bank yang melakukan aktivitas perputaran uang sesuai kesepakatan nasional dan internasional, dan berdasarkan hukum formil suatu negara sedangkan Bank Syariah merupakan bank yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah atau prinsip hukum islam. Prinsip syariah Islam yang dimaksud mencakup dengan prinsip keadilan dan keseimbangan ('adl wa tawazun), kemaslahatan (maslahah), universalisme (alamiyah), serta tidak mengandung gharar, maysir, riba, zalim dan obyek yang haram, sebagaimana yang diatur dalam fatwa Majelis Ulama Indonesia. Banyak perbedaan yang ada pada bank syariah dan konvensional dilihat dari aspek pada bank konvensional antara lain, Bentuk investasi haram, prinsip usaha memakai perangkat bunga, berorientasi pada laba, hubungan antar pihak yaitu debitur dan kreditur, dan Diawasi oleh OJK. Adapun bank Syariah antara lain dilihat dari Aspek yaitu Bentuk investasi halal, prinsip usaha yaitu bagi hasil, jual beli, atau sewa menyewa, keutungan untuk kedua belah pihak, hubungan yang dilakukan

yaitu kemitraan antar nasabah, dan menghimpun dana sesuai fatwa Dewan Pengawas syariah.

Tabel 2.1 Perbedaan Bank Syariah dan Konvensional

Aspek	Bank Syariah	Bank Konvensional
Bentuk Investasi	Investasi Halal	Investasi Haram
Prinsip usaha	Prinsip bagi hasil, jual beli, atau sewa	Memakai perangkat Bunga
Orientasi terhadap laba	Kemenangan untuk kedua belah pihak (keuntungan)	berorientasi terhadap laba
Hubungan antar pihak	Hubungan kemitraan dengan nasabah	Hubungan antar debitur dan kreditur
Dewan pengawas syariah (DPS)	Menghimpun dan menyalurkan dana harus sesuai fatwa DPS	Tidak dapat dewan (adanya dewan pengawas: OJK) (Antonio, 2001)

2. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Memilih Produk Cicil Emas

Adapun faktor-faktor yang peneliti gunakan didalam teori ini sebagai variabel yaitu lokasi, produk, promosi dan pelayanan.

a. Lokasi

Lokasi merupakan keputusan manajemen tentang dimana tempat yang strategis untuk memberikan pelayanan terhadap konsumen (Lupiyoadi, 2001). Lokasi pelayanan jasa digunakan dalam memasok jasa kepada pelanggan yang dituju merupakan keputusan kunci. Keputusan mengenai lokasi pelayanan yang akan digunakan melibatkan pertimbangan bagaimana penyerahan jasa kepada pelanggan dan dimana itu akan berlangsung. Lokasi memiliki peranan penting dalam melakukan usaha. Karena berkaitan dengan dekatnya lokasi usaha dengan keramaian pusat, mudah dijangkau, dan tersedia lahan parkir yang luas pada umumnya lebih disukai konsumen. Konsumen cenderung mempertimbangan lokasi sebelum memutuskan membeli sebuah produk. Sehingga ada hubungan antara lokasi dengan keputusan pembelian konsumen. Berdasarkan penelitian yang

dilakukan oleh (Muchtar, 2016). aspek lokasi mempunyai hubungan yang signifikan terhadap keputusan masyarakat dalam memilih keputusan. Hal ini disebabkan karena konsumen akan mempertimbangkan lokasi pembelian yang dekat dan akses yang mudah. Semakin dekat lokasi dan semakin mudah lokasi dijangkau nasabah maka akan semakin mempengaruhi keputusan nasabah.

Indikator Lokasi

Pemilihan lokasi harus dipertimbangkan berdasarkan beberapa faktor:

- 1) Akses, misalnya lokasi yang mudah dijangku transportasi umum.
- 2) Visibilitas, lokasi dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan.
- 3) Strategis, dekat dengan keramaian dan pertokoan. Banyaknya orang yang lalu-lalang dapat memberikan peluang (Prabowo et al., 2021).

b. Produk

Produk Merupakan keseluruhan konsep objek atau proses yang memberi sejumlah nilai manfaat kepada konsumen untuk mendapatkan benefit dan value. Agar produk yang dibuat laku dipasaran, maka penciptaan produk harus memperhatikan tingkat kualitas yang sesuai dengan keinginan nasabah (Kasmir, 2008). Produk yang digunakan dalam penelitian ini yaitu keunggulan produk cicil emas pada Bank Syariah Indonesia Cabang PematangSiantar. Supaya perusahaan dapat unggul atau hanya untuk bertahan hidup, perusahaan memerlukan filosofi baru. Hanya perusahaan yang berwawasan pelanggan yang akan hidup karena mereka bisa memberikan nilai lebih baik dari pada saingannya kepada pelanggan sasaran, mereka akan mahir mendapatkan pelanggan, bukan hanya membuat produk, merekayasa pasar dan bukan hanya merekayasa produk (Rialdy, 2016).

c. Promosi

Promosi adalah kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar dapat mengenal produk yang ditawarkan perusahaan dan kemudian mereka menjadi senang sehingga membeli produk tersebut. Promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menaik dan mempertahankan nasabah . (Kasmir, 2008). Dalam promosi yang perlu diperhatikan adalah pemilihan bauran promosi (promotionmix), dimana bauran promosi terdiri dari :

- a. Iklan (advertising) yaitu semua bentuk terbayar dari presentasi non personal dan promosi ide, barang atau jasa oleh sponsor tertentu.

b. Promosi penjualan (sales promotion) yaitu kumpulan alat intensif sebagian besar jangka pendek yang dirancang untuk merangsang pembelian yang lebih cepat atau lebih besar terhadap produk atau jasa tertentu oleh konsumen atau perdagangan.

c. Hubungan masyarakat (public relation) yaitu program yang dirancang untuk mempromosikan atau melindungi citra perusahaan atau produksi individunya.

d. Penjualan personal (personal selling) yaitu interaksi tatap muka dengan satu atau lebih pembeli prospektif untuk tujuan melakukan presentasi, menjawab pertanyaan dan pengadaan pesanan.

e. Komunikasi mulut ke mulut (word of mouth) yaitu komunikasi yang berupa pemberian rekomendasi baik secara individu maupun kelompok terhadap suatu produk atau jasa yang bertujuan untuk memberikan informasi secara personal (Lupiyoadi, 2001)

d. Pelayanan

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2008) Kualitas layanan cenderung mempengaruhi keputusan pembelian karena pelayanan yang dinilai baik dan melebihi ekspektasi akan dipresepsikan sebagai kualitas layanan yang ideal. Hal tersebut akan membuat nasabah semakin yakin untuk menggunakan produk Bank Syariah Indonesia. Dan sebaliknya jika kualitas layanan yang dinilai buruk akan dipresepsikan sebagai kualitas layanan yang buruk. Jika dianggap buruk maka nasabah akan enggan dan tidak tertarik dengan Bank Syariah Indonesia.

Pada umumnya konsumen memilih pemasar yang dirasa nyaman dalam berkomunikasi, bahkan disaat adanya pertanyaan dan kesulitan dari konsumen yang ingin mencari tahu lebih tentang produk yang akan dibeli. Ramah, bersahabat, siap melayani dan mampu memberikan informasi merupakan sikap yang dibutuhkan konsumen sehingga tindakan ini dapat mendorong konsumen untuk memutuskan membeli.

a. Indikator Kualitas Pelayanan kualitas layanan memiliki 5 dimensi yaitu:

1) Keandalan (Reability) Yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat (accurately) dan kemampuan untuk dipercaya (dependably), terutama dalam memberikan jasa secara tepat waktu (on time), dengan cara yang sama sesuai jadwal yang telah dijanjikan, dan tanpa melakukan kesalahan.

2) Daya Tanggap (Responsiveness) Yaitu kemauan atau keinginan para karyawan untuk membantu memberikan jasa yang dibutuhkan konsumen.

3) Jaminan (Assurance) Meliputi pengetahuan, kemampuan, keramahan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya dari kontak personal untuk menghilangkan sifat keragu-raguan konsumen.

4) Empati Meliputi sikap kontak personal atau perusahaan untuk memahami kebutuhan dan kesulitan konsumen, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan kemudahan untuk melakukan komunikasi atau hubungan.

5) Tampilan Fisik (Tangible) Tersedianya fasilitas fisik, perlengkapan, sarana komunikasi dan lain-lain (Tjiptono, 2008).

B. Metode Borda

Borda merupakan suatu metode yang digunakan pada pengambilan keputusan kelompok untuk pemilihan single winner atau pun multiple winner, dimana pemberi suara (voters) melakukan perankingan terhadap kandidat yang disusun berdasarkan pilihan (preference). Metode Borda selalu menghasilkan hasil yang pasti dan menggunakan informasi peringkat yang menyeluruh dan sistematis serta mengatasi metode voting lainnya dimana pilihan yang tidak berada pada ranking pertama akan secara otomatis dihapus. Borda menentukan pemenang yang mempunyai point terbanyak. Borda memberikan suatu jumlah point tertentu untuk masing-masing kandidat sesuai dengan ranking yang telah diatur oleh masing-masing pengambil keputusan. Pemenang akan ditentukan oleh banyaknya jumlah point yang dikumpulkan atau diperoleh dari masing-masing kandidat. Pemilihan dan perhitungan dilakukan dengan cara memberikan sejumlah point kepada masing-masing kandidat misalnya ada 5 kandidat pada suatu pemilihan maka masing-masing kandidat menerima 5 point untuk kandidat ranking pertama, 4 point untuk kandidat ranking kedua dan seterusnya, kandidat terakhir menerima

1 point, dengan kata lain dimana n kandidat akan menerima n point untuk pilihan pertama, n-1 untuk pilihan kedua, n-2 untuk pilihan 3 dan n-4 untuk pilihan 5 (Mahdi, 2015).

C. Kajian Penelitian Terdahulu

Penelitian Terdahulu yang berjudul Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Pembiayaan Cicil Emas Di Bank Syariah Indonesia Kc. Rogojampi pada tahun 2022, metode penelitian yang digunakan ialah pendekatan kualitatif, studi fenomenologi kepada nasabah Bank Syariah Indonesia KC. Rogojampi. Penelitian menghasilkan Keputusan nasabah untuk melakukan pembelian atau pembiayaan cicil emas di Bank Syariah Indonesia KC Rogojampi karena adanya empat faktor, yaitu faktor pelayanan dari pihak karyawan perbankan, faktor sosial akan nilai kegunaan produk, faktor pribadi untuk keputusan nasabah untuk melakukan pembelian atau pembiayaan cicil emas di Bank Syariah Indonesia KC. Rogojampi cicil emas di Bank Syariah Indonesia KC. Rogojampi karena adanya empat faktor, yaitu faktor pelayanan dari pihak karyawan perbankan, faktor sosial akan nilai kegunaan produk, faktor pribadi untuk melakukan pembelian atau pembiayaan cicil emas di Bank Syariah Indonesia KC. karena adanya empat faktor, yaitu faktor pelayanan dari pihak (Zaelani, 2022).

Selanjutnya, Penelitian kedua dengan judul Prosedur pembiayaan produk cicil emas di bank Sumut syariah Cabang Muhammadiyah Palembang. Metode penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data sumber yang digunakan adalah primer dan sekunder dengan pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Setelah data terkumpul, kemudian diuji dan dianalisis. Hasilnya adalah emas itu pembiayaan angsuran adalah pembiayaan yang ditujukan bagi nasabah yang ingin memiliki emas. Dalam berupa logam mulia (emas batangan) secara angsuran, dengan menggunakan akad murabahah. Emas prosedur pembiayaan angsuran sebagai berikut: pengajuan nasabah, penyusunan NAP, persetujuan pembiayaan, kontrak, dan pengadaan emas. Prosedurnya sesuai dengan DSN Fatwa MUI No: 04/DSN-MUI/IV/2000 tentang murabahah (Agustin, 2022).

Peneliti ketiga penelitian menggunakan Metode kuantitatif. Penentuan sampel menggunakan teknik non probability sampling dengan metode accidental sampling dan berdasarkan rumus slovin ditentukan jumlah sampel sebanyak 82 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, kuisisioner, wawancara dan dokumentasi. Teknik uji dan analisis data meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda dengan uji F dan uji T serta koefisien determinasi dengan menggunakan SPSS 16 *for windows*. Hasil dari penelitian yaitu faktor nilai taksir, biaya ijarah dan pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah memilih produk gadai emas dengan nilai F hitung sebesar $10.146 > F$ tabel 2,72 dengan nilai sig sebesar 0,000. Nilai taksir tidak memiliki pengaruh yang signifikan dikarenakan F hitung $1,764 < F$ tabel 1,994 dengan sig $0.082 > 0.05$ dengan besar pengaruh sebesar 17,7 %, biaya ijarah memberikan pengaruh yang signifikan dengan nilai F hitung $2,705 > F$ tabel 1,994 dengan sig $0.008 < 0.05$ dengan besar pengaruh sebesar 27,1%, dan pelayanan sangat berpengaruh sangat signifikan dengan nilai F hitung $4,558 > F$ tabel 1,994 dengan sig $0.000 < 0.05$ dengan besar pengaruh 44,2%, dengan koefisien determinasi sebesar 28,1% dan 71,9% dipengaruhi oleh variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini (Bachmid et al., 2020).

Peneliti keempat dengan judul faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian logam mulia di PT. Pegadaian syariah blang pidie aceh barat daya, penelitian menggunakan metode kualitatif. Adapun hasil penelitian yaitu ada banyak factor yang mempengaruhi pembelian logam mulia di PT. Pegadaian syariah blang pidie, namun yang menjadi poin penting dalam hal mempengaruhi minat pembelian logam mulia tersebut adalah faktor kualitas pelayanan, faktor lokasi usaha, faktor promosi dan faktor penggunaan sistem syariah, yang mana dengan pengaruh empat factor tersebut membuat minat dan pembelian logam mulia semakin meningkat setiap tahunnya. (Jasiska & Damrus, 2022)

Selanjutnya Penelitian dengan judul Analisis Prilaku Pelanggan Terhadap Tawaran Produk Perhiasan Emas Pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Manado Utara. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang berfokus pada perilaku konsumen. Adapun Hasil penelitian, sebagian besar konsumen yang membeli produk perhiasan emas pada PT. Pegadaian (persero) berusia 39 sampai 57 tahun.

banyaknya pelanggan yang melakukan pembelian emas di umur 39 tahun keatas menunjukkan bahwa semakin bertambahnya umur semakin besar minat pelanggan dalam melakukan pembelian emas. sebagian pelanggan PT. Pegadaian (persero) melakukan pembelian emas karena keinginan dari diri sendiri tanpa adanya dorongan atau paksaan dari orang lain. dalam melakukan tawaran produk perhiasan emas sebaiknya PT. Pegadaian (persero) lebih menekankan pada perilaku pelanggan yaitu melihat apa yang menjadi motivasi, persepsi pelanggan mengenai emas, dan pengetahuan dengan memberikan penjelasan mengenai emas itu sendiri sehingga pelanggan tidak merasa dirugikan dan memiliki keyakinan sehingga dapat mengambil sikap untuk melakukan pembelian emas. (Meidy & Mendey, 2014)

Analisis FaktorFaktor yang Mempengaruhi Permintaan Gadai di PT. Pegadaian Syariah Kota Medan. Penelitian deskriptif analisis dan metode kuantitatif dengan analisis path satu jalur linier berganda. Sistem syariah promosi, nilai taksir, dan prosedur pinjaman, berpengaruh terhadap permintaan gadai, serta korelasi kuat dan searah pada tiap tiap variabel dengan variabel lainnya (Busriadi, 2015).

Analisis faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam pengambilan pembiayaan rahn di pegadaian syariah cabang pembantu sigli, Penelitian ini menggunakan metode kualitatif bersifat deskriptif, hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah adalah: 1) Faktor harga; 2) Faktor kualitas layanan; 3) Faktor syariah; 4) Faktor lokasi dan; 5) Faktor promosi (Fakhrurradhi, 2021).

Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Melakukan Cicilan EmasDi Bank Syariah Indonesia KCP Pandeglang, Metode penelitian ini menggunakan paradigma penelitian struktural dengan menggunakan alat bantu MICMAC. Hasil analisis MICMAC dari tipologi variabel strategis berdasarkan kekuatan pengaruh ditemukan 4 klasifikasi kuadran variabel, Klasifikasi ini telah diuji menggunakan MDI dan MII (Tabrani et al., 2022).

Penelitian dengan judul pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah produk cicil emas di bank mandiri syariah

kcp. Medan-marelan , Populasi dan Sampel dalam penelitian ini adalah semua nasabah produk cicil emas di BSM KCP. Medan-Marelan. Data yang digunakan adalah data primer yang di dapat secara langsung melalui kuisisioner nasabah cicil emas BSM KCP. Medan-Marelan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan membayar zakat. Hasil yang diperoleh dari uji koefisien determinasi (R^2) adalah R square 0,606. Hal tersebut berarti 60,6 % keputusan menjadi nasabah cicil emas dipengaruhi oleh Promosi dan Kualitas Pelayanan. Sedangkan sisanya sebesar 39,4 % dipengaruhi oleh variabel lain (Alfhia & Arafah, 2020).

Selanjutnya penelitian Pengaruh Promosi Dan Harga Emas Terhadap Minat Nasabah Produk BSI Gadai Emas (Studi Kasus Ex Bank Syariah Mandiri KC Simpang Patal Palembang) Pendekatan sampling yang digunakan menjadi pengambilan sampel yang tidak disengaja. Pendekatan analisis informasi diselesaikan oleh beberapa orang evaluasi regresi. Hasil hipotesis dari penelitian ini dapat diuji melalui uji t (parsial) dan uji f (simultan). Uji-t variabel (X1) promosi menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,052 > 1,993$). pada variabel (X2) harga Emas menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,112 > 1,993$). dalam uji-f dari dua variabel, yaitu variabel (X1) Promosi dan (X2) Harga Emas secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap variable (Y) Minat Nasabah terhadap produk BSI Gadai Emas yang dapat ditunjukkan dengan bantuan biaya $f_{hitung} 6,433$ atau $f_{hitung} > f_{tabel}$ ($6,433 > 3,126$) (Ikhsan & Fadilla, 2022).

Tabel 2.2 Kajian Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul	Jenis Penelitian	Hasil penelitian
1	Rahmad Hendi Zaelani	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Pembiayaan Cicil Emas Di Bank Syariah Indonesia Kc.	Pendekatan Kualitatif	Keputusan nasabah untuk melakukan pembelian atau pembiayaan cicil emas di Bank Syariah Indonesia KC Rogojampi karena adanya empat faktor, yaitu faktor pelayanan dari pihak karyawan

		Rogojampi		perbankan, faktor sosial akan nilai kegunaan produk, faktor pribadi untuk keputusan nasabah untuk melakukan pembelian atau pembiayaan cicil emas di Bank Syariah Indonesia KC. Rogojampi.
2	Tiara Agustin	Prosedur Pembiayaan Produk Cicil Emas Di Bank Sumselbabel Syariah Cabang Muhammadiyah Palembang	Metode penelitian kualitatif.	emas itu pembiayaan angsuran adalah pembiayaan yang ditujukan bagi nasabah yang ingin memiliki emas. Dalam berupa logam mulia (emas batangan) secara angsuran, dengan menggunakan akad murabahah. Emas prosedur pembiayaan angsuran sebagai berikut: pengajuan nasabah, penyusunan NAP, persetujuan pembiayaan, kontrak, dan pengadaan emas. Prosedurnya sesuai dengan DSN Fatwa MUI No: 04/DSN-MUI/IV/2000 tentang murabahah

3	Sofyan Bachmid, Indah Musyawarah, Noor Riefma Hidayah, Dede Arseyani Pratamasyari	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Gadai Emas Menurut Perspektif Ekonomi Islam	Metode kuantitatif. Penentuan sampel menggunakan teknik non probability sampling dengan metode accidental sampling dan berdasarkan rumus slovin	faktor nilai taksir, biaya ijarah dan pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah memilih produk gadai emas dengan nilai F hitung sebesar $10.146 > F$ tabel 2,72 dengan nilai sig sebesar 0,000. Nilai taksir tidak memiliki pengaruh yang signifikan dikarenakan F hitung $1,764 < F$ tabel 1,994 dengan sig $0.082 > 0.05$ dengan besar pengaruh sebesar 17,7 %, biaya ijarah memberikan pengaruh yang signifikan dengan nilai F hitung $2,705 > F$ tabel 1,994 dengan sig $0.008 < 0.05$ dengan besar pengaruh sebesar 27,1%, dan pelayanan sangat berpengaruh sangat signifikan dengan nilai F hitung $4,558 > F$ tabel 1,994 dengan sig $0.000 < 0.05$ dengan besar pengaruh 44,2%, dengan koefisien determinasi
---	---	---	---	---

				sebesar 28,1% dan 71,9% dipengaruhi oleh variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.
4	Siska Jasiska dan Damrus	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Logam Mulia Di Pt Pegadaian Syariah Blang Pidie Aceh Barat Daya	Penelitian menggunakan metode kualitatif.	Hasil penelitian yaitu ada banyak faktor yang mempengaruhi pembelian logam mulia di pt.pegadaian syariah blang pidie, namun yang menjadi poin penting dalam hal mempengaruhi minat pembelian logam mulia tersebut adalah faktor kualitas pelayanan, faktor lokasi usaha, faktor promosi dan faktor penggunaan sistem syariah, yang mana dengan pengaruh empat factor tersebut membuat minat dan pembelian logam mulia semakin meningkat setiap tahunnya
5	Meidy Rasubala dan Silvy Mandey	Analisis Perilaku Pelanggan Terhadap Tawaran Produk Perhiasan Emas	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang berfokus pada perilaku konsumen.	Adapun Hasil penelitian, sebagian besar konsumen yang membeli produk perhiasan emas pada pt. pegadaian (persero) berusia 39

		<p>Pada Pt. Pegadaian (Persero) Cabang Manado Utara.</p>		<p>sampai 57 tahun. banyaknya pelanggan yang melakukan pembelian emas di umur 39 tahun keatas menunjukkan bahwa semakin bertambahnya umur semakin besar minat pelanggan dalam melakukan pembelian emas. sebagian pelanggan pt. pegadaian (persero) melakukan pembelian emas karena keinginan dari diri sendiri tanpa adanya dorongan atau paksaan dari orang lain. dalam melakukan tawaran produk perhiasan emas sebaiknya pt. pegadaian (persero) lebih menekankan pada perilaku pelanggan yaitu melihat apa yang menjadi motivasi, persepsi pelanggan mengenai emas, dan pengetahuan dengan memberikan penjelasan mengenai emas itu sendiri sehingga</p>
--	--	--	--	--

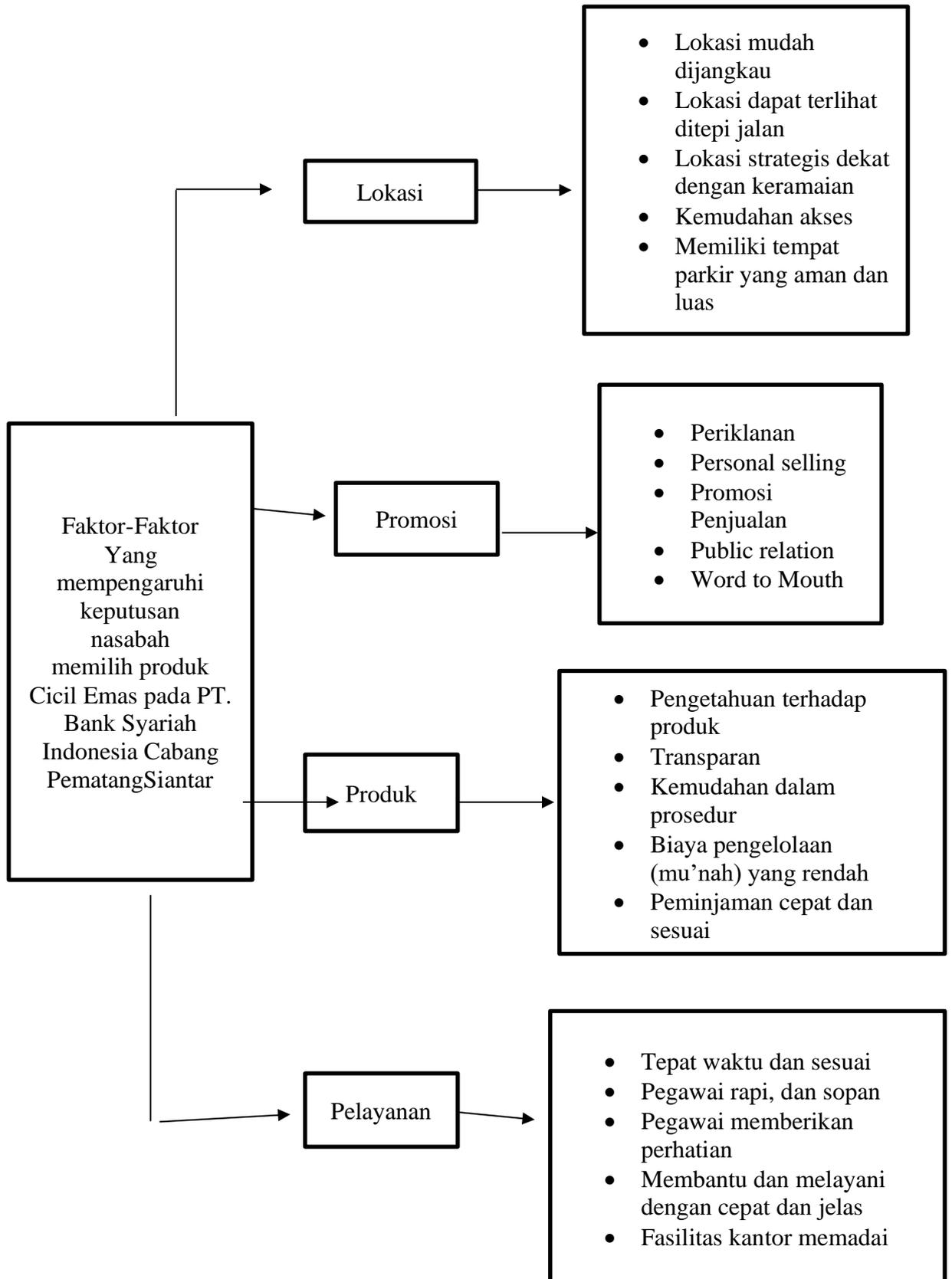
				pelanggan tidak merasa dirugikan dan memiliki keyakinan sehingga dapat mengambil sikap untuk melakukan pembelian emas.
6	Busriadi	Analisis FaktorFaktor yang Mempengaruhi Permintaan Gadai di Pegadaian Syariah Kota Medan	Penelitian deskriptif analisis dan metode kuantitatif dengan analisis path satu jalur linier berganda	Sistem syariah promosi, nilai taksir, dan prosedur pinjaman, berpengaruh terhadap permintaan gadai, serta korelasi kuat dan searah pada tiap tiap variabel dengan variabel lainnya.
7	Fakhrurradhi	Analisis faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam pengambilan pembiayaan rahn di pegadaian syariah cabang pembantu sigli	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif bersifat deskriptif	hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan nasabah adalah: 1) Faktor harga; 2) Faktor kualitas layanan; 3) Faktor syariah; 4) Faktor lokasi dan; 5) Faktor promosi
8	Ahmad Tabrani, Wazin Baihaqi, Nana Suryapermana	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Melakukan	Metode penelitian ini menggunakan paradigma penelitian struktural	Hasil analisis MICMAC dari tipologi variabel strategis berdasarkan kekuatan pengaruh ditemukan 4 klasifikasi kuadran variabel,

		Cicilan Emas Di Bank Syariah Indonesia KCP Pandeglang	dengan menggunakan alat bantu MICMAC	Klasifikasi ini telah diuji menggunakan MDI dan MII
9	Retno Alfha dan Santi Arafah	Pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan menjadi nasabah produk cicil emas di bank mandiri syariah kcp. Medan-marelan	Data yang digunakan adalah data primer yang di dapat secara langsung melalui kuisisioner nasabah cicil emas BSM KCP. Medan-Marelan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan membayar zakat. Hasil yang diperoleh dari uji koefisien determinasi (R^2) adalah R^2 square 0,606. Hal tersebut berarti 60,6 % keputusan menjadi nasabah cicil emas dipengaruhi oleh Promosi dan Kualitas Pelayanan. Sedangkan sisanya sebesar 39,4 % dipengaruhi oleh variabel lain
10	Nur Ikhsan, Fadilla, dan Choirunnisak	Pengaruh Promosi Dan Harga Emas Terhadap Minat Nasabah Produk BSI Gadai Emas (Studi Kasus Ex Bank Syariah	Pendekatan analisis informasi diselesaikan oleh beberapa orang evaluasi regresi.	Hasil hipotesis dari penelitian ini dapat diuji melalui uji t (parsial) dan uji f (simultan). Uji-t variabel (X1) promosi menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,052 > 1,993$). pada

		Mandiri KC Simpang Patal Palembang)		variabel (X2) harga Emas menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,112 > 1,993$). dalam uji-f dari dua variabel, yaitu variabel (X1) Promosi dan (X2) Harga Emas secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap variabel (Y) Minat Nasabah terhadap produk BSI Gadai Emas yang dapat ditunjukkan dengan bantuan biaya fhitung sebesar 6,433 atau $f_{hitung} > f_{tabel}$ ($6,433 > 3,126$).
--	--	---	--	--

D. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan tujuan penelitian, tinjauan pustaka dan hasil penelitian sebelumnya yang telah menguji beberapa faktor-faktor yang bersinggungan dengan penelitian peneliti yaitu faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk murabahah di PT. Bank Syariah Indonesia Cabang PematangSiantar dengan metode Borda. Adapun faktor utama yaitu lokasi, promosi, produk, dan pelayanan. Setelah itu diturunkan item-item untuk dicari peringkat utama yang mempengaruhi faktor tersebut maka dibuat kerangka konseptual sebagai berikut :



Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran

E. Hipotesis

Berdasarkan identifikasi rumusan masalah dan landasan teori yang telah diajukan sebelumnya maka dapat dikemukakan hipotesis sebagai berikut:

1. Ho1 : Lokasi tidak mempengaruhi keputusan nasabah terhadap pemilihan produk cicil emas di BSI Cabang Pematang Siantar.

Ha1 : Lokasi mempengaruhi keputusan nasabah terhadap pemilihan produk cicil emas di BSI Cabang Pematang Siantar.

2. Ho2 : Promosi tidak mempengaruhi keputusan nasabah terhadap pemilihan produk cicil emas di BSI Cabang Pematang Siantar.

Ha2 : Promosi mempengaruhi keputusan nasabah terhadap pemilihan produk cicil emas di BSI Cabang Pematang Siantar.

3. Ho3 : Produk tidak mempengaruhi keputusan nasabah terhadap pemilihan produk cicil emas di BSI Cabang Pematang Siantar.

Ha3 : Produk mempengaruhi keputusan nasabah terhadap pemilihan produk cicil emas di BSI Cabang Pematang Siantar.

4. Ho4 : Pelayanan tidak mempengaruhi keputusan nasabah terhadap pemilihan produk cicil emas di BSI Cabang Pematang Siantar.

Ha4 : Pelayanan mempengaruhi keputusan nasabah terhadap pemilihan produk cicil emas di BSI Cabang Pematang Siantar.

BAB III
METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan merupakan penelitian deskriptif dan kuantitatif. Penelitian kualitatif dalam penelitian ini adalah pada tahap analisis studi kasus dan pengumpulan data yaitu dengan melakukan penyebaran kuisisioner dan studi lapangan kepada para pengambil keputusan mengenai indikator sebab menggunakan jasa Bank Syariah Indonesia Cabang PematangSiantar. Penggunaan metode kuantitatif adalah pada tahap pengumpulan dan analisis data dengan metode Borda serta penelitian ini mengkaji teori yang sudah ada sebelumnya.

B. Lokasi dan Waktu

Lokasi Penelitian ini adalah jalan Perintis Kemerdekaan No.1 Kecamatan Siantar Barat, Kota Pematang Siantar, Sumatera Utara.

Tabel 3.1 Jadwal Pelaksanaan Penelitian Waktu Kegiatan

No	Keterangan	Bulan dan minggu																							
		Oktober 2021				Desember 2021				Februari 2022				Juni 2022				Juli 2022				Agustus			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan Judul																								
2	Penyusunan Proposal																								
3	Bimbingan Proposal																								
4	Seminar Proposal																								

No	Keterangan	Bulan dan Minggu								
		September 2022				Oktober 2022				November 2022
		1	2	3	4	1	2	3	4	1
5	Pengumpulan data									
6	Bimbingan Skripsi									
7	Sidang skripsi									

C. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi dari penelitian ini adalah seluruh nasabah dari Bank Syariah Indonesia Cabang PematangSiantar yang menggunakan produk cicil emas namun, belum diketahui secara pasti berapa jumlah populasi tersebut.

b. Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik nonprobability sampling yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik Purposive Sampling yaitu teknik penentuan sampel atas dasar pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2003) dalam hal ini sampel diambil sesuai dengan penelitian yaitu kriteria nasabah yang menggunakan produk cicil emas.

Dalam penelitian ini, tidak ada rumus tertentu untuk mendapatkan angka pasti dalam menentukan sampel, sebab dihitungnya sebagai nasabah adalah ketika awal melakukan akad jual beli untuk melakukan cicil emas.

Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah 69 nasabah. Melihat jumlah populasi yang juga banyak maka penelitian ini dilakukan dengan sampel.

c. Teknik Penarikan Sampel

Teknik penarikan sampel dengan menggunakan rumus Slovin :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Batas Toleransi Kesalahan (10%)

$n = 69 / 1 + 69 (0.01)$

$n = 69 / 1 + 0.69$

$n = 69 / 1,69$

$n = 40$

Berdasarkan perhitungan dengan jumlah populasi sebanyak 69 nasabah maka ukuran sampel yang di peroleh sebanyak 40 nasabah.

D. Variabel Penelitian dan Defenisi Operasional Variabel

a. Variabel Penelitian

Batasan operasional penelitian ini adalah menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan produk cicil emas pada Bank Syariah Indonesia Cabang PematangSiantar, dimana faktor-faktor utama yaitu lokasi, promosi, produk, dan pelayanan.

b. Defenisi Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan penjabaran akan definisi variabel pada penelitian ini :

1. Lokasi adalah letak atau tempat berdirinya Bank Syariah Indonesia yang tersebar di kota Pematang Siantar.
2. Promosi adalah upaya Bank Syariah Indonesia dalam memperkenalkan produknya kepada masyarakat, sehingga masyarakat memiliki minat untuk menggunakan produk Bank Syariah Indonesia.
3. Produk adalah barang atau jasa yang dapat diperjual belikan oleh Bank Syariah Indonesia.
4. Pelayanan adalah fasilitas yang diterima baik berupa interaksi maupun lingkungan yang berhubungan dengan Bank Syariah Indonesia.

E. Metode Pengumpulan Data

a. Data Primer

Teknik pengumpulan data primer dilakukan melalui teknik studi lapangan dengan menebar kuisioner dan wawancara terkait faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah memilih produk cicil emas di Bank Syariah Indonesia sebagai lembaga pembiayaannya.

b. Data Skunder

Teknik pengumpulan data sekunder dilakukan dengan cara studi dokumentasi dan studi literatur terkait data nasabah, profil perusahaan, dan pelaksanaan Bank Syariah Indonesia dalam operasionalnya.

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang disajikan dengan variable lokasi (A), Variabel Promosi (B), Variabel (C) Produk, Variabel D (Pelayanan)

Tabel 3.2 Instrumen Penelitian

Alternatif	Pernyataan
Lokasi (A)	Lokasi mudah dijangkau
	Lokasi dapat terlihat ditepi jalan
	Lokasi strategis dekat dengan keramaian dan pertokoan
	Kemudahan Akses
	Memiliki tempat parkir yang aman dan luas
Promosi (B)	Periklanan
	<i>Personal selling</i>
	Promosi penjualan
	<i>Public relation</i>
	<i>Word to Mouth</i>
Produk (C)	Pengetahuan terhadap produk

	Produk pembiayaan lebih transparan
	Kemudahan dalam prosedur
	Biaya pengelolaan (<i>Mu'nah</i>) yang rendah
	Proses pinjaman (<i>Marhun Bih</i>) cepat dan sesuai
Pelayanan (D)	Pegawai melayani tepat waktu dan sesuai dengan janji (<i>Realibility</i>)
	Pegawai rapi, sopan, dan memiliki kredibilitas (<i>Assurance</i>)
	Pegawai memberikan perhatian terhadap kesulitan dan kebutuhan nasabah (<i>Emphaty</i>)
	Pegawai membantu dan melayani cepat dan jelas (<i>Responsiviness</i>)
	Kantor dan fasilitas memadai (<i>Tangible</i>)

Metode Borda

Metode Borda yang dikemukakan oleh penemunya Jean Charles de Borda pada abad ke-18 merupakan salah satu metode yang digunakan untuk menentukan alternatif terbaik dari beberapa alternatif yang dipilih. Setiap alternatif pilihan pengambil keputusan akan dinilai dari bobotnya berdasarkan rankingnya. Bobot yang terbesar merupakan alternatif yang terbaik pilihan para pengambil keputusan.

Tabel 3.3 Pengambilan Keputusan Individu dengan Borda

Alternatif	Item Pernyataan	Peringkat
A	<i>DM1</i>	1
B	<i>DM2</i>	2
C	<i>DM3</i>	3
D	<i>DM4</i>	4
E	<i>DM5</i>	5

Tabel 3.4 Bobot Ranking Borda

Ranking	Bobot
1	5
2	4
3	3
4	2
5	1

Ide dasar dalam Metode Borda adalah dengan memberikan bobot pada masing-masing kriteria ranking pertama, ranking kedua, dan seterusnya.

Tabel 3.5 Perhitungan Nilai Borda

No	Alternatif	Ranking					Poin Borda	Nilai Borda
		1	2	3	4	5		
1	<i>DM1</i>						R ₁	W ₁
2	<i>DM2</i>						R ₂	W ₂
3	<i>DM3</i>						R ₃	W ₃
4	<i>DM4</i>						R ₄	W ₄
5	<i>DM5</i>						R ₅	W ₅
Bobot Ranking		5	4	3	2	1		

Pada perhitungan tentang nilai *borda* pada penilaian kepentingan kriteria dijelaskan seperti persamaan sebagai berikut :

$$: W_1 = \frac{R_1}{\sum_{i=1}^m R_i}$$

Dengan demikian nilai bobot *borda* terbesar adalah faktor yang paling mempengaruhi dalam pengambilan keputusan nasabah

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Bank Syariah Indonesia

Dalam jangka waktu tiga tahun terakhir eksistensi industri perbankan syariah di Indonesia terus mendapati kenaikan dan perkembangan yang cukup relevan. Pengembangan fasilitas, pembesaran jaringan dan pembaruan pada produk memperlihatkan positive trend setiap tahunnya. Terlebih lagi, antusiasme Bank Syariah untuk melakukan percepatan dapat terlihat dari kuantitas Bank Syariah yang mengambil langkah korporasi. Termasuk juga dengan Bank Syariah milik negara (BUMN) yang terdiri dari Bank Negara Indonesia Syariah, Bank Rakyat Indonesia Syariah dan Bank Syariah Mandiri. Pada tanggal 01 Februari 2021 atau 19 Jumadil Akhir 1442 H dijadikan hari yang bersejarah karena bersatunya ketiga Bank Syariah terbesar di Indonesia yaitu, Bank Negara Indonesia Syariah (BNI Syariah), Bank Syariah Mandiri, Bank Rakyat Indonesia Syariah (BRI Syariah) dan berganti nama menjadi Bank Syariah Indonesia (BSI). Penyatuan ini menghubungkan keunggulan dari 3 Bank Syariah tersebut supaya menghadirkan kualitas pendanaan yang terbaik, cakupan yang lebih besar dan fasilitas yang lebih sempurna. Bank Syariah Indonesia (BSI) juga didorong agar bisa bersaing dengan para kompetitornya pada jenjang nasional atau global yang didukung oleh perusahaan induknya yaitu BNI, Bank Mandiri, BRI serta pemerintah (Kementerian BUMN). Penyatuan ketiga Bank Syariah termasuk sebagai usaha menciptakan Bank Syariah yang menjadi kehormatan bagi seluruh umat dan dijadikan sebagai harapan semangat baru perkembangan perekonomian nasional serta kesejahteraan rakyat. Adanya Bank Syariah Indonesia (BSI) juga dijadikan sebagai gambaran industri perbankan syariah di Indonesia yang mendunia, modern dan memberikan hal-hal baik kepada semua orang.

2. Makna Logo Bank Syariah Indonesia



Gambar 4.1 Logo BSI

Logo BSI secara keseluruhan bernuansa hijau dan putih dengan tulisan BSI dan bintang berwarna kuning di ujung sebelah kanan dari tulisan. Di bawah tulisan BSI disematkan kata “Bank Syariah Indonesia”. Filosofi yang terkandung dalam bintang kuning bersudut 5 mempresentasikan 5 sila Pancasila dan 5 rukun Islam. Tulisan BSI menjadi representasi Indonesia baik di tingkat nasional maupun di tingkat global.

3. Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia (BSI)

a. **Visi** : Top 10 *Islamic Global Bank*

b. **Misi** :

- 1) Memberikan penyelesaian pada keuangan syariah di Indonesia (pelayanan lebih dari 20 juta nasabah dan naik ke salah satu dari 5 bank teratas berdasarkan aset (500+T) dan pada tahun 2025 book value berada di 50T).
- 2) Sebagai bank terbesar yang menawarkan kualitas terbaik kepada para pemegang sekuritas (5 bank yang sangat menguntungkan di Indonesia dengan nilai ROE 18% dan (PB> 2) yaitu valuasi yang besar).
- 3) Sebagai perusahaan kebanggaan dan pilihan dengan bakat terbaik di Indonesia (perusahaan dengan mutu terbaik yang melakukan pemberdayaan pada masyarakat dan berpegang teguh untuk perkembangan pegawai yang berbasis dengan kinerja pegawai).

4. Produk dan Jasa Bank Syariah Indonesia KCP Siantar

Produk dan Jasa Bank Syariah Indonesia (BSI) terbagi menjadi 3 bagian, yaitu:

a. Produk Penghimpun Dana

- 1) Tabungan Tabungan BSI, BSI Tabungan Maburr, BSI Tabungan Maburr Junior, BSI Tabungan Dollar, BSI Tabungan Simpatik, BSI Tabunganku, BSI Tabungan Pensiun, BSI Investa Cendekia dan BSI Tabungan Berencana.
- 2) Deposito BSI Deposito Valas dan BSI Deposito.
- 3) Giro BSI Giro Valas, BSI Giro Singapore Dollar, BSI Giro Euro dan BSI Giro.
- 4) Reksadana
- 5) Tabungan Saham Syariah
- 6) Sukuk Negara Ritel.

b. Produk Pembiayaan

- 1) BSI Pembiayaan Murabahah, Istishna, Musyarakah, Mudharabah IMBT.
- 2) BSI Pembiayaan impian
- 3) Pembiayaan PKPA (Pembiayaan Koperasi Karyawan untuk Para Anggota)
- 4) BSI pembiayaan griya, BSI pembiayaan griya PUMP-KB, BSI Optima Pembiayaan Kepemilikan rumah dan BSI pembiayaan Kepemilikan rumah sejahtera syariah tapak.
- 5) Pembiayaan cicil emas BSI dan gadai emas BSI
- 6) BSI pembiayaan umrah
- 7) BSI pembiayaan dana berputar
- 8) BSI pembiayaan pension
- 9) BSI pembiayaan warung mikro
- 10) BSI Pembiayaan alat kedokteran dana berputar
- 11) BSI Pembiayaan Oto
- 12) BSI Pembiayaan Edukasi
- 13) BSI pembiayaan dengan agunan investasi Syariah di Indonesia

c. Produk Layanan

- 1) BSI ATM, BSI SMS Banking, BSI, Net Banking, BSI card, BSI notifikasi, BSI Mobile Banking dan BSI 14040
- 2) BPI (BSI Pembayaran Institusi).
- 3) Westren union, Transfer, Transfer Nusantara dan Transfer Valas
- 4) BSI e-money.
- 5) BPR host to host.
- 6) MBP (Multi Bank Payment).

5. Produk Pembiayaan Cicil Emas dan Gadai Emas Bank Syariah Indonesia

- a. Produk Gadai Emas Bank Syariah Indonesia Berdasarkan dengan fatwa DSN Nomor 26/DSN-MUI/III/2002 mengenai rahn emas pada awal bulan Juli di tahun 2002 dan pada tahun 2018 BSI (Bank Syariah Indonesia) KCP Siantar baru meluncurkan produk ini. Gadai emas pada BSI ialah pembiayaan dengan jaminan berupa emas sebagai salah satu cara alternatif mendapatkan uang tunai secara cepat. Pada produk pembiayaan ini, akad yang digunakan ialah akad qardh dalam rangka rahn. Akad qardh dalam rangka rahn merupakan akad penyerahan dana pinjaman dari bank kepada nasabah dan penyerahan barang jaminan dari nasabah kepada bank. Akad qardh digunakan untuk mengikat dana pinjaman yang telah disediakan oleh bank kepada nasabah dan akad rahn digunakan untuk mengikat emas sebagai agunan atas dana pinjaman. Serta akad ijarah yang digunakan untuk mengikat pemanfaatan dari biaya pemeliharaan dan jasa penyimpanan agunan. BSI hanya menerima jenis jaminan yang berupa logam mulia atau perhiasan. Nasabah akan memperoleh keuntungan apabila melakukan gadai emas di BSI mulai dari pelayanan yang nyaman, harga yang murah dan kantor cabang yang tersebar luas pada seluruh kota di Indonesia. Untuk melakukan gadai emas pada BSI, nasabah hanya perlu menyiapkan biaya administrasi yang diambil di awal dan biaya pemeliharaan yang diambil diakhir atau diawal periode. Nasabah harus melakukan pembayaran biaya administrasi dan asuransi barang jaminan ketika dana telah dicairkan Untuk biaya pemeliharaan dihitung setiap 15 hari dan pembayaran dilakukan ketika pelunasan.

- b. Gadai emas BSI yang dapat diberikan kepada nasabah dengan nominal paling besar Rp. 250.000.000,- untuk setiap nasabah dalam tempo 4 bulan dan bisa diperpanjang kembali maks. 2 kali masa perpanjangan. FTV untuk produk gadai emas BSI yaitu, nilai FTV untuk logam mulia ialah 90% dan untuk perhiasan ialah 85%. *FTV (Financing To Value)* merupakan suatu perbandingan jumlah nominal yang diterima nasabah atas nilai emas yang digadaikan kepada bank. Penetapan *Financing To Value* BSI sesuai dengan penetapan ketentuan *Financing To Value* Bank Indonesia.
- c. Produk gadai emas BSI memberikan beberapa kemudahan dan manfaat kepada para nasabah, antara lain: proses yang mudah dan cepat, biaya pemeliharaan yang murah, terkoneksi dengan fasilitas yang lainnya seperti ATM dan rekening tabungan serta aman dan terjamin kualitasnya. Adapun tujuan dari penggunaan produk pembiayaan ini ialah untuk dapat membantu memenuhi kebutuhan dana atau sebagai tambahan modal jangka pendek bagi kelompok nasabah usaha mikro (kecil), hal ini disesuaikan dengan UU Nomor 20 Tahun 2008 mengenai usaha kecil menengah dan mikro dengan tujuan bukan untuk melakukan investasi (penanaman modal). Ada beberapa syarat dan ketentuan yang harus dipenuhi nasabah dalam pembiayaan gadai emas BSI, yaitu:
- 1) Pembiayaan awal sebesar Rp. 500.000,-
 - 2) Kartu identitas nasabah
 - 3) Barang jaminan yang berupa emas lantakan atau batangan dan perhiasan emas.
 - 4) Dengan tempo waktu selama 4 (empat) bulan dan dapat diperpanjang atau dapat digunakan kembali sesudah melakukan penaksiran dan pelunasan biaya.
- Proses atau alur mekanisme pembiayaan gadai emas BSI ialah, sebagai berikut:
- 1) Nasabah datang langsung ke kantor Bank Syariah Indonesia KCP Siantar dengan membawa emas yang berupa perhiasan ataupun logam mulia dengan menunjukkan persyaratan pembiayaan yang telah ditentukan. Jika persyaratan yang dibawa oleh calon nasabah sudah lengkap, kemudian nasabah mengisi formulir permohonan gadai yang telah disediakan.

- 2) Barang agunan akan diuji kualitasnya oleh para petugas gadai emas agar dapat menetapkan nilai pembiayaan sesuai dengan jaminan yang diserahkan. Pada perhiasan, nilai taksiran sebesar 85% dan pada logam mulia nilai taksiran sebesar 90%.
- 3) Setelah melakukan penaksiran, petugas gadai akan menguji keaslian dari barang agunan tersebut sesuai dengan tahapan yang telah ditetapkan.
- 4) Setelah itu, petugas gadai akan menemui kepala cabang untuk menentukan ditolak atau diterimanya pembiayaan tersebut. Sesudah mendapatkan keputusan yang diterima dari kepala cabang, petugas gadai akan memberitahukannya kepada nasabah.
- 5) Apabila pengajuan diterima, petugas gadai akan langsung memperhitungkan jumlah pembiayaan yang akan diberikan kepada nasabah serta menentukan jumlah biaya administrasi yang sesuai dengan ketentuan dari BI.
- 6) Pencairan dana dilakukan melalui rekening milik nasabah dan didalamnya juga termasuk dengan biaya administrasi yang sesuai dengan ketentuan.

Produk Pembiayaan Cicil Emas Bank Syariah Indonesia Pembiayaan cicil emas BSI memuat ketentuan berdasarkan DSN MUI Nomor 77/DSN-MUI/V/2010 mengenai jual beli emas secara non tunai dan berdasarkan surat edaran Bank Indonesia Nomor 14/016/DPBS 2012. Produk cicil emas BSI adalah suatu fasilitas yang diberikan BSI guna membantu nasabah dalam membeli atau memiliki emas yang berbentuk lantakan atau batangan dengan tata cara yang mudah dan sangat memberikan keuntungan. Pembiayaan hanya diberikan pada jenis emas lantakan atau batangan dengan minimum sebesar 10 gram. Produk ini menggunakan akad dan untuk agunannya menggunakan akad *rahn*. Pembayaran cicil emas BSI dilakukan dengan cara angsuran dengan nominal jumlah angsuran yang sama pada setiap bulannya. Nasabah dapat menentukan sendiri jangka waktu pembiayaan antara 2 tahun sampai 5 tahun dan pelunasan boleh dipercepat akan tetapi setelah pembiayaan berjalan selama setahun. Nasabah dianjurkan untuk membayar uang muka sebesar 20% dari harga pendapatan emas, pembayaran uang muka dilakukan secara tunai oleh nasabah.

Dana pembayaran uang muka haruslah bersumber dari *self financing* atau dana milik nasabah dan bukan yang bersumber dari pembiayaan yang telah diberikan bank. Pada produk cicil emas BSI (Bank Syariah Indonesia) besaran *Plafond* yang diberikan maks. 80% dari harga emas batangan (lantakan) yang diperoleh. Jumlah limit cicil emas BSI secara keseluruhan maksimal Rp. 250.000.000,- dan Nasabah berhak mempunyai pembiayaan dengan akad *qardh* serta agunan yang berupa emas. 5 Untuk melakukan pembiayaan cicil emas BSI nasabah harus menyiapkan terlebih dahulu biaya administrasi, asuransi dan juga materai.

Pembiayaan ini juga memerlukan jaminan yang sesuai dengan ketentuan, jaminan tersebut dapat berupa barang atau benda yang merupakan objek pembiayaan, jaminan tersebut tidak dapat dilakukan penukaran dengan agunan yang lain, jaminan diikat sesuai jangka waktu pembiayaan dan jaminan tersebut berbentuk fisik yang disimpan oleh bank. Pemasok emas pada produk cicil emas BSI adalah PT. Antam Persero, toko emas dan usaha perorangan yang memiliki kolaborasi dengan bank. Adapun manfaat yang dapat diperoleh oleh nasabah dalam produk ini, yaitu: pertama, asuransi emas milik nasabah memberikan rasa aman dan melindungi. Selanjutnya yang kedua, emas milik nasabah dapat dijadikan uang dengan cara digadaikan dan dijual. Selanjutnya yang ketiga, emas tersebut berfungsi sebagai tabungan nasabah, bank hanyalah memegang amanah mengelolanya sesuai dengan syariah dan kepemilikan atas emas tersebut adalah hak dari nasabah. Dan terakhir yang keempat, memberikan bantuan kepada para nasabah yang memiliki keinginan untuk melakukan investasi emas, dikarenakan BSI melakukan investasi sesuai dengan ketentuan syariah. Untuk dapat melakukan pembiayaan, nasabah harus memenuhi beberapa syarat, yaitu:

- 1) WNI atau Warga Negara Indonesia
- 2) Mempunyai kartu Identitas yang dapat berupa KTP atau NPWP
- 3) Karyawan dengan usia min. 21 tahun dan maks. 55 tahun
- 4) Seorang pensiunan dengan usia maks. 70 tahun tepat ketika masa waktu pembiayaan tersebut telah habis
- 5) Wiraswasta dengan usia maks. 60 tahun

Berikut ini adalah kebijakan alur mekanisme pembiayaan cicil emas yang ditetapkan oleh BSI (Bank Syariah Indonesia) KCP Siantar

- 1) Bank memberikan persetujuan pembiayaan cicil emas atau kepemilikan emas BSI kepada nasabah yang pelaksanaannya menggunakan akad murabahah untuk kepemilikan emas baik dalam bentuk lantakan (batangan) dan atau perhiasan sesuai dengan spesifikasi yang tercantum pada Surat Berharga Kepemilikan Emas (SBKE).
 - 2) Dari penjelasan yang terdapat pada butir 1 pada akad ini, nasabah telah menganggap dirinya memiliki hutang pada bank dengan pembiayaan kepemilikan emas (cicil emas BSI) sebagaimana yang tercantum dalam SBKE, yang terdiri dari harga jual dikurangi dengan uang muka, dan belum termasuk biaya administrasi. Masing-masing nominal dari harga jual, uang muka dan biaya administrasi tercantum dengan SBKE. Dimana harga jual adalah harga perolehan pembelian emas yang ditambah margin bank.
 - 3) Sebagaimana butir akad induk, jika nasabah secara tidak langsung lupa untuk membayar produk cicil emas BSI maka nasabah akan dikenakan denda atas keterlambatan pembayaran dari bank dengan jumlah sesuai yang tercantum pada lembar jadwal angsuran pembiayaan hal ini berdasarkan dengan persetujuan dan kesepakatan bersama.
 - 4) Agar dapat lebih menjamin pembayaran hutang sesuai dengan ketertiban dari akad induk pada produk ini, nasabah sebaiknya menjaminkan emasnya kepada bank melalui pembiayaan cicil emas BSI.
 - 5) Perjanjian dan pembayaran dilakukan nasabah berdasarkan akad induk dengan tenggat waktu terbatas dan pembayaran dilakukan dengan cara menggansur setiap bulan sesuai SBKE dan tenggat waktu serta jumlah angsuran tercantum dalam SBKE.
- 6. Tingkat Perkembangan Produk Pembiayaan Gadai Emas Bank Syariah Indonesia KCP Siantar.**

Berikut ini adalah data mengenai perkembangan pada produk pembiayaan gadai emas BSI KCP Palembang sejak tahun 2020 s/d 2022:

Tabel 4. 1 Data Perkembangan Produk Gadai Emas BSI KCP Siantar Tahun 2020-2022 (Dalam Ribuan Rupiah)

Tahun	Jumlah Nasabah	Nilai Jaminan	Nilai Pembiayaan	Biaya Penitipan
2020	82	849,690,334.80	739,230,599.98	77,619,212.96
2021	105	1,380,047,050.00	1,200,640,933.50	126,067,298.00
2022	132	1,382,334,950.00	1,202,631,406.50	126,276,297.68

Dapat dilihat dari tabel diatas, bahwa setiap tahunnya produk gadai emas terus mengalami peningkatan. Hal ini terbukti dari meningkatkan jumlah nasabah produk gadai emas setiap tahunnya. Pada tahun 2020, Bank Syariah Indonesia KCP Siantar memiliki total 82 nasabah yang melakukan gadai emas dengan total nilai jaminan Rp849,690,344.80,- dan total nilai pembiayaan gadai emas sebesar Rp739,230,599.98,-. Sedangkan untuk total biaya penitipan dari 82 nasabah sebesar Rp77,619,212.96,-.

Apabila dilakukan perbandingan antara jumlah nasabah pada tahun 2020 dan tahun 2021. Pada tahun 2021 terjadi peningkatan yang cukup signifikan ditandai dengan kenaikan jumlah nasabah sebesar 9% atau berjumlah 105 nasabah, peningkatan ini cukup tinggi karena mempengaruhi total nilai jaminan, total nilai penitipan dan nilai pembiayaan sehingga memberikan profit pada Bank Syariah Indonesia KCP Siantar.

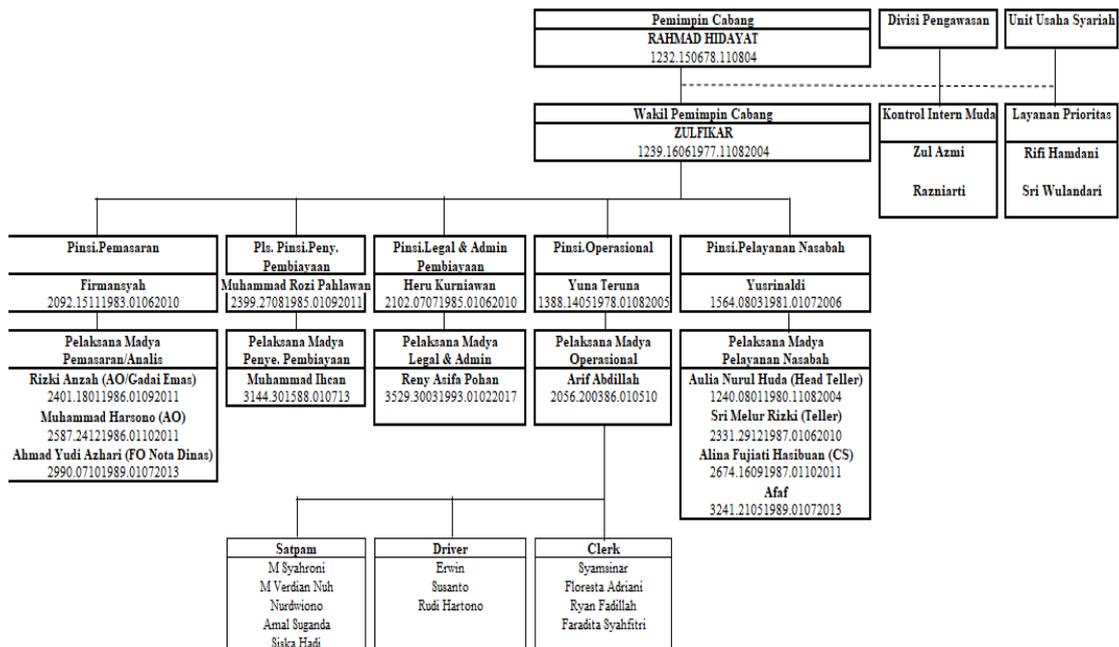
Produk gadai emas BSI KCP Siantar terus mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Pada tahun 2022 total jumlah nasabah meningkat sebanyak 132 nasabah apabila dibandingkan dengan total jumlah nasabah pada tahun 2021, jumlah nasabah pada tahun 2022 mengalami kenaikan sebesar 12%. Tentu saja hal ini memberikan pengaruh terhadap total nilai penitipan, total nilai pembiayaan dan juga total nilai jaminan sebesar Rp1,382,334,950.00, nilai pembiayaan sebesar Rp1,202,631,406.50, dan nilaijaminan sebesar Rp126,276,297.68,-

Sejak produk gadai emas BSI KCP Siantar diluncurkan, produk pembiayaan ini mengalami perkembangan yang sangat cepat dan tidak menutup kemungkinan jika BSI terus melakukan pembaruan pada produk ini maka akan mendapatkan

pencapaian yang lebih optimal. Oleh sebab itu BSI KCP Siantar mengharapkan agar produk ini setiap tahunnya terus mengalami peningkatan.

7. Struktur Organisasi dan Deskripsi Tugas

Struktur organisasi pada BSI Cabang Siantar



Gambar 4.2 Struktur organisasi BSI Cabang Siantar

Deskripsi tugas antara lain:

a. Pimpinan BSI Cabang Siantar

Sebagai Pemimpin memiliki tugas membawahi seluruh bagian yang ada dan bertanggung jawab atas segala kegiatan yang menyangkut perkembangan dan kelangsungan hidup bank serta yang terpenting adalah menetapkan berbagai kebijakan-kebijakan dan pengambilan keputusan demi kemajuan BSI Cabang Siantar, Tanggung Jawab Pemimpin:

- 1) Seluruh operasional kantor cabang syariah dan unit kantor dibawahnya kepada direksi.
- 2) Kinerja kantor cabang syariah dengan mengacu pada rencana kerja anggaran tahunan dan standar rasio yang sehat.
- 3) Pencapaian progam kerja kantor cabang syariah.
- 4) Kelayakan dan kualitas pembiayaan yang diberikan.
- 5) Pengeluaran biaya yang terjadi di kantor cabang syariah.

- 6) Kebenaran dan ketetapan waktu laporan yang diterbitkan.
- 7) Pemahaman dan kepatuhan melaksanakan pekerjaan sesuai dengan standar operasional prosedur dilingkungan kantor cabang syariah.
- 8) Keberhasilan pelaksanaan standar pelayanan Bank Sumut dilingkungan kantor cabang syariah.
- 9) Disiplin kerja pejabat dan pegawai dilingkungan kantor cabang syariah.
- 10) Keamanan transaksi dan penggunaan aplikasi OLIB'S.
- 11) Kerahasiaan dan keselamatan dokumen, arsip serta seluruh kelayakan perusahaan yang berada dilingkungan kantor cabang syariah.

b. Wakil Pimpinan BSI Cabang Siantar

Tugas Wakil Pimpinan:

- 1) Membantu pimpinan cabang syariah.
- 2) Mengajukan rencana anggaran, investasi, inventaris untuk seksi operasional yang akan dituangkan ke dalam Rencana Kerja Anggaran Tahunan Bank.
- 3) Menyusun program kerja seksi operasional sehubungan dengan upaya pencapaian target rencana kerja dan melakukan pemantauan serta mengevaluasi pelaksanaannya.
- 4) Menindaklanjuti hasil temuan dan/atau rekomendasi dari *control inten* atau satuan pemeriksaan internal kepada pimpinan cabang syariah.
- 5) Melakukan proses tutup hari transaksi dan mencetak rekap lampiran serta mencocokkannya dengan neraca.
- 6) Mengkoordinir pembuatan perhitungan ongkos yang masih harus dibayar pada akhir tahun buku.
- 7) Mengatur pemakaian kendaraan dinas untuk keperluan kantor cabang syariah.
- 8) Mengatur penjilidan nota-nota dan dokumen serta menata usahakan penyimpanannya.
- 9) Melakukan administrasi dan pendistribusian surat menyurat dan mengawasi, memelihara serta mengatur ruang arsip kantor cabang syariah.

- 10) Menatausahakan surat edaran, surat induksi, surat keputusan nota dinas direksi dan naskah tata dinas lainnya.
- 11) Memonitor dan mengerjakan pengiriman surat melalui tromol pos maupun pengantar surat.
- 12) Membuat laporan terkait operasional seksi operasional sesuai ketentuan yang berlaku.
- 13) Melakukan evaluasi atas kinerja seksi operasional.
- 14) Melakukan tugas lainnya sesuai fungsi dan aktivitas seksi operasional.

Tanggung Jawab Wakil Pimpinan:

- 1) Seluruh operasional, seksi operasional wakil pimpinan cabang syariah.
- 2) Kinerja seksi operasional dengan mengacu pada rencana kerja anggaran tahunan dan standar rasio yang sehat.
- 3) Pencapaian program kerja seksi operasional.
- 4) Disiplin kerja pejabat, staf dan pegawai dilingkungan seksi operasional.
- 5) Kebenaran dan ketepatan waktu laporan yang diterbitkan.
- 6) Penerapan tata kelola perusahaan dilingkungan seksi operasional.
- 7) Keberhasilan pelaksanaan standar pelayanan Bank Sumut dilingkungan seksi operasional.
- 8) Keamanan transaksi dan penggunaan aplikasi OLIB'S.
- 9) Kerahasiaan dan keselamatan dokumen, arsip serta seluruh kelayakan perusahaan yang berada dilingkungan seksi operasional.

c. Pimpinan Seksi Pemasaran

Tugas Seksi Pemasaran adalah membantu pimpinan cabang syariah dalam:

- 1) Kegiatan pembiayaan produk penghimpunan dana, pembiayaan dan jasa bank serta layanan syariah sesuai rencana kerja bank.
- 2) Melakukan analisa permohonan pembiayaan dan bank garansi.
- 3) Mengawasi kepatuhan pegawai melaksanakan standar operasional prosedur dilingkungan seksi pemasaran.
- 4) Mengawasi pelaksanaan tata kelola perusahaan (GCG) oleh pegawai dilingkungan seksi pemasaran.

- 5) Penggunaan teknologi informasi oleh pejabat dan pegawai dilingkungan seksi pemasaran.
- 6) Mengawasi pelaksanaan standar pelayanan Bank Sumut oleh pegawai dilingkungan seksi pemasaran.
- 7) Mengajukan rencana anggaran, investasi, inventaris seksi pemasaran untuk dituangkan ke dalam rencana anggaran tahunan bank.
- 8) Menyusun program kerja seksi pemasaran sehubungan dengan upaya pencapaian target rencana kerja dan melakukan pemantauan serta mengevaluasi pelaksanaannya.
- 9) Menindaklanjuti hasil temuan atau rekomendasi dari *control internal* satuan pemeriksaan internal serta melaporkan tindak lanjut temuan kepada Pemimpin cabang syariah.
- 10) Menghadiri dan memberikan pendapat dalam rapat kelompok pemutus pembiayaan.
- 11) Melakukan kunjungan ke lokasi usaha atau proyek yang telah dibiayai serta periodik dalam rangka pengawasan atas pembiayaan yang diberikan.
- 12) Memberikan saran atau pertimbangan kepada pimpinan cabang syariah tentang langkah-langkah yang perlu diambil dibidang tugasnya.
- 13) Melakukan koordinasi kerja dengan unit kerja di kantor cabang syariah.
- 14) Membuat laporan terkait operasional seksi pemasaran sesuai ketentuan yang berlaku.
- 15) Melaksanakan tugas lainnya sesuai fungsi dan aktifitas seksi pemasaran.

Tanggung Jawab Seksi Pemasaran:

- 1) Pencapaian target penghimpunan dana, pembiayaan, pembiayaan produk jasa bank dan pembiayaan syariah (*Office Chanelling*).
- 2) Pencapaian program kerja seksi pemasaran.
- 3) Kelayakan dan kualitas pembiayaan yang diberikan.
- 4) Kebenaran dan ketepatan waktu laporan yang diterbitkan.

- 5) Pemahaman dan kepatuhan melaksanakan pekerjaan sesuai dengan standar operasional prosedur dilingkungan pegawai seksi pemasaran.
- 6) Keberhasilan pelaksanaan standar pelayanan Bank Sumut dilingkungan pegawai seksi pemasaran.
- 7) Disiplin kerja dilingkungan pegawai seksi pemasaran.
- 8) Keamanan transaksi dan penggunaan aplikasi OLIB'S oleh pegawai seksi pemasaran.
- 9) Kerahasiaan dan keselamatan dokumen, arsip serta seluruh kekayaan perusahaan yang berada dilingkungan seksi pemasaran.
- 10) Memegang teguh rahasia jabatan dan rahasia bank.

d. Pemimpin Seksi ADM & Penyelamatan Pembiayaan

Tugas seksi ADM & penyelamatan pembiayaan adalah membantu pimpinan cabangsyariah dalam:

- 1) Kegiatan administrasi pembiayaan.
- 2) Melakukan kunjungan kepada debitur bermasalah dan pengupayaan penyelesaian pembiayaan non lancar sesuai ketentuan yang berlaku.
- 3) Penyelenggaraan kegiatan yang berhubungan dengan restrukturisasi pembiayaan.
- 4) Mengawasi kepatuhan dalam melaksanakan standar operasional prosedur dilingkungan pegawai seksi Adm & penyelamatan pembiayaan.
- 5) Mengawasi penggunaan teknologi informasi dilingkungan pegawai seksi Adm & penyelamatan pembiayaan.
- 6) Mengajukan rencana anggaran, investasi, inventaris seksi Adm & penyelamatan pembiayaan.
- 7) Menyusun program kerja seksi Adm & penyelamatan pembiayaan sehubungan dengan upaya pencapaian target rencana kerja dan melakukan pemantauan serta mengevaluasi pelaksanaannya.
- 8) Menyusun jadwal kunjungan tim penyelamatan pembiayaan dan mengkoordinir penagihan tunggakan pembiayaan.

- 9) Membuat surat peringatan dan surat panggilan kepada debitur pembiayaan non lancer.
- 10) Membuat laporan terkait operasional seksi Adm & penyelamatan pembiayaan.
- 11) Melakukan evaluasi atas kinerja seksi Adm & penyelamatan pembiayaan.
- 12) Mewakili bank dalam mengadakan hubungan atau kerjasama dengan pihak lain berkaitan pelaksanaan fungsi seksi Adm & penyelamatan pembiayaan.
- 13) Menghadiri dan memberikan pendapat dalam rapat kelompok pemutus pemasaran.
- 14) Mempersiapkan surat pengajuan penagihan dan penyelamatan pembiayaan bermasalah kepada BUPLN melalui/atas izin kantor pusat.
- 15) Mengelola dan mengamankan kunci penyimoanan surat barang agunaan pembiayaan.

Tanggung jawab Pemimpin seksi Adm dan penyelamatan pembiayaan:

- 1) Seluruh kegiatan operasional seksi Adm dan penyelamatan pembiayaan kepada Pemimpin cabang syariah.
- 2) Kinerja seksi Adm dan penyelamatan pembiayaan dengan mengacu pada rencana kerja tahunan dan standar rasio yang sehat.
- 3) Penerapan tata kelola perusahaan dilingkungan pegawai seksi Adm dan penyelamatan pembiayaan.
- 4) Keamanan transaksi dan penggunaan aplikasi OLIB'S.
- 5) Kebenaran dan ketetapan waktu laporan yang diterbitkan.
- 6) Kerahasiaan dan kepatuhan melaksanakan pekerjaan sesuai dengan standar operasional prosedur dilingkungan pegawai seksi Adm dan penyelamatan pembiayaan.
- 7) Pencapaian program kerja seksi Adm dan penyelamatan pembiayaan.

e. Teller

Tugas Teller:

- 1) Melayani penyetoran dan pembayaran tunai sehubungan transaksi.
- 2) Melakukan pembayaran dan penerimaan yang berhubungan dengan pembayaran biaya bank, personalia dan umum melalui counter bank.
- 3) Menyusun daftar penerimaan dan pengeluaran uang tunai dan melakukan pencocokan saldo dengan fisik uang dan saldo pada neraca harian.

f. Costumer Service

Tugas Costumer Service:

- 1) Memberikan pelayanan kepada nasabah yang berkaitan dengan pembukaan rekening tabungan, giro, pembukaan deposito, permohonan nasabah yang lainnya.
- 2) Menerima, melayani dan mengatasi permasalahan yang disampaikan nasabah sehubungan dengan ketidakpuasan nasabah atas pelayanan yang diberikan oleh pihak bank.
- 3) Mengadministrasi daftar hitam Bank Indonesia dan daftar rehabilitasi nasabah serta file nasabah.
- 4) Mengadministrasi resi permintaan dan pengembalian buku cek dan bilyet giro serta surat kuasa.
- 5) Memberikan informasi tentang saldo dan mutasi nasabah.
- 6) Mengadministrasi buku cek, bilyet giro dan buku tabungan.

Memperkenalkan dan menawarkan produk dan jasa yang ada dan yang baru sesuai dengan keinginan dan kebutuhan nasabah

B. Identitas Responden

Sebelum pengolahan data dilakukan , penulis terlebih dahulu mengidentifikasi identitas responden yang menjadi sampel penelitian , dalam penelitian ini Pihak BSI memberikan izin kepada peneliti dan menetapkan jumlah sampel sebesar 40 responden, untuk menentukan faktor apa saja yang membuat mereka memilih membeli emas di BSI. Adapun identitas responden yang ditanyakan adalah usia, jenis kelamin dan pendapatan.

Di bawah ini akan dijelaskan identitas responden dari angket yang sudah disebar, peneliti sudah menyebarkan sebanyak 40 angket, identitas diri yang ditanyakan adalah jenis kelamin, usia dan pendapatan perbulan.

Tabel 4.2 Usia Responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 25-35 tahun	22	55.0	55.0	55.0
36-46 tahun	15	37.5	37.5	92.5
47-57 tahun	3	7.5	7.5	100.0
Total	40	100.0	100.0	

sumber :data diolah 2022

Tabel 4.1 menunjukkan usia responden yang menjadi sampel penelitian, terlihat mayoritas responden berada di usia 25-35 tahun berjumlah 22 orang (55%), lalu responden yang berusia diantara 36-46 tahun berjumlah 15 orang (37.5%), dan responden yang berusia diantara 47-57 tahun berjumlah 3 orang (7.5%).

Tabel 4.3 Jenis Kelamin Responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Perempuan	29	72.5	72.5	72.5
Laki Laki	11	27.5	27.5	100.0
Total	40	100.0	100.0	

sumber :data diolah 2022

Tabel 4.2 menunjukkan jenis kelamin responden yang menjadi sampel penelitian, terlihat mayoritas responden bergender Perempuan yakni 29 orang (72.5%) dan responden Laki laki berjumlah 11 orang (27.5%).

Tabel 4.4 Pendapatan Responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < 10 juta	28	70.0	70.0	70.0
10-20 juta	8	20.0	20.0	90.0
> 20 juta	4	10.0	10.0	100.0

Tabel 4.3 menunjukkan pendapatan responden yang menjadi sampel penelitian, terlihat mayoritas responden berpendapatan dibawah 10 juta berjumlah 28 orang (70%), lalu responden yang berpenghasilan 10-20 juta berjumlah 8 orang (20%), dan responden yang berpendapatan 20 juta/bulan berjumlah 4 orang (10%).

C. Penyajian Data

Di bawah ini akan dijelaskan persentase jawaban responden untuk masing masing angket yang sudah disebar, penelitian ini menggunakan skala *likerts*.

Tabel 4.5
Penilaian Skala Likert

Keterangan	Nilai
STS	1
TS	2
KS	3
S	4
SS	5

Tabel 4.6 Persentase Jawaban Variabel Lokasi

No	STS		TS		KS		S		SS		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1. Saya membeli emas di PT BSI karena Lokasi mereka mudah dijangkau	-	-	-	-	1	2,5	20	50	19	47,5	40	100
2. Saya membeli emas di PT BSI karena Lokasi mereka Jarak nya tidak jauh dari lokasi saya	-	-	-	-	1	2,5	20	50	19	47,5	40	100
3. Lokasi PT BSI dapat dengan Mudah terlihat ditepi jalan	-	-	-	-	1	2,5	21	52,5	18	45	40	100
4. Lokasi PT BSI dapat dengan Mudah terlihat dari kejauhan	-	-	-	-	-	-	21	52,5	19	47,5	40	100
5. PT BSI memiliki lokasi strategis yang dekat dengan keramaian dan pertokoan	-	-	-	-	-	-	20	50	20	50	40	100
6. PT BSI dekat lokasi strategis yang dekat dengan keramaian dan pertokoan yang mudah dijangkau	-	-	-	-	1	2,5	20	50	19	47,5	40	100
7. Banyak Kendaraan umum yang melewati PT BSI	1	2,5	1	2,5	4	10	16	40	18	45	40	100
8. PT BSI memiliki lokasi yang gampang di akses dari lokasi manapun	-	-	3	7,5	2	5	15	37,5	20	50	40	100
9. PT BSI memiliki lokasi yang parkir yang aman	-	-	5	12,5	5	12,5	9	22,5	21	52,5	40	100

10 PT BSI memiliki lokasi yang parkir yang luas	2	5	2	5	9	22,5	19	47,5	8	20	40	100
---	---	---	---	---	---	------	----	------	---	----	----	-----

Sumber: Hasil Olah data 2022

Penjelasan dari tabel di atas adalah :

1. Pada pernyataan "Saya membeli emas di PT BSI karena Lokasi mereka mudah dijangkau" mayoritas responden menjawab setuju yaitu 20 orang (50%) dan sangat setuju berjumlah 19 orang (47,5%) dan sisanya 1 orang (2,5%) menjawab kurang setuju artinya dalam penelitian ini responden memilih membeli emas di PT BSI karena Lokasi mereka mudah dijangkau .
2. Pada pernyataan "Saya membeli emas di PT BSI karena Lokasi mereka Jarak nya tidak jauh dari lokasi saya" mayoritas responden menjawab setuju yaitu 20 orang (50%) dan sangat setuju berjumlah 19 orang (47,5%) dan sisanya 1 orang (2,5%) menjawab kurang setuju artinya dalam penelitian ini responden memilih membeli emas di PT BSI karena Lokasi mereka Jarak nya tidak jauh dari lokasi.
3. Pada pernyataan "Lokasi PT BSI dapat dengan Mudah terlihat ditepi jalan" mayoritas responden menjawab setuju yaitu 21 orang (52,5%) dan sangat setuju berjumlah 18 orang (45%) dan sisanya 1 orang (2,5%) menjawab kurang setuju artinya dalam penelitian ini responden memilih membeli emas di PT BSI karena dapat dengan Mudah terlihat ditepi jalan
4. Pada pernyataan "Lokasi PT BSI dapat dengan Mudah terlihat dari kejauhan" mayoritas responden menjawab setuju yaitu 21 orang (52,5%) yaitu 21 orang (52,5%) dan sangat setuju berjumlah 19 orang (47,5%) artinya dalam penelitian ini responden memilih membeli emas di PT BSI karena Lokasi PT BSI dapat dengan Mudah terlihat dari kejauhan.
5. Pada pernyataan "PT BSI memiliki lokasi strategis yang dekat dengan keramaian dan pertokoan " mayoritas responden menjawab setuju yaitu 20 orang (50%) dan sangat setuju berjumlah 20 orang (40%) artinya dalam penelitian ini responden memilih membeli emas di PT BSI memiliki lokasi strategis yang dekat dengan keramaian dan pertokoan.
6. Pada pernyataan "PT BSI dekat lokasi strategis yang dekat dengan keramaian dan pertokoan yang mudah dijangkau" mayoritas responden menjawab setuju yaitu 20 orang (50%) %) dan sangat setuju berjumlah 19

orang (47,5%) dan sisanya 1 orang (2,5%) menjawab kurang setuju artinya dalam penelitian ini responden memilih membeli emas di PT BSI karena dekat lokasi strategis yang dekat dengan keramaian dan pertokoan yang mudah dijangkau.

7. pada pernyataan “Banyak Kendaraan umum yang melewati PT BSI” mayoritas responden menjawab menjawab sangat setuju yakni 18 orang (45%), kemudian responden yang menjawab setuju berjumlah 16 orang (40%), responden yang menjawab kurang setuju 4 orang (10%), lalu responden menjawab tidak setuju berjumlah 1 orang (2,5%) dan yang menjawab sangat tidak setuju berjumlah 1 orang (2,5%) artinya dalam penelitian ini masih terdapat beberapa responden yang tidak memilih membeli emas di PT BSI dikarenakan Banyak Kendaraan umum yang melewati PT BSI.
8. pada pernyataan “PT BSI memiliki lokasi yang gampang di akses dari lokasi manapun”. mayoritas responden menjawab sangat setuju 20 orang (50%). kemudian responden yang menjawab setuju berjumlah 15 orang (37.5%), responden yang menjawab kurang setuju 2 orang (5%), lalu responden menjawab tidak setuju berjumlah 3 orang (7,5%) artinya dalam penelitian ini masih terdapat beberapa responden yang tidak memilih membeli emas di PT BSI dikarenakan PT BSI memiliki lokasi yang gampang di akses dari lokasi manapun
9. pada pernyataan “PT BSI memiliki lokasi yang parkir yang aman” mayoritas responden menjawab sangat setuju 21 orang (52,5%) kemudian responden yang menjawab setuju berjumlah 9 orang (22,5%), responden yang menjawab kurang setuju 5 orang (12,5%), lalu responden menjawab tidak setuju berjumlah 5 orang (12,5%) artinya dalam penelitian ini masih terdapat beberapa responden yang tidak memilih membeli emas di PT BSI dikarenakan PT BSI memiliki lokasi yang parkir yang aman.
10. pada pernyataan “PT BSI memiliki lokasi yang parkir yang luas” mayoritas responden menjawab setuju 19 orang (47,5%) kemudian responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 8 orang (20%), responden yang menjawab kurang setuju 9 orang (47,5%), lalu responden menjawab tidak

setuju berjumlah 2 orang (5%) dan yang menjawab sangat tidak setuju berjumlah 2 orang (5%) artinya dalam penelitian ini masih terdapat beberapa responden yang tidak memilih membeli emas di PT BSI dikarenakan PT BSI memiliki lokasi yang parkir yang luas.

Tabel 4.7 Persentase Jawaban Variabel Promosi

No	STS		TS		KS		S		SS		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1. Saya sering melihat PT BSI mengiklankan produknya	-	-	-	-	1	2,5	21	52,5	18	45	40	100
2. Iklan PT BSI ditampilkan di tempat dan waktu yang strategis	-	-	-	-	-	-	28	70	12	30	40	100
3. Pegawai PT BSI sering menawarkan produknya secara langsung	-	-	-	-	-	-	31	77,5	9	22,5	40	100
4. Pegawai PT BSI sering menawarkan produk emas kepada saya	-	-	-	-	-	-	30	75	10	25	40	100
5. PT BSI sering memberikan diskon saat saya akan membeli emas kepada mereka	-	-	-	-	3	7,5	22	55	15	37,5	40	100
6. PT BSI sering memberikan harga lebih ketika saya menjual emas saya.	-	-	-	-	2	5	22	55,5	16	40	40	100
7. PT BSI sering mengadakan program yang bermanfaat ke masyarakat	-	-	-	-	2	5	25	62,5	13	32,5	40	100
8. PT BSI sering memberikan donasi yang bermanfaat ke masyarakat	-	-	-	-	7	17,5	18	45	15	37,5	40	100
9. Saya sering mendengarkan rekan dan keluarga saya menawarkan produk BSI	-	-	-	-	4	10	11	27,5	25	62,5	40	100
10. rekan dan keluarga saya menawarkan produk emas BSI karena mereka sudah menggunakannya.	-	-	1	2,5	5	12,5	26	65	8	20	40	100

Sumber: Hasil Olah data 2022

Penjelasan dari tabel diatas adalah :

1. Pada pernyataan “Saya sering melihat PT BS mengiklankan produknya “ mayoritas responden menjawab setuju yaitu 21 orang (52,5%) kemudian responden yang menjawab sanga setuju berjumlah 18 orang (45%), dan responden yang menjawab kurang setuju berjumlah 1 orang (2,5%) artinya dalam penelitian ini responden memilih membeli emas di PT BSI dikarenakan responden sering melihat PT BS mengiklankan produknya.

2. Pada pernyataan “Iklan PT BSI ditampilkan di tempat dan waktu yang strategis “ mayoritas responden menjawab setuju yaitu 28 orang (70%) kemudian responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 12 orang (30%) artinya dalam penelitian ini responden memilih membeli emas di PT BSI dikarenakan Iklan PT BSI ditampilkan di tempat dan waktu yang strategis.
3. Pada pernyataan “Pegawai PT BSI sering menawarkan produknya secara langsung “ mayoritas responden menjawab setuju yaitu 31 orang (77,5%) kemudian responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 9 (22,5%) orang artinya dalam penelitian ini responden memilih membeli emas di PT BSI dikarenakan Pegawai PT BSI sering menawarkan produknya secara langsung.
4. Pada pernyataan “Pegawai PT BSI sering menawarkan produk emas kepada saya “ mayoritas responden menjawab setuju yaitu 30 orang (75%) kemudian responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 10 (25%) orang artinya dalam penelitian ini responden memilih membeli emas di PT BSI dikarenakan Pegawai PT BSI sering menawarkan produk emas kepada responden.
5. Pada pernyataan “PT BSI sering memberikan diskon saat saya akan membeli emas kepada mereka “ mayoritas responden menjawab setuju yaitu 22 orang (55%) kemudian responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 10 orang (25%) dan responden yang menjawab kurang setuju berjumlah 3 orang (7,5%) orang artinya dalam penelitian ini responden memilih membeli emas di PT BSI dikarenakan PT BSI sering memberikan diskon saat saya akan membeli emas kepada mereka.
6. Pada pernyataan “PT BSI sering memberikan harga lebih ketika saya menjual emas saya “ mayoritas responden menjawab setuju yaitu 22 orang (55,5%) kemudian responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 16 orang (40%) dan responden yang menjawab kurang setuju berjumlah 2 orang (5%) orang artinya dalam penelitian ini responden memilih membeli

emas di PT BSI dikarenakan PT BSI sering memberikan harga lebih ketika responden menjual emas.

7. Pada pernyataan PT BSI sering mengadakan program yang bermanfaat ke masyarakat” mayoritas responden menjawab setuju yaitu 25 orang (62,5%) kemudian responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 13 orang (32,5%) dan responden yang menjawab kurang setuju berjumlah 2 orang (5%) orang artinya dalam penelitian ini responden memilih membeli emas di PT BSI dikarenakan PT BSI sering mengadakan program yang bermanfaat ke masyarakat.
8. Pada pernyataan “PT BSI sering memberikan donasi yang bermanfaat ke masyarakat”. mayoritas responden menjawab setuju yaitu 18 orang (45%) kemudian responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 15 orang (37,5%) dan responden yang menjawab kurang setuju berjumlah 7 orang (17,5%) orang artinya dalam penelitian ini responden memilih membeli emas di PT BSI dikarenakan PT BSI sering memberikan donasi yang bermanfaat ke masyarakat.
9. pada pernyataan “Saya sering mendengarkan rekan dan keluarga saya menawarkan produk BSI” mayoritas responden menjawab sangat setuju 25 orang (62,5%) kemudian responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 11 orang (37,5%) dan responden yang menjawab kurang setuju berjumlah 4 orang (10%) orang artinya dalam penelitian ini responden memilih membeli emas di PT BSI dikarenakan sering mendengarkan rekan dan keluarga menawarkan produk BSI.
10. Pada pernyataan” rekan dan keluarga saya menawarkan produk emas BSI karena mereka sudah menggunakannya” mayoritas responden menjawab setuju yakni 26 orang (65%) kemudian responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 8 orang (20%) dan responden yang menjawab kurang setuju berjumlah 4 orang (10%) orang dan responden yang menjawab tidak setuju berjumlah 1 orang (2,5%) artinya dalam penelitian ini ,terdapat responden yang tidak memilih membeli emas di PT BSI dikarenakan rekan dan keluarga menawarkan produk emas BSI karena mereka sudah menggunakannya .

Tabel 4.8 Persentase Jawaban Variabel Produk

No	STS		TS		KS		S		SS		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1. Saya banyak mengetahui tentang produk BSI	-	-	-	-	3	7,5	19	47,5	18	45	40	100
2. BSI memiliki banyak jenis emas yang akan ditawarkan kepada nasabah	-	-	-	-	-	-	19	47,5	21	52,5	40	100
3. Ketika saya membeli emas BSI selalu jujur akan sertifikasinya	-	-	-	-	1	2,5	20	50	19	47,5	40	100
4. Pegawai BSI Selalu menjelaskan detail tentang produk yang akan saya beli	-	-	-	-	1	2,5	20	50	19	47,5	40	100
5. Pegawai BSI Selalu membantu saya untuk mengurus produk yang akan saya beli	-	-	-	-	1	2,5	21	52,5	18	45	40	100
6. BSI memberikan Kemudahan dalam prosedur ketika saya membeli emas	-	-	-	-	-	-	21	52,5	19	47,5	40	100
7. BSI tidak memberikan biaya administrasi yang tinggi ketika saya membeli emas	-	-	-	-	-	-	20	50	20	50	40	100
8. BSI tidak membebaskan saya biaya tambaha ketika saya membeli emas	-	-	-	-	7	17,5	19	47,5	14	35	40	100

Sumber: Hasil Olah data 2022

Penjelasan dari tabel diatas adalah :

1. Pada pernyataan “Saya banyak mengetahui tentang produk BSI “ mayoritas responden menjawab setuju yaitu 19 orang (47,5%) kemudian responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 18 orang (45%) dan responden yang menjawab kurang setuju berjumlah 3 orang (7,5%) artinya dalam penelitian ini responden membeli emas di PT BSI dikarenakan banyak mengetahui tentang produk BSI.
2. Pada pernyataan “BSI memiliki banyak jenis emas yang akan ditawarkan kepada nasabah “ mayoritas responden menjawab sangat setuju yaitu 21 orang (52,5%) kemudian responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 19 orang (47,5%) artinya dalam penelitian ini responden membeli emas di PT BSI dikarenakan BSI memiliki banyak jenis emas yang akan ditawarkan kepada nasabah.
3. Pada pernyataan “Ketika saya membeli emas BSI selalu jujur akan sertifikasinya” mayoritas responden menjawab setuju yaitu 20 orang (50%) kemudian responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 19 orang

(47,5%) dan responden yang menjawab kurang setuju berjumlah 1 orang (2,5%) artinya dalam penelitian ini responden membeli emas di PT BSI dikarenakan Ketika membeli emas BSI selalu jujur akan sertifikasinya.

4. Pada pernyataan “Pegawai BSI Selalu menjelaskan detail tentang produk yang akan saya beli “ mayoritas responden menjawab setuju yaitu 20 orang (50%) kemudian responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 19 orang (47,5%) dan responden yang menjawab kurang setuju berjumlah 1 orang (2,5%) artinya dalam penelitian ini responden membeli emas di PT BSI dikarenakan Pegawai BSI Selalu menjelaskan detail tentang produk yang akan beli.
5. Pada pernyataan “Pegawai BSI Selalu membantu saya untuk mengurus produk yang akan saya beli” mayoritas responden menjawab setuju yaitu 21 orang (52,5%) kemudian responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 18 orang (45%) dan responden yang menjawab kurang setuju berjumlah 1 orang (2,5%) artinya dalam penelitian ini responden membeli emas di PT BSI dikarenakan Pegawai BSI Selalu membantu untuk mengurus produk yang akan beli.
6. Pada pernyataan “BSI memberikan Kemudahan dalam prosedur ketika saya membeli emas” mayoritas responden menjawab setuju yaitu 21 orang (52,5%) kemudian responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 19 orang (47,5%) artinya dalam penelitian ini responden membeli emas di PT BSI dikarenakan BSI memberikan Kemudahan dalam prosedur ketika membeli emas.
7. Pada pernyataan “BSI tidak memberikan biaya administrasi yang tinggi ketika saya membeli emas” mayoritas responden menjawab setuju yaitu 20 orang (50%) kemudian responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 20 orang (50%) artinya dalam penelitian ini responden membeli emas di PT BSI dikarenakan BSI tidak memberikan biaya administrasi yang tinggi ketika membeli emas.
8. pada pernyataan “BSI tidak membebankan saya biaya tambaha ketika saya membeli emas” mayoritas responden menjawab setuju yakni, 19 orang (47,5%) kemudian responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 14

orang (35%) dan responden yang menjawab kurang setuju berjumlah 7 orang (17,5%) artinya dalam penelitian ini responden membeli emas di PT BSI dikarenakan BSI tidak membebankan biaya tambaha ketika membeli emas.

Tabel 4.9 Persentase Jawaban Variabel Pelayanan

No	STS		TS		KS		S		SS		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1. Pegawai BSI selalu melayani tepat waktu dan sesuai dengan janji	-	-	-	-	1	2,5	20	50	19	47,5	40	100
2. Pegawai BSI selalu bisa diandalkan ketika saya tidak memhami produk yang saya ambil	-	-	-	-	1	2,5	21	52,5	18	45	40	100
3. Pegawai BSI selalu berpenampilan rapi, sopan, dan memiliki kredibilitas	-	-	-	-	-	-	28	70	12	30	40	100
4. Pegawai BSI selalu menjamin bahwa saya akan diberikan pelayanan yang optimal.	-	-	-	-	-	-	31	77,5	9	22,5	40	100
5. Pegawai BSI selalu memberikan perhatian terhadap kesulitan dan kebutuhan nasabah	-	-	-	-	-	-	30	75	10	25	40	100
6. Pegawai BSI memiliki kepedulian yang tinggi untuk setiap masalah nasabah.	-	-	-	-	3	7,5	22	55	15	37,5	40	100
7. Pegawai BSI membantu dan melayani cepat dan jelas	-	-	-	-	2	5	22	55,5	16	40	40	100
8. Pegawai BSI dengan cepat membantu setiap masalah nasabah	-	-	-	-	2	5	25	62,5	13	32,5	40	100

Sumber: Hasil Olah data 2022

Penjelasan dari tabel diatas adalah :

1. Pada pernyataan “Pegawai BSI selalu melayani tepat waktu dan sesuai dengan janji” mayoritas responden menjawab setuju yaitu 20 orang (50%) kemudian responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 19 orang (47,5%) dan responden yang menjawab kurang setuju berjumlah 1 orang (2,5%) artinya dalam penelitian ini responden membeli emas di PT BSI dikarenakan Pegawai BSI selalu melayani tepat waktu dan sesuai dengan janji.
2. Pada pernyataan” Pegawai BSI selalu bisa diandalkan ketika saya tidak memhami produk yang saya ambil “mayoritas responden menjawab setuju yaitu 21 orang (52,5%) kemudian responden yang menjawab sangat setuju

berjumlah 18 orang (45%) dan responden yang menjawab kurang setuju berjumlah 1 orang (2,5%) artinya dalam penelitian ini responden membeli emas di PT BSI dikarenakan Pegawai BSI selalu bisa diandalkan ketika responden tidak memahami produk yang diambil .

3. Pada pernyataan “Pegawai BSI selalu berpenampilan rapi, sopan, dan memiliki kredibilitas “mayoritas responden menjawab setuju yaitu 28 orang (70%) kemudian responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 12 orang (30%) artinya dalam penelitian ini responden membeli emas di PT BSI dikarenakan Pegawai BSI selalu berpenampilan rapi, sopan, dan memiliki kredibilitas.
4. Pada pernyataan “Pegawai BSI selalu menjamin bahwa saya akan diberikan pelayanan yang optimal” mayoritas responden menjawab setuju yaitu 31 orang (77,5%) kemudian responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 9 orang (22,5%) artinya dalam penelitian ini responden membeli emas di PT BSI dikarenakan Pegawai BSI selalu menjamin bahwa responden akan diberikan pelayanan yang optimal.
5. Pada pernyataan “Pegawai BSI selalu memberikan perhatian terhadap kesulitan dan kebutuhan nasabah” mayoritas responden menjawab setuju yaitu 30 orang (75%) kemudian responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 10 orang (25%) artinya dalam penelitian ini responden membeli emas di PT BSI dikarenakan Pegawai BSI selalu memberikan perhatian terhadap kesulitan dan kebutuhan nasabah.
6. Pada pernyataan “Pegawai BSI memiliki kepedulian yang tinggi untuk setiap masalah nasabah” mayoritas responden menjawab setuju yaitu 22 orang (55%) kemudian responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 15 orang (37,5%) dan responden yang menjawab kurang setuju berjumlah 3 orang (7,5%) artinya dalam penelitian ini responden membeli emas di PT BSI dikarenakan Pegawai BSI memiliki kepedulian yang tinggi untuk setiap masalah nasabah.
7. Pada pernyataan “Pegawai BSI membantu dan melayani cepat dan jelas “ mayoritas responden menjawab setuju yaitu 22 orang (55%) kemudian responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 16 orang (40%) dan

responden yang menjawab kurang setuju berjumlah 2 orang (5%) artinya dalam penelitian ini responden membeli emas di PT BSI dikarenakan Pegawai BSI membantu dan melayani cepat dan jelas.

8. Pada pernyataan “Pegawai BSI dengan cepat membantu setiap masalah nasabah “ mayoritas responden menjawab setuju yaitu 25 orang (62,5%) kemudian responden yang menjawab sangat setuju berjumlah 13 orang (32,5%) dan responden yang menjawab kurang setuju berjumlah 2 orang (5%) artinya dalam penelitian ini responden membeli emas di PT BSI dikarenakan Pegawai BSI dengan cepat membantu setiap masalah nasabah.

D. Analisis Data

Pemilihan kriteria dalam penelitian ini menggunakan Focus Group Discussion (FGD). Pada tahapan ini, para pengambil keputusan berdiskusi mengenai kebutuhan jasa ekspedisi yang akan diinginkan dalam memenuhi kebutuhan konsumen dengan mengevaluasi secara bersama – sama mengenai jasa ekspedisi yang digunakan untuk dijadikan kriteria \ Berdasarkan hasil evaluasi, didapatkan 4 kriteria yaitu diantaranya: Lokasi, Promosi, Produk dan pelayanan.

1. Pembobotan Kriteria

Langkah pertama adalah menentukan elemen dengan membuat perbandingan berpasangan, yaitu membandingkan elemen secara berpasangan sesuai kriteria yang diberikan. Matriks perbandingan berpasangan diisi menggunakan bilangan untuk membuat penilaian tentang kepentingan relatif dua elemen dan dituliskan dalam bentuk matriks perbandingan berpasangan sebagai dasar dalam penggunaan metode Apabila partisipasi telah memasukkan persepsinya untuk setiap perbandingan antara elemen- elemen yang berada dalam satu level atau yang dapat diperbandingkan maka untuk mengetahui elemen mana yang paling penting disukai atau paling penting, disusun sebuah matriks perbandingan. Setelah matriks pairwise terbentuk maka langkah selanjutnya adalah mengukur bobot prioritas setiap elemen. Semua elemen dikelompokkan secara logis dan diperingatkan secara konsisten sesuai dengan suatu kriteria yang logis. Matriks bobot yang diperoleh dari hasil perbandingan secara berpasangan tersebut harus mempunyai hubungan kardinal dan ordinal. [8]. Kemudian menghitung nilai eigen dan

menguji konsistensinya, nilai rasio yang dianggap konsisten yaitu $CR \leq 0,1$. jika tidak konsisten maka pengambilan data bisa diulangi Hasil dalam perhitungan CR dalam peneltian ini yaitu 0.0329, maka penelitian dapat dilanjutkan. Pada tabel dibawah ini, berikut hasil perhiutngan bobot kriteria dengan menggunakan.

Tabel 4.10 Pembobotan Kriteria

Criteria	Weight
Lokasi	0,33
Promosi	0,09
Produk	0,20
Pelayanan	0,38

Tabel 1 diatas kriteria dengan bobot yang telah dihasilkan diantaranya: Lokasi, Promosi, Produk dan Pelayanan

2. **Rangking Seluruh Alternatif**

Pada tahapan kedua, ranking menyortir masalah. Dalam konteks ini, masalahnya adalah pendekatan dengan menggunakan metode Borda, yang, pada intinya, diusulkan untuk membangun peringkat alternatif. Dalam tingkat kedua ini, tribution hasil bobot, yang diperoleh dari AHP, digunakan sebagai input data untuk metodeperingkat tertimbang.

Masing-masing *decision makers* melakukan analisa alternatif pilihan yang ada. Alternatif pilihan dengan peringkat pertama diberikan poin tertinggi, misalnya peringkat pertama diberikan poin 3, peringkat kedua diberikan poin 2, peringkat 3 diberikan poin 1, peringkat keempat diberikan poin 0. Nilai poin dari hasil pengambilan keputusan masing masing decision makers dijumlahkan secara keseluruhan. Dimana hasil perhitungannya berupa urutan atau peringkat dari alternatif jasa ekspedisi yang ada. Dan untuk menggabungkan hasil perhitungan peringkat alternatif jasa ekspedisi secara menyeluruh dari setiap persepsi karyawan, penulis menggunakan metode pengambilan keputusan kelompok borda. Untuk menggabungkan hasil penilaian masing-masing berdasarkan hasil penilaian tabel diatas, selanjutnya digunakan metode pengambilan keputusan dengan metode Borda. Proses pemilihan alternatif dengan metode Borda dilakukan menurut dengan tahapan sebagai berikut: Bobot peringkat Borda dapat dihitung dengan memberikan masing-masing pembelian emas sejumlah poin sesuai dengan

banyaknya alternatif yang ditentukan. Jika terdapat n alternatif untuk diranking, pilihan pertama berbobot $n-1$, pilihan kedua berbobot $n-2$, dan seterusnya sampai pada pilihan ke- n akan berbobot 0. Dalam hal ini hasil perhitungan AHP ada 4 perusahaan yang akan dipilihkan diranking ($n = 4$), sehingga untuk pilihan pertama berbobot 3, pilihan kedua berbobot 2 dan seterusnya, serta poin 0 diberikan untuk peringkat yang terakhir.

- a Kemudian dilakukan penggabungan atau penjumlahan hasil peringkat AHP yang sama dari 4 *decision maker*.
- b Keputusan AHP bergantung pada Borda yang akan dihitung. Nilai nilai bobot AHP yang telah dihitungkan kemudian di kalikan nilai ranking Borda pada setiap alternatif/kriteria pada masing-masing *decision maker*. Nilai alternatif tersebut dijumlahkan dan mendapatkan score tertinggi yang artinya hal tersebut merupakan alternatif yang baik akan dipilih.
- c Nilai akhir yang telah ditotalkan dan diurutkan dari yang tertinggi adalah hasil akhir dalam pemilihan jasa ekspedisi dengan metode penggabungan AHP Borda

Tabel 4.11
Ranking Seluruh Alternatif.

Alternatif	Total Weight	Ranking
A	0,38	2
B	0,06	4
C	0,40	1
D	0,16	3

Tabel 4.10 menghasilkan bahwa alternatif C memiliki bobot tertinggi Analisis ini menggunakan teori matriks untuk mendapatkan komponen utama *eigenvector* dari perubahan dalam bentuk eksplisit. Bukti yang disajikan untuk keberadaan peringkat pembalikan, dimana pembalikan interval peringkat tersebut terjadi juga ditetapkan sebagai fungsi kontinu parameter yang memiliki ketidakpastian

Tabel 4.12 Hasil Analisis Sensitifitas Kriteria

Kriteria	Sensitivity		Persentase ±	Alternatif Prioritas	Perubahan Alternatif Prioritas	Total Bobot	
	Bobot Lokal	Bobot Sensitiv				Total Bobot Global	Total Bobot Sensitiv
Lokasi	0,33	0,93	+282 %	C	A	0,3 8	0,62 8
Promosi	0,09	-		C	-	0,0 9	-
Produk	0,2	0,5	+250 %	C	A	0,4	0,49
Pelayanan	0,38	0,05	-87%	C	A	0,4	0,25 3

Dari tabel 4.11 diatas bahwa hasil analisis sensitifitas didapatkan bahwa kriteria Pelayanan memiliki bobot sensitif penurunan dengan jumlah persentase 87% bahwa bobot Pelayanan paling sensitif diantara bobot kriteria lainnya.

E. Interpelasi Hasil Analisis Data

1. Dalam penelitian ini variabel Lokasi (X_1) mempengaruhi Keputusan nasabah terhadap pemilihan produk cicil emas di BSI KC Siantar. Dalam membeli emas Lokasi merupakan keputusan manajemen tentang dimana tempat yang strategis untuk memberikan pelayanan terhadap konsumen (Lupiyoadi, 2001). Lokasi pelayanan jasa digunakan dalam memasok jasa kepada pelanggan yang dituju merupakan keputusan kunci. Keputusan mengenai lokasi pelayanan yang akan digunakan melibatkan pertimbangan bagaimana penyerahan jasa kepada pelanggan dan dimana itu akan berlangsung. Lokasi memiliki peranan penting dalam melakukan usaha. Karena berkaitan dengan dekatnya lokasi usaha dengan keramaian pusat, mudah dijangkau, dan tersedia lahan parkir yang luas pada umumnya lebih disukai konsumen. Konsumen cenderung mempertimbangan lokasi sebelum memutuskan membeli sebuah produk. Sehingga ada hubungan antara lokasi dengan keputusan pembelian konsumen. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Mughtar, 2016). aspek lokasi mempunyai hubungan yang signifikan terhadap keputusan masyarakat dalam memilih keputusan. Hal ini

disebabkan karena konsumen akan mempertimbangkan lokasi pembelian yang dekat dan akses yang mudah. Semakin dekat lokasi dan semakin mudah lokasi dijangkau nasabah maka akan semakin mempengaruhi keputusan nasabah.

2. Dalam penelitian ini variabel promosi (X_2) mempengaruhi Keputusan nasabah terhadap pemilihan produk cicil emas di BSI KC Siantar. Sebenarnya ada banyak sekali versi pengertian promosi yang dikemukakan oleh para ahli pemasaran diseluruh dunia, tetapi kesimpulannya kurang lebih sama, yaitu promosi adalah untuk memberitahukan, menginformasikan, menawarkan, membujuk, atau menyebarluaskan suatu produk atau jasa kepada calon konsumen dengan tujuan agar calon konsumen tersebut pada akhirnya dapat melakukan pembelian. Orang melakukan promosi agar tujuan yang tercapai, Begitu pula dengan bank syariah yang melakukan sebuah promosi agar menarik perhatian nasabah dalam memilih pembiayaan-pembiayaan yang ada khususnya akan murabahah. BSI KC Siantar demikian hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ikhsan Budiyanto (2016) yang menyatakan bahwa promosi berpengaruh terhadap Keputusan nasabah
3. Dalam variabel Produk (X_3) berpengaruh positif dan dominan Keputusan nasabah terhadap pemilihan produk cicil emas di BSI KC Siantar. Produk Merupakan keseluruhan konsep objek atau proses yang memberi sejumlah nilai manfaat kepada konsumen untuk mendapatkan benefit dan value. Agar produk yang dibuat laku dipasaran, maka penciptaan produk harus memperhatikan tingkat kualitas yang sesuai dengan keinginan nasabah (Kasmir, 2008). Produk yang digunakan dalam penelitian ini yaitu keunggulan produk cicil emas pada Bank Syariah Indonesia Cabang PematangSiantar. Supaya perusahaan dapat unggul atau hanya untuk bertahan hidup, perusahaan memerlukan filosofi baru. Hanya perusahaan yang berwawasan pelanggan yang akan hidup karena mereka bisa memberikan nilai lebih baik dari pada saingannya kepada pelanggan sasarannya, mereka akan mahir mendapatkan pelanggan, bukan hanya

membuat produk, merekayasa pasar dan bukan hanya merekayasa produk (Rialdy, 2016).

4. Dalam variabel Pelayanan (X_4) mempengaruhi secara signifikan Keputusan nasabah terhadap pemilihan produk cicil emas di BSI KC Siantar, karena nilai merupakan skor yang paling sensitif yang membuat nasabah mencicil emas, Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2008) Kualitas layanan cenderung mempengaruhi keputusan pembelian karena pelayanan yang dinilai baik dan melebihi ekspektasi akan dipresepsikan sebagai kualitas layanan yang ideal. Hal tersebut akan membuat nasabah semakin yakin untuk menggunakan produk Bank Syariah Indonesia. Dan sebaliknya jika kualitas layanan yang dinilai buruk akan dipresepsikan sebagai kualitas layanan yang buruk. Jika dianggap buruk maka nasabah akan enggan dan tidak tertarik dengan Bank Syariah Indonesia. Pada umumnya konsumen memilih pemasar yang dirasa nyaman dalam berkomunikasi, bahkan disaat adanya pertanyaan dan kesulitan dari konsumen yang ingin mencari tahu lebih tentang produk yang akan dibeli. Ramah, bersahabat, siap melayani dan mampu memberikan informasi merupakan sikap yang dibutuhkan konsumen sehingga tindakan ini dapat mendorong konsumen untuk memutuskan membeli

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Kriteria yang digunakan dalam keinginan perusahaan ada 4 kriteria yaitu Lokasi, Promosi, Produk dan Pelayanan yang mana sebelumnya dihasilkan dengan hasil wawancara terhadap pihak perusahaan tersebut. Dalam hal tersebut menghasilkan kesimpulan bahwa produk (alternatif C) dengan menggunakan metode borda adalah alternatif bobot tertinggi dari alternatif lainnya. Dari kesimpulan, hasil penelitian dapat menjadi solusi dalam membuat keputusan untuk menyelesaikan masalah yang ada di perusahaan.

B. Saran

1. Pemberian pelayanan yang optimal akan meningkatkan minat nasabah, dikarenakan nasabah akan merasa lebih diperhatikan oleh pihak BSI KC Siantar sebagai tempat mencicil emas
2. Produk merupakan variabel paling dominan dalam mempengaruhi minat nasabah, pemberian informasi yang lebih jelas, pemberian hadiah ke nasabah akan membuat nasabah lebih tertarik dalam mencicil emas
3. Pihak BSI KC Siantar perlu memberikan direktori yang jelas jika nasabah ingin ke KCP mereka, agar semakin membuat nasabah nyaman dalam menggunakan produk cicil emas BSI KC Siantar.
4. Pihak BSI KC Siantar perlu meyakinkan nasabah bahwa apa yang nasabah ada pada produk BSI KC Siantar sehingga akan lebih menarik minat nasabah dalam memilih BSI KC Siantar sebagai mencicil emas.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, T. (2022). Prosedur Pembiayaan Produk Cicil Emas di Bank Sumselbabel Syariah Cabang Muhammadiyah Palembang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah*, 2(1), 207–220.
<https://jim.stebisigm.ac.id/index.php/jimpa/article/view/67>
- Alfhia, R., & Arafah, S. (2020). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Produk Cicil Emas di Bank Mandiri Syariah KCP. Medan-Marelan. *Jurnal FEB*, 1(1), 229–242.
- Ananta, D., & Widjajaatmadja, R. (2018). *RUKUN DAN SYARAT AKAD PEMBIAYAAN MURABAHAH DALAM BENTUK AKTA OTENTIK DI BANK SYARIAH*. 1(1), 125–138.
- Ansari. (2015). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen ponsel merek samsung. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 7(3), 227–242.
- Bachmid, S., Musyawah, I., Hidayah, N. R., & Pratamasyari, D. A. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Gadai Emas Menurut Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 2(1), 70–86.
<https://doi.org/10.24239/jipsya.v2i1.23.70-86>
- Busriadi. (2015). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan gadai di pegadaian syariah kota jambi. *Nur El-Islam*, 2(2), 136–167.
- Fakhrurradhi. (2021). ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH DALAM PENGAMBILAN PEMBIAYAAN RAHN DI PEGADAIAN SYARIAH CABANG PEMBANTU SIGLI. *Kopertais Aceh*, 78–100.
- Fatriani, R. (2018). Bentuk-Bentuk Produk Bank Konvensional dan Bank Syariah di Indonesia. *Ensiklopedia Of Journal*, 1(1), 218–224.
- Fauziah, M. R. (2019). Investasi Logam Mulia (Emas) di Penggadaian Syariah

dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah. *Tahkim: Jurnal Hukum Dan Syariah*, XV(1), 63–73. <https://core.ac.uk/download/pdf/229360494.pdf>

- Hasanah, U., & Sihotang, M. K. (2023). ANALYSIS OF FACTORS AFFECTING PUBLIC INTEREST IN BECOME CUSTOMERS AT KSP SURYA ABADI MANDIRI. *Proceeding International Seminar on Islamic Studies*, 4(1), 1385–1400.
- Ikhsan, N., & Fadilla, C. (2022). Pengaruh Promosi Dan Harga Emas Terhadap Minat Nasabah Produk BSI Gadai Emas (Studi Kasus Ex Bank Syariah Mandiri KC Simpang Patal Palembang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa ...*, 2(2), 351–376. <https://jim.stebisigm.ac.id/index.php/jimpa/article/download/86/75>
- Indi, I. (2019). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Masyarakat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Pada Masyarakat Di Kecamatan Rappocini Kota Makassar). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1–21.
- Irmawati, & Amsari, S. (n.d.). *Analisis Faktor-Faktor penghambat pemasaran produk tabungan haji (studi kasus pada Bank Sumut syariah Medan)*.
- Jasiska, S., & Damrus. (2022). *Faktor-faktor Yang memengaruhi pembelian logam mulia di PT Pegadaian Syariah Blang Pidie Aceh Barat Daya*. 11, 1–4.
- Kereh, F., Tumbel, A. L., Loindong, S. S. R., Manajemen, J., Sam, U., & Manado, R. (2018). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Motor Yamaha Mio Pada Pt. Hasjrat Abadi Outlet Yamaha Sam Ratulangi. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(2), 968–977.
- Khaira Sihotang, M. (2021). Pengaruh Pembiayaan Murabahah Terhadap Pendapatan UMKM Pada BMT Amanah Ray. *Proceeding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 2(1), 1220–1229.

Mahdi. (2015). *SISTEM PENDUKUNG KEPUTUSAN KELOMPOK PEMILIHAN DAYAH TERBAIK MENGGUNAKAN METODE PROMETHEE DAN METODE BORDA*. 7(1), 37–72.

[https://www.researchgate.net/publication/269107473_What_is_governance/link/548173090cf22525dcb61443/download%0Ahttp://www.econ.upf.edu/~renyal/Civil wars_12December2010.pdf%0Ahttps://think-asia.org/handle/11540/8282%0Ahttps://www.jstor.org/stable/41857625](https://www.researchgate.net/publication/269107473_What_is_governance/link/548173090cf22525dcb61443/download%0Ahttp://www.econ.upf.edu/~renyal/Civil%20wars_12December2010.pdf%0Ahttps://think-asia.org/handle/11540/8282%0Ahttps://www.jstor.org/stable/41857625)

Maimory, A. A. N. (2018). Sejarah Lahirnya Bank Syariah Serta Praktek Di Dunia Perbankan. *Sejarah Lahirnya Bank Syariah Serta Praktek Di Dunia Perbankan*, 53(9), 1689–1699.

Meidy, R., & Mendey, S. (2014). ANALISIS PERILAKU PELANGGAN TERHADAP TAWARAN PRODUK PERHIASAN EMAS PADA PT. PEGADAIAN (PERSERO) CABANG MANADO UTARA. *EMBA*, 2(3), 797–806.

Prabowo, F. I., Keke, Y., & Istidjab, B. (2021). Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Pt Sarana Bandar Logistik. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(2), 75–82.
<https://doi.org/10.9744/pemasaran.15.2.75-82>

Pradesyah, R., & Aulia, N. (2021). Pengaruh Pembiayaan Murabahah Dan Musyarakah Terhadap Profitabilitas Pada PT. Bank Syariah Mandiri. *AGHNIYA: Jurnal Ekonomi Islam*, 3(1).
<https://doi.org/10.30596/aghniya.v3i1.5852>

Rialdy, N. (2016). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN STRATEGI HARGA TERHADAP KEPUASAN PENUMPANG JASA ANGKUTAN UMUM TRAYEK 120 PADA PT. RAHAYU MEDAN CERIA MEDAN. *Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 68–82.

Tabrani, A., Baihaqi, W., Tabrani, A., & Suryapermana, N. (2022). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Melakukan Cicilan Emas Di Bank Syariah Indonesia KCP Pandeglang*. 14(1), 67–88.

- Zaelani, R. H. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Pembiayaan Cicil Emas Di Bank Syariah Indonesia Kc. Rogojampi. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 1(1), 14–24.
- Zaenuri. (2014). Konsep Pembiayaan Kepemilikan Emas Pada perbankan Syariah (Studi di Bank Mandiri Syariah Semarang). *Journal At-Taqaddum*, 06(02), 316–345.
- Ali, Z. (2010). *Hukum Perbankan Syariah*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Antonio, M. S. (2001). *Bank Syariah Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani.
- Aprizal. (2018). *Orientasi Pasar Dan Keunggulan Bersaing*. Jakarta: Celebes Media Perkasa.
- Bungin, B. (2005). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Darwis, A. (2014). *Metode Pendidikan penelitian islam: pengembangan ilmu berparadigma islam*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada.
- Etta, & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program (edisi ke tujuh)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, S. (2000). *Seri Program Statistik Versi-2000*. Yogyakarta: niversitas Gajah Mada.
- Hasan, I. (2004). *Analisis data Penelitian dengan statistik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Indonesia, I. B. (2014). *mengelola bank syariah*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Jajuli, M. S. (2012). *Produk Pendanaan Bank Syariah*. Yogyakarta: Deepublish.

- Juliandi, A. (2014). *Metodologi Penelitian dan Bisnis (konsep & Aplikasi)*. Medan: UMSU Press.
- Karim, A. A. (2004). *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Kasmir. (2008). *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana.
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan dan Pengendalian Edisi Pertama*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (1997). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Pren Hallindo.
- Lupiyoadi, R. (2001). *Manajemen Jasa, Teori dan Praktik edisi Pertama*. Jakarta: Salemba Empat.
- Maulidah, S. (2012). *Pengantar Manajemen*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Muchtar, B. (2016). *Bank Dan Lembaga Keuangan*. Jakarta: Kencana.
- Naf'an. (2014). *pembiayaan Musyarakah dan Mudharabah*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Puri, D. (2020, Juli). *Lifepal*. Diambil kembali dari <https://lifepal.co.id/media/catet-ini-5-tempat-terbaik-buat-investasi-emas/>
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi Yang Kreatif dan Analisis Kasus Integred Marketing Communication*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rianto, M. N., & Arif, A. (2012). *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Siregar, S. (2013). *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*.
- Sugiono. (Bandung). *Metode Penelitian Kuantitatif*. 2018: Alfabeta.

- Sugiyono. (2003). *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.
- Supyadillah, A. (2013). *Hukum Perbankan Syariah*. Jakarta: Wahana Kardofa.
- Suryani, T. (2017). *Manajemen Pemasaran strategik Bank Di Era Global*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Suryani, T. (2017). *Manajemen Pemasaran Strategik Bank Di Era Global*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Syah, M. (2003). *Psikologi Belajar*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Usman, R. (2009). *Produk dan Akad Perbankan Syaria di Indonesia*. Jakarta: PT Citra Aditya Bakti.
- Wijayanti, T. (2017). *Marketing Plan Dalam Bisnis* . Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Yusmad, M. A. (2018). *Aspek Hukum Perbankan Syariah Dari Teori ke Praktik* . Yogyakarta: deepublish.

LAMPIRAN







UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

Jalan Kaptem Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400
Website : www.umsu.ac.id E-mail : rektor@umsu.ac.id
Bankir : Bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut

Bila menjawab surat ini agar disebutkan Nomor dan tanggalnya

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Hal : Permohonan Persetujuan Judul
Kepada : Yth Dekan FAI UMSU
Di
Tempat

04 Rabi'ul -Awal 1443 H
27 Oktober 2021 M

Dengan Hormat
Saya yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Milania Endah Ramadhani
Npm : 1701270034
Program Studi : Perbankan Syariah
Kredit Kumalatif : 3,60
Megajukan Judul sebagai berikut :



No	Pilihan Judul	Persetujuan Ka. Prodi	Usulan Pembimbing & Pembahas	Persetujuan Dekan
1	Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Tingkat Bagi Hasil Deposn.			
2	Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Terhadap Pemilihan Produk Cicil Emas di PT. BSI Cabang PematangSiaantar		Khairunnisa,	
3	Pengaruh Asuransi dan Margin Terhadap Pengembalian Keputusan Pembiayaan Pensiun.			

Demikian Permohonan ini Saya sampaikan dan untuk pemeriksaan selanjutnya saya ucapkan terima kasih.

Wassalam
Hormat Saya

Milania Endah Ramadhani

Keterangan :

- Dibuat rangkap 3 setelah di ACC :
1. Duplikat untuk Biro FAI UMSU
 2. Duplikat untuk Arsip Mahasiswa dilampirkan di skripsi
 3. Asli untuk Ketua/Sekretaris Jurusan yang dipakai pas photo dan Map

** Paraf dan tanda ACC Dekan dan Ketua Jurusan pada lajur yang di setuju dan tanda silang pada judul yang di tolak



UMSU
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Bila menuliskan surat ini agar disertakan
Nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

Pusat Administrasi : Jalan Kapten Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400 Fax (061) 662347, 6631003
Website : www.umsu.ac.id E-mail : rektor@umsu.ac.id



BERITA ACARA BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
 Fakultas : Agama Islam
 Program Studi : Perbankan Syariah
 Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Dr. Rahmayati, M.E.I
 Dosen Pembimbing : Khairunnisa, S.E.I., M.M

Nama Mahasiswa : Milania Endah Ramadhani
 Npm : 1701270034
 Semester : 10
 Program Studi : Perbankan Syariah
 Judul Skripsi : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Terhadap Pemilihan Produk Cicil Emas Di PT.Bank Syariah Indonesia Cabang Pematang Siantar

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
17 Februari 2022	Konstruksi Bab 1 dan serialisasi teknis pengisian Skripsi sesuai panduan		
20-22 Juni 2022	Membuat bab II & bab 3 dan cara penggunaan referensi manager		
15 Juli 2022	Rekonstruksi bab 1		
19 Juli 2022	Perbaikan format halaman, tabel dsb		
28 Juli 2022	Acc		

Medan, 17 Februari 2022



Diketahui/Disetujui
Dekan

Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA

Diketahui/ Disetujui
Ketua Program Studi

Dr. Rahmayati, M.E.I

Pembimbing Proposal

Khairunnisa, S.E.I., M.M



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No.89/SK/BAN-PT/Akre/PT/HI/2019
Pusat Administrasi : Jalan Kapten Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400 Fax. (061) 6623474, 6631003
http://fai.umsu.ac.id | fai@umsu.ac.id | umsumedan

Bila menjawab surat ini agar disebutkan
Nomor dan tanggalnya

BERITA ACARA PENILAIAN SEMINAR PROPOSAL PROGRAM STUDI
PERBANKAN SYARIAH/ BISNIS MANAJEMEN SYARIAH

Pada hari **Senin** 15 Agustus 2022 diselenggarakan Seminar Program Studi Perbankan Syari'ah dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Milania Endah Ramadhani
Npm : 1701270034
Semester : 10
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Proposal : Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Terhadap Pemilihan Produk Cicil Emas Di PT. BSI Cabang Pematang Siantar

Disetujui/ Tidak disetujui

Item	Komentar
Judul	-
Bab I	Buatkan ayat suci dan Hadist mengenai bank-bank berdasarkan Rumusan masalah adalah sesuai dengan kepterin pada bab II
Bab II	Dirangker berpi literi Kritisitas Hadah sesuai dengan rumusan masalah Mungkin juga keupom dari kben camp pertama dan jasi
Bab III	Alamat di lengkapi Desiner operasional variabel populasi dan sampel Rumpling di buat kan selaluya.
Lainnya	-
Kesimpulan	Lulus <input checked="" type="checkbox"/> Tidak Lulus <input type="checkbox"/>

Medan, 15 Agustus 2022

Tim Seminar

Ketua

(Dr. Rahmayati, M.E.I)

Sekretaris

(Riyan Pradeyah, M.E.I)

Pembimbing

(Khairunnisa, S.E.I., M.M)

Pembahas

(Novien Rialdy, M.M)



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Dila menjawab surat ini agar disebutkan
Nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003

<http://fai@umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [umsuMEDAN](https://www.facebook.com/umsuMEDAN) [umsuMEDAN](https://www.instagram.com/umsuMEDAN) [umsuMEDAN](https://www.youtube.com/umsuMEDAN)

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Pengesahan Proposal

Berdasarkan Hasil Seminar Proposal Program Studi **Perbankan Syari'ah** yang diselenggarakan pada Hari **Senin** 15 Agustus 2022 dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Milania Endah Ramadhani
Npm : 1701270034
Semester : 10
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Perbankan Syari'ah
Judul Proposal : Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Terhadap Pemilihan Produk Cicil Emas Di PT. BSI Cabang Pematang Siantar

Proposal dinyatakan sah dan memenuhi syarat untuk menulis Skripsi dengan Pembimbing.

Medan, 15 Agustus 2022

Tim Seminar

Ketua Program Studi

(Dr. Rahmayati, M.E.I)

Sekretaris Program Studi

(Riyan Pradesyah, M.E.I)

Pembimbing

(Khairunnisa, S.E.I., M.M)

Pembahas

(Novien Rialdy, M.M)





UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<http://fai.umsu.ac.id>

fai@umsu.ac.id

[umsumedan](#)

[umsumedan](#)

[umsumedan](#)

[umsumedan](#)

Nomor : 1002/IL.3/UMSU-01/F/2022
Lamp : -
Hal : Izin Riset

28 Muharram 1444 H

26 Agustus 2022 M

Kepada Yth :

Pimpinan PT. Bank Syariah Indonesia Cabang Pematang Siantar
di-

Tempat.

Assalamu'alaikum WarohmatuHahi Wabarokatuh

Dengan hormat, dalam rangka penyusunan skripsi mahasiswa guna memperoleh gelar sarjana S1 di Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (FAI UMSU) Medan, maka kami mohon bantuan Bapak/Ibu untuk memberikan informasi data dan fasilitas seperlunya kepada mahasiswa kami yang mengadakan penelitian/riset dan pengumpulan data dengan :

Nama : Milania Endah Ramadhani
NPM : 1701270034
Semester : X
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Terhadap Pemilihan Produk Cicil Emas Di PT. Bank Syariah Indonesia Cabang Pematang Siantar.

Demikianlah hal ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih. Semoga Allah meridhoi segala amal yang telah kita perbuat. Amin.

Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh



A.n Dekan,

Wakil Dekan III



Dr. Muhawir Pasaribu, MA

NIDN : 0116078305

CC. File



26 September 2022
No.02/1794-3/RO II

Kepada
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
Fakultas Agama Islam
Jl. Mukhtar Basri No. 3 Medan

PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk
Regional Medan
Jl. A. Yani No.100. Lt. IV
Medan 20111
T : (061) 4534466 (Hunting)
F : (061) 4534456
www.bankbsi.co.id

Up. Yth Bapak Dr. Munawir Pasaribu, MA, Wakil Dekan III

Perihal: **PERSETUJUAN PENELITIAN (RISET)**

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Semoga Bapak beserta seluruh staff selalu dalam keadaan sehat walafiat dan senantiasa dalam lindungan dan rahmat dari Allah SWT.

Menunjuk perihal tersebut di atas, bersama ini disampaikan bahwa pelaksanaan riset dalam rangka penyusunan skripsi mahasiswi Bapak dapat dilaksanakan dengan keterangan sbb :

No	Nama	NIM	Judul Penelitian	Tempat Riset
1	Milania Endah Ramadhani	1701270034	Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Terhadap Pemilihan Produk Cicil Emas	KC Pematang Siantar Perintis

Kami sampaikan bahwa selama pelaksanaan penelitian tersebut agar memperhatikan dan mematuhi ketentuan sebagai berikut:

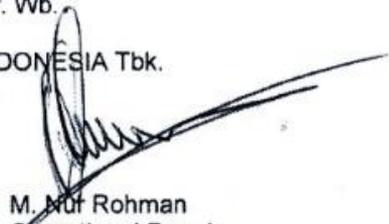
1. Peserta riset wajib dan terikat kepada ketentuan Bank (SPO Human Capital PT Bank Syariah Indonesia, Tbk.);
2. Hasil riset atau penelitian diharapkan dapat membantu perbaikan, penyempurnaan kinerja, sistem dan prosedur kerja yang ada;
3. Peserta riset hanya dapat memperoleh data untuk kepentingan ilmiah dan yang bersangkutan tidak diperkenankan menyebarkan/luarkannya kepada pihak lain;
4. Peserta riset tidak diperkenankan mengcopy atau meminjam data yang berkaitan dengan kerahasiaan Bank maupun strategi bisnis yang bersifat rahasia dan membuat salinan dokumen nasabah untuk kepentingan pribadi;
5. Peserta melaksanakan riset selama \pm 2 (dua) minggu, dan bila diperlukan, dapat diperpanjang dengan jangka waktu maksimal 1 (satu) bulan;
6. Peserta riset di bawah bimbingan dan pengawasan seorang pejabat bank;
7. Peserta riset menyerahkan 1 (satu) buah *copy* hasil riset yang telah diperiksa/disetujui oleh pembimbing dan pejabat PT Bank Syariah Indonesia Tbk.;
8. Peserta wajib menandatangani **Surat Pernyataan** bermaterai, untuk tunduk kepada ketentuan Bank dan ketentuan tentang kerahasiaan Bank sesuai perundangan yang berlaku dan surat pernyataan yang dimaksud harus disetujui oleh perguruan tinggi/lembaga pendidikan yang bersangkutan. (terlampir).

Demikian kami sampaikan atas kerjasama Bapak kami mengucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PT BANK SYARIAH INDONESIA Tbk.
REGION II MEDAN


Ahmad Widodo
RFB Deputy


M. Nur Rohman
Operational Deputy