



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**ANALISIS *PROMOTION MIX* TERHADAP MINAT NASABAH PRODUK
GADAI EMAS DI BSI KCP PEKANBARU SUDIRMAN ATAS
PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH**

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Memenuhi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Fakultas Syariah dan Hukum



Oleh :

IRMA SRI WAHYUNI

NIM: 12020524555

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU

2024 M / 1446 H



PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul “Analisis *Promotion Mix* terhadap Minat Nasabah Produk Gadaai Emas di BSI KCP Pekanbaru Sudirman Atas” yang ditulis oleh :

Nama : Irma Sri Wahyuni

NIM : 12020524555

Jurusan : Ekonomi Syariah

Dapat diterima dan disetujui untuk diajukan dalam sidang munaqasah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 13 September 2024

Pembimbing Skripsi

Pembimbing Materi

Nur Hasanah, SE., MM
NIP. 19670120 200701 2 018

Pembimbing Metodologi

Darmawan Tia Indrajaya, M.Ag
NIP. 19720901 200501 1 005



PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “ANALISIS *PROMOTION MIX* TERHADAP MINAT NASABAH PRODUK GADAI EMAS DI BSI KCP PEKANBARU SUDIRMAN ATAS PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH”, yang ditulis oleh:

Nama : Irma Sri Wahyuni

NIM : 12020524555

Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah dimunaqasyahkan pada:

Hari/Tanggal : Jum'at, 11 Oktober 2024

Waktu : 07.30 WIB

Tempat : Ruang Munaqasyah (Gedung Belajar) Fakultas Syariah dan Hukum

Telah diperbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 14 Oktober 2024
TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua
Dr. Jenita, SE, MM.

Sekretaris
Nuryanti, SE.I, M.E. Sy.

Penguji I
Dr. Syahpawi, S.Ag., M.Sh.

Penguji II
Ahmad Hamdalah, SE.I, M.E. Sy.

Mengetahui:
Dekan Fakultas Syariah dan hukum



Dr. Zulkifli, M.Ag

741006 200501 1005



Hak

1. D

- a. Penguji nanya untuk kepentingan penilaian, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Penguji nanya tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Skrripsi dengan judul **"ANALISIS *PROMOTION MIX* TERHADAP MINAT NASABAH PRODUK GADAI EMAS DI BSI KCP PEKANBARU SUDIRMAN ATAS PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH"**, yang ditulis oleh:

Nama : Irma Sri Wahyuni

NIM : 12020524555

Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah dimunaqasyahkan pada:

Hari/Tanggal : Jum'at, 11 Oktober 2024

Waktu : 07.30 WIB

Tempat : Ruang Munaqasyah (Gedung Belajar) Fakultas Syariah dan Hukum

Telah diperbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 14 Oktober 2024

TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua

Dr. Jenita, SE., MM.

Sekretaris

Nuryanti, SE.I, M.E. Sy.

Penguji I

Dr. Syahpawi, S.Ag., M.Sh.

Penguji II

Ahmad Hamdalah, SE.I, M.E. Sy.

Mengetahui:

Plt Wakil Dekan I
Fakultas Syariah dan Hukum

Dr. H. Akmal Abdul Munir, Lc., MA

NIP. 19711006 200212 1 003



SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Irma Sri Wahyuni
 NIM : 12020524555
 Tempat/ Tgl. Lahir : Tembilahan, 10 Juni 2002
 Fakultas : Syariah dan Hukum
 Prodi : Ekonomi Syariah
 Judul Skripsi : Analisis *Promotion Mix* terhadap Minat Nasabah Produk Gadai Emas di BSI KCP Pekanbaru Sudirman Atas

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa:

1. Penulisan Skripsi dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu Skripsi saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat.
4. Apa bila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Skripsi saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan. Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 27 September 2024

Yang membuat pernyataan



Irma Sri Wahyuni
 NIM: 1202052455



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

Irma Sri Wahyuni (2024) : Analisis *Promotion Mix* terhadap Minat Nasabah Gadai Emas di BSI KCP Pekanbaru Sudirman Atas Perspektif Ekonomi Syariah

Penelitian ini dilatar belakangi oleh Sedikitnya jumlah nasabah yang mengambil produk gadai emas di BSI KCP Pekanbaru Sudirman Atas padahal gadai emas ini telah berjalan sejak awal tahun 2023. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pelaksanaan *promotion mix* produk gadai emas di BSI KCP Pekanbaru Sudirman Atas, menjelaskan pengaruh *promotion mix* secara parsial maupun simultan terhadap minat nasabah produk gadai emas di BSI KCP Pekanbaru Sudirman Atas, dan untuk menjelaskan tentang tinjauan ekonomi syariah terhadap *promotion mix* produk gadai emas di BSI KCP Pekanbaru Sudirman Atas.

Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kuantitatif. Sampel penelitian ini berjumlah 38 responden. Adapun teknik pengambilan sampel menggunakan teknik sampel jenuh atau *total sampling*. Data primer yang digunakan berupa kuesioner yang dibagikan kepada responden. Teknik Analisa data dalam penelitian ini menggunakan uji regresi linear berganda, uji korelasi parsial (t), uji simultan (f), dan Koefisien determinasi (R^2) yang diuji menggunakan SPSS 26 dan Axcel 2019.

Pelaksanaan *promotion mix* di BSI KCP Pekanbaru Sudirman Atas melalui 4 bauran promosi yakni periklanan, penjualan personal, promosi penjualan, dan publisitas. Hasil pengujian regresi linear berganda diperoleh persamaan $Y = 3,172 + 0,225 X_1 + 0,161 X_2 + 0,313 X_3 + 0,213 X_4$. Hasil pengujian hipotesis secara parsial variabel periklanan (X_1), variabel penjualan personal (X_2), variabel promosi penjualan (X_3), dan variabel publisitas (X_4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah produk gadai emas di BSI KCP Pekanbaru Sudirman Atas. Kemudian hasil uji secara simultan variabel periklanan (X_1), variabel penjualan personal (X_2), variabel promosi penjualan (X_3), dan variabel publisitas (X_4) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah produk gadai emas di BSI KCP Pekanbaru Sudirman Atas. Hasil uji koefisiensi determinasi menunjukkan nilai *R Square* sebesar 0,791 yang berarti kontribusi variabel periklanan, penjualan personal, dan publisitas mempengaruhi variabel minat nasabah produk gadai emas sebesar 79,1%, sedangkan sisanya sebesar 20,9% dipengaruhi variabel lain diluar penelitian ini. Berdasarkan tinjauan ekonomi syariah promosi yang dilakukan oleh BSI KCP Pekanbaru Sudirman Atas telah sesuai dengan etika bisnis Islam yakni jujur dan tidak menyembunyikan cacat produk, tidak bersumpah palsu serta tidak menjelek-jelekkan produk lain.

Kata kunci: *Promotion Mix*, periklanan, penjualan personal, promosi penjualan, publisitas, Minat



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR



Assalamu 'alaikum wr.wb

Allhamdulillah, puji Syukur kita sampaikan kehadiran Allah SWT yang telah mencurahkan Rahmat, nikmat, dan hidayah-Nya yang tiada henti sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan judul “**Analisis *Promotion Mix* terhadap Minat Nasabah Produk Gadai Emas di BSI KCP Pekanbaru Sudirman Atas Perspektif Ekonomi Syariah**”. Shalawat dan salam peneliti mohonkan kepada Allah SWT, semoga tetap dilimpahkan kepada Nabi Muhammad Saw, yang telah membawa ummatnya dari zaman kebodohan kezaman berilmu pengetahuan seperti yang ada pada saat sekarang ini.

Skripsi ini diajukan guna melengkapi syarat dalam mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam Bidang Ilmu Ekonomi Syariah di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini sangat sulit diwujudkan tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Maka pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan kontribusinya baik secara material maupun spiritual khususnya kepada;

1. Terkhusus untuk kedua orang tua tercinta Ayahanda Arjuliansyah dan Ibunda Ernitayani yang selalu mendoakan, memberikan dukungan secara moril dan materil sehingga penulis dapat menyelesaikan semua proses pendidikan yang penulis tempuh mulai dari pendidikan usia dini sampai



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dengan saat ini. Serta Kakak, Adik dan Keluarga besar yang telah memberikan semangat dan motivasi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

2. Bapak Prof. Dr. Khairunnas Rajab, M.Ag, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Ibu Prof Dr. Hj Helmiati, M.Ag Wakil Rektor I, Bapak Dr. Mas'ud Zein, M.Pd Wakil Rektor II dan Bapak Prof. Edi Erwan, S.Pt, M.Sc., Ph.D wakil Rektor III Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
3. Bapak Dr. Zulkifli, M.ag, selaku Dekan Fakultas Syariah dan Hukum, Bapak Dr. H. Akmal Abdul Munir, Lc., MA selaku Wakil Dekan I, Bapak Dr. H. Mawardi, S. Ag, M.Si selaku Wakil Dekan II Fakultas Syariah dan Hukum, dan Ibu Drs. Sofia Hardani, M.Ag selaku Wakil Dekan III Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
4. Bapak Nurwahid, S.Ag., M.ag selaku ketua jurusan Ekonomi Syariah dan Bapak Syamsurizal, SE, M.Sc, Ak selaku sekretaris jurusan Ekonomi Syariah Uinsuska Riau.
5. Ibu Nurhasanah, SE., MM selaku dosen pembimbing 1 dan Bapak Darmawan Tia Indrajaya M.Ag selaku dosen pembimbing 2 yang telah banyak membantu penulis dalam perbaikan-perbaikan skripsi, arahan dan masukan yang bermanfaat sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

6. Ibu Dr., Nurnasrina, SE., M.Si., selaku Penasehat Akademik yang telah memberikan motivasi kepada penulis selama perkuliahan.
7. Segenap dosen Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan ilmu kepada penulis selama duduk di bangku perkuliahan.
8. Segenap karyawan dan tata usaha Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah sabar dan ikhlas membantu penulis dalam segala hal urusan di kampus.
9. Untuk sahabat tercinta Sonia Ramadhani, Siti Fatimah, Umami Soleha Azmi, Rapidah Puri Lestari, dan Soleha yang sudah saya anggap sebagai saudara dan untuk anak trip serta keluarga besar kelas I ekonomi syariah yang telah kebersamaan dari maba sampai saat ini.

Atas semua dukungan yang diberikan oleh semua pihak, penulis hanya bisa mengucapkan terima kasih dan mendoakan agar mendapatkan berkah dan balasan yang berlipat dari Allah Subhanahu wata'ala Aamiin allahumma aamiin.

Pekanbaru, 10 Agustus 2024

Penulis

Irma Sri Wahyuni
NIM.12020524555



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANAR	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah.....	13
C. Rumusan Masalah	13
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	14
E. Sitematika Penulisan	15
BAB II LANDASAN TEORITIS.....	17
A. Promosi	17
1. Pengertian Promosi	17
2. Tujuan Promosi	18
B. Bauran Promosi	20
1. Pengertian Bauran Promosi.....	20
2. Macam-macam bauran promosi.....	21
C. Promosi Dalam Islam	25
1. Kejujuran dan tidak menyembunyikan cacat produk	26
2. bersumpah palsu.....	28
3. tidak menjelek-jelekkan saingan	29
D. Minat	29
1. Macam- macam minat.....	30
2. Faktor yang mempengaruhi minat	31
E. Gadai Syariah	35
1. Pengertian gadai syariah	35
2. Landasan hukum gadai	35
3. Rukun dan syarat gadai	37



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Gadai emas BSI.....	39
F. Penelitian Terdahulu.....	40
G. Kerangka Penelitian	43
H. Hipotesis Penelitian.....	44
I. Defenisi Operasional Variabel.....	45
BAB III METODE PENELITIAN	48
A. Jenis Penelitian.....	48
B. Lokasi Penelitian.....	48
C. Subjek dan Objek Penelitian.....	49
1. Subjek Penelitian	49
2. Objek Penelitian	49
D. Populasi dan Sampel.....	49
E. Jenis dan Sumber Data.....	50
1. Data Primer	50
2. Data Sekunder	50
F. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data	50
1. Teknik Pengumpulan Data	50
2. Teknik Pengolahan Data.....	51
G. Teknik Analisis Data	52
1. Analisis Statistik Deskriptif	52
2. Analisis Kuantitatif	53
3. Uji Instrumen Penelitian.....	53
a. Uji Validitas	53
b. Uji Reliabilitas.....	53
4. Uji Asumsi Klasik	52
1. Uji Normalitas	54
2. Uji Heteroskedastisitas	56
3. Uji Multikolinearitas	56
a. Pengujian Hipotesis.....	57
1. Analisis Regresi Linear Berganda	57
2. Uji t (parsial)	58

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Uji F (simultan)	59
4. Koefisien Determinasi R^2	60
H. Gambaran Lokasi Penelitian	60
1. Sejarah Singkat BSI	60
2. Visi dan Misi BSI KCP Pekanbaru Sudirman Atas	61
3. Struktur Organisasi	62
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	65
A. Hasil Penelitian	65
1. Pelaksanaan <i>Promotion Mix</i> Produk Gadai Emas di BSI KCP Pekanbaru Sudirman Atas	65
a. Periklanan	65
b. Penjualan Personal	66
c. Promosi Penjualan	68
d. Publisistas	69
2. Rekapitulasi Data Responden	70
a. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin....	70
b. Karakteristik responden berdsarkan usia.....	70
c. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan.....	71
d. Karakteristik responden berdsarkan Pendidikan	72
3. Deskripsi Variabe Penelitian	72
a. Variabel periklanan.....	72
b. Variabel penjualan personal	74
c. Variabel promosi penjualan	76
d. Variabel publisitas	79
e. Variabel minat	81
4. Statistic Deskriptifs	83
5. Uji Validitas dan Reabilitas	85
a. Uji validitas	85
b. Uji Reabilitas.....	87
6. Uji Asumsi Klasik	88
a. Uji Normalitas	88



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Uji Heteroskedastisitas	90
c. Uji Multikoliniarias	91
d. Uji regresi Linear Berganda	92
e. Uji Hipotesis.....	95
1. Uji Parsial (Uji t)	95
2. Uji Simultas (Uji F).....	98
3. Uji Koefisiensi Determinasi (R_2)	100
B. Analisis Pembahasan.....	101
BAB V PENUTUP	115
A. Kesimpulan	115
B. Saran	116

DAFTAR PUSTAKA



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Jumlah Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia Tahun 2023	2
Tabel I.2	Perkembangan BUS, UUS dan BPR 2016-2024	4
Tabel II.1	Penelitian Terdahulu	40
Tabel II.2	Defenisi Operasional Varabel	45
Tabel III.1	Bobot Penilaian Skala Likert	52
Tabel IV.1	Jenis Kelamin Responden.....	70
Tabel IV.2	Responden Berdasarkan Usia	70
Tabel IV.3	Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	71
Tabel IV.4	Responden Berdasarkan Pendidikan.....	72
Tabel IV.5	Variabel Periklanan	72
Tabel IV.6	Variabel Penjualan Personal	74
Tabel IV.7	Variabel Promosi Penjualan.....	76
Tabel IV.8	Variabel Publistas.....	79
Tabel IV.9	Tanggapan Responden Terhadap Minat Nasabah	81
Tabel IV.10	Hasil Uji Statistik Deskriptif	83
Tabel IV.11	Uji Validitas	86
Tabel IV.12	Uji Reliabilitas	87
Tabel IV.13	Hasil Uji Statistik Non- Prametik Kolmogorov- Smirnov (K-S).....	90
Tabel IV.14	Uji Heteroskedastisitas	91
Tabel IV.15	Uji Multikoloniaritas	92
Tabel IV.16	Uji Regresi Linear Berganda	93
Tabel IV.17	Uji t	97
Tabel IV.18	Uji F	99
Tabel IV.19	Uji Koofesien Determinasi (R^2).....	100



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR GAMBAR

Gambar II. 1	Kerangka Teoritis	43
Gambar III.1	Struktur Organisasi BSI KCP Pekanbaru Sudirman Atas	63
Gambar IV.1	Regression Standardized Residual	88
Gambar IV.2	Grafik Normal Plot	89
Gambar IV.3	Brosur Gadai Emas	113
Gambar IV.4	Poster Gadai Emas Jasa Gadai Emas	113
Gambar IV.5	Program Sahabat Gadai	114
Gambar IV.6	Program CB 30K GADOL BSI Mobile Spesial Ramadhan	114
Gambar IV.7	Promo Cashback Gadai Emas Bsi Mobile	115

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I

PENDAHULUAN

A Latar Belakang Masalah

Dengan berkembangnya aktivitas perekonomian masyarakat, maka mereka membutuhkan suatu institusi yang bertugas untuk mengelola uang yang mereka miliki. Hal inilah yang melahirkan lembaga keuangan. Perkembangan dan perubahan zaman yang begitu cepat menuntut lembaga keuangan untuk terus berkembang. Hal ini menjadikan lembaga keuangan tidak hanya berbasis pada sistem konvensional tetapi berkembang menjadi lembaga keuangan berbasis pada prinsip syariah.¹

Di Indonesia sendiri lembaga keuangan syariah tumbuh begitu pesat, terlebih pada saat ini mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam. Berdasarkan data Direktorat Jenderal Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Dukcapil) Kementerian Dalam Negeri mencatat sebanyak 238,09 juta jiwa atau 86,93% penduduk Indonesia yang beragama Islam pada akhir Tahun 2021. Hal ini tentunya menjadi peluang pasar tersendiri bagi lembaga keuangan syariah. Perkembangan lembaga keuangan syariah di Indonesia ini ditandai dengan banyaknya lembaga-lembaga keuangan yang bergerak dibawah naungan prinsip syariah.² Hal ini dapat dilihat dari tabel berikut:

¹ Ahmad Rifai, *Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta: PT Gramedia, 2020) h.45

² Ali Hasan, *Evolusi Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia*, *Jurnal Ekonomi Syariah* no.1 (2020) h.23

Tabel I.1

Jumlah Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia Tahun 2023

Industri	Jumlah Institusi/Instrumen
Perbankan Syariah	13 Bank Umum 20 Unit Usaha Syariah 173 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah
IKNB Syariah	58 Asuransi 31 Perusahaan Pembiayaan Syariah 7 Modal Ventura Syariah 10 Dana Pensiun Syariah 7 Fintech Syariah 98 IKNB Syariah Lainnya
Pasar Modal Syariah	1 Manajemen Investasi Syariah
(Tidak Termasuk Saham Syariah)	61 Unit Pengelola Investasi Syariah 82 Sukuk Negara (Outstanding) 234 Sukuk Koperasi (Outstanding) 273 Reksadana Syariah (outsanding)
Total	479

Sumber Otoritas Jasa Keuangan 2023

Dari Tabel I.1 diatas, dapat dilihat bahwa lembaga keuangan syariah terus mengalami perkembangan, sampai dengan Desember 2023, Jumlah Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia mencapai 479 institusi yang terdiri dari Perbankan Syariah sebanyak 206 institusi, Industri Keuangan NonBank sebanyak 211, Pasar Modal Syariah sebanyak 1 manajemen dan 61 Unit Pengelola Investasi Syariah.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Perkembangan lembaga keuangan syariah mengalami pertumbuhan yang baik. Hal ini ditandai dengan banyaknya bank yang menerapkan prinsip syariah. Selain itu pemerintah juga berupaya memasukkan prinsip-prinsip keuangan syariah dalam program pendidikan, seperti perbankan syariah dan ekonomi Islam.³

Perkembangan bank syariah terasa pesat semenjak era reformasi pada akhir tahun 1990-an, setelah pemerintah dan Bank Indonesia memberikan komitmen besar dan menempuh berbagai kebijakan untuk mengembangkan bank syariah, khususnya sejak perubahan undang-undang perbankan dengan UU No. 10 Tahun 1998. Yang mana tidak hanya mengenal *dual banking system*, tetapi juga mempertegas bahwa bank dengan prinsip syariah keadaannya sejajar dengan bank konvensional. Kemudian berbagai kebijakan yang terdapat dalam undang-undang tersebut tidak hanya menyangkut perluasan jumlah kantor dan operasi bank-bank syariah untuk meningkatkan penawaran, tetapi juga menyangkut pengembangan pemahaman dan kesadaran Masyarakat untuk meningkatkan sisi permintaan. Perkembangan yang paling pesat terutama tercatat sejak dikeluarkannya ketentuan Bank Indonesia yang memberi izin kepada bank konvensional untuk mendirikan suatu unit usaha syariah (UUS).⁴

³ Sudarmi, "Perkembangan Lembaga Keuangan Syariah dan Dampaknya Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia", *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi* Vol.3, No.4, Mei 2024, h.1570

⁴ Syakir Sofyan, "Perkembangan Perbankan Syariah di Indonesia", *Jurnal Bilancia*, Vol 10, No 2, Juli – Desember 2016 h.92-93

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Seiring perkembangan industri perbankan di Indonesia, maka bank syariah dapat dikategorikan menjadi beberapa jenis, seperti Bank Umum Syariah, Bank Perkreditan Rakyat Syariah dan Unit Usaha Syariah. Seiring dengan kesadaran masyarakat Islam akan pentingnya penerapan syariah islam dalam perekonomian, maka jumlah BUS, BPRS, dan UUS terus mengalami peningkatan yang signifikan dari tahun ke tahun. Perkembangan jumlah BUS, BPRS dan UUS dapat dilihat dari table berikut ini

Tabel I.2

Perkembangan Bank Umum Syariah, Unit Usaha Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah di Indonesia Tahun 2016 sampai Maret 2024

Data/Tahun	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Jumlah BUS	13	13	14	14	14	15	13	13	14
Jumlah Kantor	1.869	1.825	1.875	1.919	2.034	2.035	2.007	1.967	2.007
Jumlah UUS	21	21	20	20	20	21	20	20	19
Jumlah Kantor	332	344	354	381	392	444	438	426	384
Jumlah BPRS	166	167	165	164	163	164	167	173	174
Jumlah Kantor	453	441	469	617	627	659	688	693	687
Total Kantor	2.654	2.610	2.698	2.917	3.035	3.138	3.133	3.086	3.078

Sumber : Statistik Perbankan Syariah, Tahun 2016-2024

Dari Tabel I.2 diatas, dapat dilihat perkembangan perbankan syariah mengalami perkembangan setiap tahunnya, meskipun terjadi sedikit penurunan jumlah Unit Usaha Syariah pada tahun 2024, dari yang sebelumnya pada tahun 2023 Unit Usaha Syariah berjumlah 20 dengan jumlah kantor 426 pada tahun 2024 menurun menjadi 19 saja dengan jumlah kantor 384, sedangkan Bank Perkreditan Rakyat terjadi peningkatan yang semula pada tahun 2023 berjumlah 173 menjadi 174 namun terjadi penurunan jumlah

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kantor dari sebelumnya tahun 2023 berjumlah 693 menjadi 687 sedangkan pada Bank Umum Syariah terjadi peningkatan jumlah Bank Umum Syariah yakni dari sebelumnya pada tahun 2023 sebanyak 13 unit menjadi 14 unit pada tahun 2024. Meskipun demikian, industri perbankan syariah cenderung mengalami peningkatan. Sampai dengan bulan Maret 2024.

Bank Syariah adalah bank yang dalam aktivitasnya, baik dalam penghimpunan dana maupun dalam rangka penyaluran dana memberikan dan mengenakan imbalan atas dasar prinsip syariah.⁵

Salah satu bank syariah yang ada di Indonesia adalah Bank Syariah Indonesia. Bank Syariah Indonesia berdiri pada 1 Februari 2021 yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H menjadi penanda sejarah bergabungnya Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah menjaadi satu entitas yakni Bank Syariah Indonesia (BSI).⁶ Pada kota pekanbaru sendiri penggabungan tiga Bank Syariah ini terjadi pada Juni 2021. Penggabungan ini akan menyatukan kelebihan dari ketiga Bank Syariah sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan yang luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang baik.

Karakteristik bank syariah berbeda dengan bank konvensional, mulai dari prinsip yang menjadi dasar, akad yang digunakan, produk pembiayaan dan

⁵ Lukmanul Hakim, *Manajemen Perbankan Syariah*, (Pamekasan: Duta Media Publishing, 2021), h.4

⁶ <https://ir.bankbsi.co.id>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

lain sebagainya. Salah satu produk yang ada pada bank syariah tetapi tidak terdapat pada bank konvensional adalah layanan gadai emas syariah.

Gadai emas syariah merupakan produk penyaluran dana dalam bentuk pinjaman berdasarkan prinsip *qard* dengan jaminan barang berharga berupa emas sebagai jaminan atas uang nasabah. Emas yang dimaksud ditempatkan dalam penguasaan, dan pemeliharaan tersebut Bank mengenakan *ujrah* (biaya sewa).⁷

Pada dasarnya, gadai adalah salah satu akad yang diperbolehkan dalam Islam. Adapun salah satu dalil yang menjadi landasan diperbolehkannya gadai adalah :

الَّذِي فَلْيُؤَدِّ بَعْضًا بَعْضُكُمْ أَمِنْ ۖ فَإِنْ مَقْبُوضَةٌ فَرِهْنُ كَاتِبًا تَجِدُوا وَلَمْ سَفَرٍ عَلَى كُنْتُمْ وَإِنْ تَعْمَلُونَ بِمَا وَاللَّهُ ۖ قَلْبُهُ إِيَّاهُ فَاتَّهَ بِكُنْتُمْهَا وَمَنْ الشَّهَادَةُ تَكُنْتُمْهَا وَلَا ۖ رَبِّهِ اللَّهُ وَلِيَّتْ أَمَانَتُهُ أَوْثَمِنْ عَلَيْهِم

Artinya

“Jika kamu dalam perjalanan sedang kamu tidak memperoleh seseorang penulis, maka hendaklah ada barang tanggung yang dipegang (oleh yang berpiutang) (Q.S Al-Baqarah: 283)⁸

⁷ Rizka Ayunda Putri, *Pengaruh Niai Taksiran, Ujrah, Lokasi, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah dalam Menggunakan Produk Pembiayaan Gadai Emas Syariah (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri KCP Pos Yogyakarta)*, Skripsi Uin Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2019, h.2

⁸ Departemen Agama RI *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Jakarta : Al-Kautsar ,2020), h.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menggadaikan emas melalui lembaga keuangan syariah memiliki beberapa keunggulan dibandingkan dengan lembaga konvensional yaitu : proses gadai emas dilakukan berdasarkan prinsip-prinsip syariah, informasi yang diberikan rinci baik mengenai biaya, prosedur, maupun hak-hak nasabah, biaya administrasi dan jasa pemeliharaan yang lebih transparan dibanding lembaga konvensional, dan dengan menggunakan lembaga syariah sebagai wadah untuk melakukan gadai emas berarti mendukung ekonomi umat Islam dan memperkuat lembaga keuangan syariah yang dapat bermanfaat bagi sosial dan ekonomi masyarakat luas.⁹

Di Indonesia sendiri terdapat beberapa lembaga keuangan yang menjadikan gadai sebagai produk pembiayaan, seperti pegadaian konvensional, BMT, serta bank-bank syariah.¹⁰ Produk gadai sudah mendapat legitimasi dari Fatwa DSN No.25/DSNMUI/III/2002 tentang Rahn dan fatwa DSN No.26/DSN/MUI/III/2002 tentang Rahn dan Emas. Serta dengan dikeluarkan surat edaran Bank Indonesia No.14/7/Dpbs Tahun 2012 tentang Qardh beragun Emas bagi Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah. Fatwa-fatwa ini mengatur mengenai ketentuan ongkos dan biaya pemeliharaan serta penyimpanan yang dibebankan kepada rahn (orang yang menyerahkan barang) tidak boleh ditentukan berdasarkan jumlah pinjaman.¹¹

⁹ Abdullah S, *Keuntungan Gadai Syariah* (Jakarta: PT Syariah God, 2018) h.10

¹⁰ M Ihsan, "Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas BSM Cabang Padang Panjang" (Skripsi : IAIN Batu Sangkar, 2018) h.2.

¹¹ Diponegoro L A W journal and others, "Diponegoro Law Journal", 6 (2017), 1-22.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Perkembangan minat gadai di Indonesia mengalami peningkatan signifikan dalam beberapa tahun terakhir, didorong oleh kebutuhan masyarakat akan akses pembiayaan yang cepat dan mudah. Masyarakat dari berbagai kalangan, termasuk sektor informal, semakin mengandalkan layanan gadai untuk memperoleh dana tunai dalam waktu singkat tanpa prosedur yang rumit. Selain itu, diversifikasi produk gadai seperti gadai emas, kendaraan, dan barang elektronik, serta kemudahan akses melalui digitalisasi, juga turut mendukung pertumbuhan sektor ini. Pada 2020, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mencatat peningkatan jumlah nasabah dan nominal pinjaman di lembaga gadai resmi, yang menunjukkan minat masyarakat terhadap gadai yang terus meningkat, terutama di masa pandemi yang menekan perekonomian.¹²

Minat adalah kecenderungan atau ketertarikan yang kuat terhadap sesuatu. Minat mencerminkan tingkat keinginan atau kesukaan individu terhadap hal-hal yang mereka anggap menarik atau penting dalam kehidupan mereka. Menurut psikologi minat dapat mempengaruhi motivasi, pemikiran dan perilaku seseorang dalam berbagai konteks¹³

Minat nasabah dapat dipengaruhi beberapa faktor yakni tempat, harga, dan promosi. Tempat merujuk pada distribusi dan Lokasi Dimana produk atau

¹² Supriyadi, T, *Ekonomi Mikro dan Keuangan Gadai di Indonesia*. (Jakarta:Gramedia Pustaka Utama, 2021), h. 142-145

¹³ Abdul Malik, dkk, "Pengaruh Promosi, Pengetahuan dan Kepercayaan terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Singkut Pada Masyarakat Pelawan Jaya", *Jurnal Margin Vol. 1, No.1* 2021, h.33

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

layanan ditawarkan kepada konsumen, memastikan ketersediaan yang mudah dijangkau sehingga dapat meningkatkan kenyamanan dan minat beli. Harga, sementara itu berperan dalam menentukan persepsi nilai produk dimata konsumen dan dapat menarik segmen pasar yang sesuai dengan nilai yang ditawarkan. Promosi mencakup berbagai strategi untuk meningkatkan kesadaran, minat, dan akhirnya membeli produk atau layanan. Ini mencakup iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan dan pemasaran langsung.¹⁴

Berbagai Upaya terus dilakukan untuk dapat menarik minat nasabah untuk menggunakan produk gadai emas ini, salah satu upaya yang dilakukan yaitu promosi. Bank Syariah Indonesia Sudirman Atas juga melakukan promosi untuk dapat terus meningkatkan nasabah yang melakukan pembiayaan gadai emas.

Promosi merupakan alat komunikasi yang sangat penting bagi suatu perusahaan, karena dengan melaksanakan promosi dapat membantu dalam memperluas pengenalan suatu produk atau jasa kepada konsumen. Bank dituntut dapat menawarkan produk-produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginan nasabah.¹⁵

Menurut Fandy Tjiptono, promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. Yang dimaksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau

¹⁴ McCarthy, E. J., & Perreult Jr, W. D *Basic Marketing: A Marketing Strategy Planning Approach* (19th ed) McGraw-Hill Education. h.53-71

¹⁵ Analisis Minat Menabung Masyarakat di Bank Syariah Indonesia Studi Empiris Desa Petawan Jaya Al-Mashrafiah: *Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah* Vol.5 No.2 Oktober 2021 h.28-39

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

membujuk, dan mengingatkan pasar sasaran atas produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan Perusahaan yang bersangkutan.¹⁶

Promosi merupakan faktor penentu bagi minat nasabah, apakah produk tersebut diterima oleh Masyarakat luas atau tidak. Oleh karena itu promosi memerlukan komunikasi yang efektif kepada nasabah. Promosi akan sia-sia apabila tidak dikomunikasikan secara efektif agar tidak terjadi kesalahpahaman. Karena tujuan utama dari promosi adalah untuk mempengaruhi perilaku konsumen dengan cara memberitahukan, membujuk dan mengingatkan.¹⁷

Tujuan setiap Perusahaan adalah memperoleh keuntungan yang maksimal dan mempertahankan atau bahkan berusaha meningkatkannya dalam waktu yang lama. Tujuan tersebut dapat terealisasi apabila promosi berjalan sesuai dengan yang direncanakan. Inovasi dalam pemasaran dapat mempengaruhi keberhasilan suatu perusahaan secara langsung melalui peningkatan penjualan, melalui iklan yang lebih menarik, ssemboyan ata saluran pemasaran serta sarana promosi yang lainnya. Oleh karena itu promosi

¹⁶ Zenal Wahidin dkk, Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada MJRT Group, *Jurnal Bisnis Manajemen dan Ekonomi Vol 20. No 1*, Juli 2022 h.617

¹⁷ Anita Rahmayanti, Relevansi Promosi Terhadap Minat Nasabah Dalam Melakukan Transaksi di Bank Syariah Mnadiri KC Kepanjen *IQTISHODIA Jurnal Ekonomi Syariah Vol.3 No 1* Maret h.74.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabah.¹⁸

Kombinasi yang efektif dari berbagai alat promosi dapat secara signifikan meningkatkan minat beli konsumen dengan membangun kesadaran, menarik perhatian, menciptakan keinginan dan mendorong tindakan. Menurut Kotler, ada empat macam bauran promosi yang dapat digunakan oleh setiap bank dalam mempromosikan produk maupun jasanya. Pertama periklanan, yakni promosi dalam bentuk gambar atau kata kata yang tertuang dalam spanduk ataupun brosur. Kedua promosi penjualan merupakan promosi untuk meningkatkan penjualan dengan cara memberikan insentif yang menarik. Ketiga publisitas yakni promosi dengan meningkatkan citra bank didepan nasabah. Keempat penjualan pribadi merupakan promosi melalui pribadi karyawan dalam melayani serta mempengaruhi nasabah.¹⁹

Salah satu lembaga yang juga meluncurkan produk gadai syariah adalah Bank Syariah Indonesia. Bank Syariah sendiri meluncurkan gadai emas pada tahun 2021 dan gadai emas di Bank Syariah Indonesia KC Pekanbaru Sudirman Atas diluncurkan pada awal tahun 2023. Namun dalam perkembangannya sampai dengan Desember 2023 nasabah gadai emas di BSI

¹⁸ Tegar Wahyu Kusuma, Penerapan Strategi Pemasaran Yang Tepat Bagi Perusahaan Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Pt Hikmah Cipta Perkasa Jakarta *Jurnal Riset Mahasiswa Ekoonomi Vol.2 No.1* 2015, h.169

¹⁹ Arum Wahyuni, Efektivitas Bauran Pemasaran Pada Keputusan Pembelian Konsumen Inomaret *Jurnal Sains Manajemen Vol.7 No.1* 2021, h. 10

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KCP Pekanbaru Sudirman Atas baru mencapai 38 orang. Hal ini perlu menjadi perhatian bagi pimpinan BSI KCP Pekanbaru Sudirman Atas.

Sampai saat ini kegiatan promosi di BSI KCP Pekanbaru Sudirman Atas masih berlangsung untuk meningkatkan nasabah gadai emas, hal ini didukung dengan wawancara yang dilakukan kepada salah satu karyawan BSI KCP Pekanbaru Sudirman Atas yang bekerja dibagian gadai emas. Promosi yang dilakukan antara lain periklanan yakni dengan membagikan brosur dan membuat poster tentang gadai emas, penjualan pribadi, promosi penjualan dan publisitas. Hal ini juga diperkuat dengan wawancara yang dilakukan penulis kepada salah satu nasabah gadai emas yang menyatakan bahwa dia tertarik untuk melakukan gadai emas salah karena adanya berbagai promo menarik yang diberikan oleh BSI KCP Pekanbaru Sudirman Atas terkait produk gadai emas ini.²⁰

Selanjutnya penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rizka Fatkhin Nisa yang berjudul “ Pengaruh *promotion mix* terhadap minat nasabah gadai emas di Bank BRI Syariah kantor cabang Semarang. Adapun perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah pada bauran promosi yang digunakan sebagai variabel penelitian, yakni periklanan, promosi, hubungan masyarakat, dan penjualan pribadi. Sedangkan pada penelitian ini bauran promosi yang digunakan sebagai variabel penelitian adalah periklanan, penjualan personal, promosi penjualan, dan publisitas. Selain itu pembaharuan dalam penelitian

²⁰ M rezi Permana Putra, Wawancara Senin, 19 Agustus 2024 Pukul 12.30 WIB

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ini adalah adanya tambahan mengenai tinjauan ekonomi syariah mengenai *promotion mix* yang dilakukan di BSI KCP Pekanbaru Sudirman Atas.

Selain itu terdapat penelitian yang dilakukan oleh Sri Rahma pada tahun 2021 yang berjudul Pengaruh nilai taksir, jasa titip, promosi dan prosedur pencairan terhadap permintaan gadai emas yang dilakukan pada Bank Syariah Mandiri Area Jambi menunjukan hasil bahwa nilai taksir, jasa titip, promosi dan prosedur pencairan berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan gadai emas pada Bank Syariah Mandiri Area Jambi.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk dapat melakukan penelitian dengan judul **“Analisis *Promotion Mix* Terhadap Minat Produk Gadai Emas di BSI KCP Pekanbaru Sudirman Atas Perspektif Ekonomi Syariah “**

B. Batasan Masalah

Untuk menghindari keluasan masalah, peneliti membatasi permasalahan pada Analisis *promotion mix* terhadap minat produk gadai emas di BSI KCP Pekanbaru Sudirman Atas Khususnya pada nasabah atau debitur yang melakukan pembiayaan gadai emas.

C. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang penulis temukan adalah:

1. Bagaimana pelaksanaan *promotion mix* produk gadai emas di BSI KCP Pekanbaru Sudirman Atas?
2. Apakah *promotion mix* berpengaruh secara parsial terhadap minat nasabah produk gadai emas di BSI KCP Pekanbaru Sudirman Atas?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Apakah *promotion mix* berpengaruh secara simultan terhadap minat nasabah produk gadai emas di BSI KCP Pekanbaru Sudirman Atas?
4. Bagaimana tinjauan ekonomi syariah mengenai *promotion mix* produk gadai emas di BSI KCP Pekanbaru Sudirman Atas?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan yang akan dicapai untuk penelitian yang berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas adalah :

1. Tujuan Penelitian

Setelah merumuskan masalah yang akan diteliti, maka didapatkan tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk menjelaskan bagaimana pelaksanaan *promotion mix* produk gadai emas di BSI KCP Pekanbaru Sudirman Atas
- b. Untuk menjelaskan pengaruh *promotion mix* secara parsial terhadap minat produk gadai emas di BSI KCP Pekanbaru Sudirman Atas
- c. Untuk menjelaskan pengaruh *promotion mix* secara simultan terhadap minat produk gadai emas di BSI KCP Pekanbaru Sudirman Atas
- d. Untuk menjelaskan tinjauan ekonomi syariah mengenai *promotion mix* produk gadai emas di BSI KCP Pekanbaru Sudirman Atas

2. Manfaat Penelitian

Manfaat yang bisa diambil dalam penelitian ini adalahh:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. Bagi penulis

Untuk pemahaman yang lebih mendalam mengenai produk gadai emas di BSI KCP Pekanbaru Sudirman Atas

b. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan yang dapat digunakan untuk melakukan evaluasi promosi produk gadai emas

c. Bagi akademisi

Adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan mengenai produk gadai emas di BSI KCP Pekanbaru Sudirman Atas serta dapat dijadikan sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penelitian ini adalah sebagai berikut²¹:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini merupakan bab pendahuluan terdiri dari antara lain latar belakang masalah, permasalahan yang memuat, identifikasi masalah, batasan masalah, dan rumusan masalah serta ditambah dengan tujuan penelitian dan manfaat penelitian.

BAB II : LANDASAN TEORETIS

Dalam bab ini terdiri dari kerangka teori, penelitian yang relevan (penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang sedang

²¹ Pasca Sarjana UIN Suska Riau, *Buku Panduan Penulisan Tesis dan Disertasi*, (Pekanbaru: Pascasarjana, 2015), h. 8.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dilakukan, jurnal internasional dan jurnal terakreditasi nasional, serta indikator variabel atau konsep operasional.

: METODE PENELITIAN

Menguraikan secara jelas tentang metode penelitian, terdiri dari pendekatan penelitian, informan atau populasi dan sampel penelitian, instrumen penelitian, hipotesis penelitian dan analisis data.

: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berisikan hasil penelitian yang berisi temuan umum penelitian dan temuan khusus penelitian.

: PENUTUP

Penutup yang berisikan kesimpulan dan saran.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

LANDASAN TEORITIS

A. Promosi

1. Pengertian Promosi

Promosi berasal dari bahasa Inggris yakni dari kata *promote* yang memiliki arti mengembangkan atau meningkatkan. Promosi merupakan bentuk komunikasi pemasaran. Yang dimaksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/ membujuk, dan atau meningkatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan Perusahaan yang bersangkutan.²²

Menurut kamus besar bahasa Indonesia promosi adalah pengenalan dalam rangka memajukan usaha dagang.²³ Promosi merupakan salah satu variable bauran pemasaran yang penting untuk dilaksanakan oleh Perusahaan dalam memasarkan produk maupun jasa. Promosi tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi yang digunakkan antara Perusahaan dengan konsumen, akan tetapi promosi juga dapat digunakan untuk mempengaruhi konsumen dalam pembelian barang ataupun jasa.

Promosi merupakan kegiatan menginformasikan atau menyampaikan keunggulan suatu produk dan untuk meyakinkan konsumen untuk

²² Zenal Wahidin dkk, Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada MJRT Group, *Jurnal Bisnis Manajemen dan Ekonomi Vol 20. No 1*, Juli 2022 h.617.

²³ Pusat bahasa departemen Pendidikan nasional, *kamus umum bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2023), h.898

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

membeli produk tersebut²⁴ Promosi merupakan sarana penting bagi Perusahaan sebagai alat pemasar yang wajib dilakukan oleh sebuah perusahaan untuk dapat dengan mudah memperkenalkan serta menginformasikan produk dan jasanya agar dapat mudah dilihat dan dipahami oleh masyarakat secara langsung sehingga nanti dapat memberikan pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian.²⁵

Dari beberapa pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwa promosi adalah Upaya yang dilakukan oleh Perusahaan untuk dapat mempengaruhi calon konsumen agar mau membeli dan menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan yang dilakukan dengan strategi yang baik meliputi periklanan, penjualan, personal, dan alat promosi yang lainnya sehingga tujuan yang hendak dicapai oleh Perusahaan dapat terwujud²⁶

2. Tujuan Promosi

Tujuan utama dari promosi adalah menginformasikan, mempengaruhi, dan membujuk, serta meningkatkan pelanggan tentang Perusahaan dan bauran pemasarannya. Secara terperinci tujuan promosi tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut :

a. Menginformasikan (*informing*)

1) Menginformasikan pasar mengenai keberadaan suatu produk baru

²⁴ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Bahasa Indonesia (Jakarta: Pearson Education Asia Pte. Ltd dan PT Prenhallindo, 2007), h. 59

²⁵ Jasmani, *Pengaruh Promosi dan Pengembangan Produk Terhadap Peningkatan Hasil Penjualan*, Jurnal Semarak Vol. 1 No.3 2018 h. 145

²⁶ Pandi Tjiptono, *strategi Marketing*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2002), h. 221.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 2) Memperkenalkan cara baru menggunakan produk
- 3) Menyampaikan perubahan harga
- 4) Menjelaskan cara kerja suatu produk
- 5) Menginformasikan jasa-jasa yang disediakan
- 6) Meluruskan kesan yang keliru
- 7) Membangun citra Perusahaan
- b. Membujuk pelanggan
 - 1) Membentuk pilihan merk
 - 2) mengalihkan pilihan merk tertentu
 - 3) Mengubah persepsi pelanggan terhadap produk
 - 4) Mendorong untuk segera melakukan pembelian pada saat itu juga
 - 5) Mendorong untuk menerima kunjungan (*salesmen*)
- c. Mengingat (reminding) terdiri atas :
 - 1) Mengingat konsumen bahwa produk dibutuhkan dalam waktu dekat
 - 2) Mengingat pembeli akan tempat-tempat yang menjual produk dari Perusahaan tertentu
 - 3) Membuat pembeli tetap ingat walaupun tidak ada kampanye iklan
 - 4) Menjaga agar ingatan pertama pembeli jatuh pada produk Perusahaan

Secara singkat promosi berkaitan dengan upaya untuk mengarahkan seseorang agar dapat mengenal produk suatu perusahaan, memahaminya, berubah sikap, menyukai, yakin, dan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kemudian akhirnya membeli dan selalu ingat pada produk tersebut.²⁷

B. Bauran Promosi

1. Pengertian Bauran Promosi

Bauran promosi atau yang dikenal juga dengan *promotion mix* merupakan satu cara atau strategi dalam melakukan kegiatan promosi. Kotler mengemukakan ada empat macam bauran promosi yang dapat digunakan oleh setiap bank dalam mempromosikan produk maupun jasanya. Pertama periklanan, promosi dalam bentuk gambar atau kata-kata yang tertuang dalam spanduk, brosur. Kedua, promosi penjualan, merupakan promosi untuk meningkatkan penjualan dengan meningkatkan insentif yang menarik. Ketiga publisitas, merupakan promosi dengan meningkatkan citra bank di depan calon nasabah. Keempat penjualan pribadi, merupakan promosi melalui pribadi-pribadi karyawan dalam melayani serta ikut mempengaruhi nasabah.²⁸

Menurut Ezel Walker dan Santos, bauran promosi adalah gabungan dari penjualan pribadi periklanan, promosi penjualan, humas, dan publisitas yang diharapkan membantu organisasi untuk mencapai tujuan pemasaran.²⁹

²⁷ Harman Malau, *MANAJEMEN PEMASARAN Teori Dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*, (Bandung : CV ALFABETA, 2017), h.112-113

²⁸ Kasmir, *Pemasaran Bank*, Cetakan Keempat Edisi Revisi (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), h.156

²⁹ Suprayanto dan Rosad, *Manajemen Pemasaran*, (Bogor: In – Media, 2015), 174.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menurut J. Stanton, bauran promosi adalah kombinasi strategi yang paling baik dari variabel periklanan (*Advertising*), penjualan pribadi (*personal selling*), dan alat promosi yang lain, yang kesemuanya direncanakan untuk mencapai tujuan program penjualan dari suatu perusahaan.³⁰

2. Macam macam bauran promosi

Menurut Ezel, Walker, dan Santos bauran promosi ada 4 yaitu *personal selling*, *advertising*, *sales promotion*, *public relation*, dan *publicity*. sedangkan menurut Kotler Amstrong bauran promosi ada 4 yaitu: *Advertising*, *sales promotion*, *personal selling*, dan *publicity*.³¹

a. Periklanan

Periklanan adalah komunikasi individu dengan sejumlah biaya, melalui berbagai media yang dilakukan oleh perusahaan, Lembaga non laba, serta individu-individu.

Istilah periklanan mengacu pada suatu komunikasi pasar yang dilakukan para penjual barang dan jasa. Berkaitan dengan hal ini, dalam kehidupan modern seperti saat ini, Keputusan masyarakat atau konsumen dalam membeli produk baik berupa barang maupun jasa, tidak terlepas dari pengaruh berbagai iklan yang ditampilkan oleh berbagai media, baik cetak maupun elektronik. Hal ini

³⁰ Nur Wanita, Bauran Promosi (*Promotion Mix*) Konvensional Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam, *Bilancia Vol 10 No.1 Januari- Juni 2016*, h.32

³¹ Ibid

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menunjukkan bahwa iklan adalah bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia modern.

Periklanan merupakan semua bentuk sarana promosi yang dilakukan perusahaan untuk menyampaikan komunikasi kepada masyarakat bisa berupa berbagai bentuk tayangan atau gambar meliputi penyiaran diberbagai media seperti poster, reklame media seperti banner, poster, media online, dan lain sebagainya.³²

Iklan yang dipasang pada media-media tersebut dapat memberikan umpan, baik berupa tanggapan meskipun dalam tenggang waktu tidak secepat penjualan pribadi.

Keberhasilan dari suatu promosi banyak didukung kegiatan periklanan karena iklan merupakan program kegiatan untuk mempersiapkan berita, iklan memiliki peran yang penting bagi suatu perusahaan,³³ yaitu peran persuasif, yakni mempengaruhi selera (konsumen), sehingga memperkuat loyalitas konsumen terhadap merek barang dan jasa yang diiklankan, peran informatif, yakni mempengaruhi konsumen melalui penyampaian informasi yang positif mengenai barang dan jasa yang diiklankan. Dalam hal ini, iklan diarahkan pada kesan bahwa produk berkualitas tinggi, sehingga harga terlihat/terkesan murah serta peran pelengkap yakni

³² Siti Aisyah dkk, *Dasar- Dasar Periklanan* (Bandung: Yayasan Kita Menulis, 2021), h.20-21

³³ Dewi Puspasari dkk, Pemanfaatan Sosial Media Marketing Melalui Konten Pada Instagram dalam Upaya Meningkatkan Brand Image Sebuah Produk *Jurnal Manajemen Bisnis dan Keuangan Vol 4 No.2,2023* h.243

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mempengaruhi konsumen melalui pesan fungsi nilai guna atau nilai guna tambahan (pelengkap dari barang dan jasa yang diiklankan).

Indikator periklanan :

- a) Iklan di media
 - b) Brosur
 - c) billboard
2. Penjualan Personal

Penjualan personal adalah interaksi langsung, komunikasi tatap muka antara penjual dan pembeli untuk memperkenalkan produknya.³⁴

Penjualan personal merupakan sarana promosi dan penjualan dengan maksud menimbulkan transaksi jual beli, menimbulkan minat calon pembeli dan menimbulkan dan menimbulkan preferensi terhadap barang tertentu. Dengan penjualan pribadi sifatnya sangat luwes karena tenaga penjual dapat melihat secara langsung mengetahui keinginan, motif, perilaku dari calon konsumen.

Adapun indikator *personal selling* menurut Kotler dan Armstrong adalah:

- a. Penampilan winaraga baik
- b. Menguasai informasi perusahaan

³⁴ Wily Juliawaty, Pengaruh Personal Selling dan Promosi Penjualan Terhadap Kreatifitas Penjualan Ban Sepeda Motor PT. Mega Anugrah Mandiri *Jurnal Bisnis Kolega* Vol6 No. 1 Juni 2022.h.43

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c. Kemampuan dalam menjelaskan produk bagi pelanggan atau konsumen

3. Promosi Penjualan

Promosi penjualan merupakan penghubung antara periklanan dan personal selling. Promosi penjualan bersifat fleksibel artinya dapat dilakukan kapanpun dengan biaya yang tersedia. Promosi penjualan adalah promosi yang digunakan untuk menambah serta mengkoordinasi kegiatan pengambilan keputusan pembelian, dengan tujuan menarik pelanggan.³⁵

Kegiatan promosi penjualan juga sangat berpengaruh dalam meningkatkan volume penjualan, media nya antara lain: hadiah, sampel dan kupon.

Indikator promosi penjualan :

- 1). Pemberian bonus dengan ketentuan tertentu
 - 2). Pemberian cendera mata/hadiah dengan ketentuan tertentu
 - 3). Pemberian kupon undian
4. Publisitas

Publisitas merupakan sarana pelengkap promosi yang efektif bagi alat promosi yang lain seperti periklanan, penjualan pribadi dan promosi penjualan. Publisitas adalah sebuah upaya terhadap

³⁵ Rahmad Priyanto dkk, Peranan Promosi terhadap Peningkatan Volume Penjualan Produk Rautandi CV Konta Djaya Binong Jati, *Jurnal ABDIMAS BSI*, Vol 1 No 2, 2018, h.297

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

komunikasi menyeluruh untuk mempengaruhi keyakinan dan sikap konsumen.³⁶

Publisitas merupakan penggunaan yang paling kecil dari sarana promosi, sekalipun publisitas sangat berpotensi untuk membangun kesadaran dan membantu mencapai sasaran penjualan. Media publisitas antara lain: kontak pers, pidato, seminar, laporan tahunan, sponsor, acara, berita, dan layanan masyarakat.

Indikator publisitas:

1. pemberian citra baik yang dalam media.
2. sponsorship
3. ikut serta pameran

C. Promosi Dalam Islam

Ekonomi Islam adalah suatu ekonomi yang didasari dengan asas ketuhanan. Segala sistem berada pada Allah, dengan tujuan segala kegiatan dan aktivitas yang dilakukan tetap berada pada syariat Islam. Menurut Mustafa Edwin Nasution sistem ekonomi Islam merupakan suatu sistem yang berjalan sesuai dengan ajaran Agama Islam. Segala aktivitas berawal dari Al-Qur'an dan As-Sunah. Sistem ekonomi Islam merupakan ajaran Islam dan telah dinyatakan sebagai ajaran yang sempurna.³⁷

Promosi sangat diperlukan agar barang yang diproduksi diketahui oleh publik. Etika melakukan promosi perlu diperhatikan, agar tidak

³⁶ Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edisi Keempat, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2015), h.58

³⁷ Lempang Hasibuan, Konsep Promosi Sesuai Dengan Syariat Islam, *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* Vol 3 No 6 2022, h.1248

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

melanggar aturan yang berlaku. Dalam islam dijelaskan beberapa aturan Ketika melakukan promosi sebagaimana dijelaskan dalam Surat Al Jatsiyah ayat 18.

﴿يَعْلَمُونَ لَا الَّذِينَ أَهْوَاءُ تَتَّبِعْ وَلَا فَاتَّبِعْهَا الْأَمْرَ مَنْ شَرِيعَةٍ عَلَى جَعَلْنَاكَ ثُمَّ﴾³⁸

Artinya : Kemudian, Kami jadikan engkau (Nabi Muhammad) mengikuti syariat dari urusan (agama) itu. Maka, ikutilah ia (syariat itu) dan janganlah engkau ikuti hawa nafsu orang-orang yang tidak mengetahui.

Ayat tersebut menjelaskan bahwa perlunya untuk memperhatikan aturan ketika melakukan suatu hal. Misalnya Ketika melakukan promosi memiliki etika yang baik dan positif. Tidak ada unsur menjelekkkan atau pun merugikan orang lain.

Dalam islam ada beberapa etika yang harus dimiliki Ketika melakukan promosi. Diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Kejujuran dan tidak menyembunyikan cacat produk

Kejujuran merupakan unsur yang penting dalam menjual atau mempromosikan produk. Sebelum Rasulullah terangkat sebagai utusan Tuhan beliau telah berhasil membangun image positif atas dirinya dan kegiatan kesehariannya, dimana beliau dikenal sebagai seorang yang jujur. Beliau dalam melakukan praktik perniagaan selalu berkata jujur mengenai kualitas produk, harga dan apa saja yang didapat oleh konsumen.³⁸

³⁸ Nur Wanita Baurann Promosi (*Promotion Mix*) Konvensional dalam Perspektif Etika Bisnis Islam *Jurnal Bilancia Vol 10, No. 1* Januari- Juni 2021, h.46

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Terkait dengan hal ini, Rasulullah mencontohkan bagaimana etika dalam menjual atau mempromosikan dagangannya. Dalam hal ini, beliau menjelaskan dengan baik kepada semua pembelinya akan kelebihan dan kekurangan produk yang ia jual.³⁹ Dalam hal ini Rasulullah saw bersabda :

الرَّجُلَانِ تَبَايَعَا إِذَا قَالَ أَنَّهُ سَلَّمَ وَعَلَيْهِ اللَّهُ صَلَّى اللَّهُ رَسُولٌ عَنْ عُمَرَ ابْنِ عَنِ خَيْرٍ فَإِنْ الْآخِرَ أَحَدُهُمَا يُخَيِّرُ أَوْ جَمِيعًا وَكَانَا يَتَفَرَّقَانِ لَمْ مَّا بِالْخِيَارِ مِنْهُمَا وَاحِدٍ فَكُلُّ يَشْرِكُ وَلَمْ تَبَايَعَا أَنْ بَعْدَ تَفَرَّقَا وَإِنْ الْبَيْعَ وَجَبَ فَقَدْ ذَلِكَ عَلَى تَبَايَعَا الْآخِرَ أَحَدُهُمَا وَمُسْلِمُ الْبَخَارِيِّ رَوَاهُ — .الْبَيْعَ وَجَبَ فَقَدْ الْبَيْعَ مِنْهُمَا وَاحِدٌ

Dua orang yang berjual beli, masing-masing mempunyai hak pilih (untuk meneruskan jual beli atau tidak) selama keduanya masih belum berpisah. Jika keduanya berlaku jujur dan berterus terang menjelaskan (keadaan barang yang diperjualbelikan), maka keduanya mendapat berkat dengan jual beli mereka, tetapi jika mereka berdusta dan menyembunyikan cacat, hilanglah berkah jual beli mereka.⁴⁰

2. Bersumpah palsu

Bersumpah palsu seringkali dilakukan oleh para marketer demi untuk menarik konsumen agar membeli produknya, baik dalam bentuk periklanan, promosi penjualan maupun oleh wiraniaga. Contoh dari

³⁹ Ibid, h.47

⁴⁰ Abu Al Husain Muslim Ibn Al Hajjaj Al Naisabury, *Shahih Muslim* Juz III (Beirut: Dar al-Kutub al-Ilmiyyah, 1991), h. 1164

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sumpah palsu atau janji palsu ini seperti menjanjikan ada hadiah langsung berupa hadiah apabila ada nasabah yang akan membuka rekening, tapi iming-iming janji itu disertai dengan syarat dan ketentuan berlaku serta selama persediaan terbatas. Demikian pula iklan yang memberikan janji pemberian garansi atas produk yang dibeli selama waktu tertentu, akan tetapi kenyataannya di pihak distributor mengatakan bahwa garansi hanya berlaku selama 24 jam. Dan masih banyak lagi janji-janji palsu lainnya. Islam sangat melarang umatnya untuk bersumpah atau berjanji palsu.

Terkait dengan hal ini Rasulullah saw bersabda :

«يَا أَيُّهَا النَّاسُ: يَقُولُ وَسَلَّمَ عَلَيْهِ اللَّهُ صَلَّى اللَّهُ رَسُولُ سَمِعَ أَنَّهُ : عَنْهُ اللَّهُ رَضِيَ قَتَادَةُ أَبِي عَنْ
يَمْحَقُ ثُمَّ يَنْفَقُ فَإِنَّهُ الْبَيْعُ، فِي الْحَلْفِ وَكَثْرَةٍ».

“Hati-hati kalian dari banyak bersumpah dalam jual beli, karena sumpah itu melariskan dagangan kemudian menghilangkan barakahnya.”⁴¹

3. Tidak menjelek- jelekkan produk saingan

Dalam kegiatan promosi konvensional, biasanya seorang marketer di samping melebih-lebihkan atau menonjolkan kelebihan produknya, juga produk saingannya. Hal ini dimaksudkan agar konsumen bisa beralih membeli produknya. Islam tidak menganjurkan umatnya untuk saling menjelekkan antara satu sama lainnya, dalam bentuk apa pun, termasuk

⁴¹Ibid, h.1228 No.1607

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dalam bentuk promosi, sebagaimana bunyi firman Allah dalam surah Al-Hujurat (49) yang terjemahnya :

مَنْ نِسَاءً وَلَا مِنْهُمْ خَيْرٌ يُكُونُوا أَنْ عَسَى قَوْمٌ مِّنْ قَوْمٍ يَسْخَرُ لَا آمَنُوا الَّذِينَ يَأْتِيهَا
الْإِسْمُ بِئْسَ بِالْأَلْقَابِ تَنَابَزُوا وَلَا أَنْفُسَكُمْ تَلْمِزُوا وَلَا مِنْهُمْ خَيْرٌ يَكُنَّ أَنْ عَسَى نِسَاءً
○ ١١ الظَّالِمُونَ هُمْ فَأُولَئِكَ يَتُوبُ لَمْ وَمَنْ الْإِيمَانِ بَعْدَ الْفُسُوقِ

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah suatu kaum mengolok-olok kaum yang lain(karena) boleh jadi mereka (yang diolok-olokkan) lebih baik dari pada yang mengolok-olok.”⁴²

D. Minat

Minat adalah kecenderungan atau ketertarikan yang kuat terhadap sesuatu. Minat mencerminkan tingkat keinginan atau kesukaan individu terhadap hal-hal yang mereka anggap menarik atau penting dalam kehidupan mereka. Menurut psikologi minat dapat mempengaruhi motivasi, pemikiran dan perilaku seseorang dalam berbagai konteks⁴³

Minat merupakan kesukaan pada sesuatu. Menurut Abdul Rahman Saleh dan muhibb Abdul Wahab minat dapat diartikan suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian kepada orang atau objek,

⁴² Departemen Agama RI, *Alquran dan terjemahannya*., (Jakarta: Al-Kautsar, 2022) h. 847. Lihat pula Abu Abdillah Muhammad Ibn Ismail al-Bukhari, *Shahih Bukhari* (Beirut: Dar Ibn Katsir, 2002), h. 1514, No. 6042, 6044, 6045.

⁴³ Smith J *Understanding Interest: Development and Contextual Perspectives* Cambridge University Press

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut disertai dengan perasaan senang.⁴⁴

Menurut Jhonmarshall Reeve minat adalah keadaan psikologi yang ditandai dengan peningkatan perhatian dan keterlibatan dalam aktivitas tertentu⁴⁵

1. Macam-macam minat

Menurut Abbdul Rahman Shaleh dan Muhibb Abdul Wahab, minat dapat dibagi menjadi tiga macam yaitu sebagai berikut:⁴⁶

1. Berdasarkan timbulnya minat dapat dibedakan menjadi minat *primitive* dan minat *kultural*. Minat *primitif* adalah minat yang timbul karena kebutuhan biologis. Sedangkan minat *kultural* adalah minat yang timbul karena proses belajar.
2. Berdasarkan cara mengungkapkannya minat dijadikan menjadi empat yaitu: 1. *Expressed interest*, minat yang diungkapkan dengan cara meminta kepada subyek untuk menyatakan kegiatan yang dissenangi maupun tidak, dari jawabannya dapat diketahui minatnya. 2. *manifest interst*, minat yang diungkapkan dengan melakukan pengamatan langsung. 3. *Tested interst* minat yang diungkapkan dengan cara menyimpulkan dari hasil jawaban tes objektif; dan 4.

⁴⁴ Elna Sriwana dkk, THE EFFECT OF KNOWLEDGE ON VOTING INTERSET PRODUCT PT MANDIRI HARIA BANK PADANG SIDIMPUAN *Journal Sharia Of Banking Point Vol 1 No.1 Juli 2020* h.3

⁴⁵ Reeve, J. *Understanding Motivation and Emotion* (Hoboken,NJ:Wiley,2018)h.250

⁴⁶ Opcit., h.3

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Iventoried interest minat yang diungkapkan dengan alat-alat yang sudah distandarisasikan.

3. Berdasarkan arahnya, minat dapat dibedakan menjadi minat intrinsik dan eksstrinsik. Minat intrinsik adalahh minat yang langsung berhubungan dengan tujuan akhir dari kegiatan tersebut. Minat intrensik dapat timbul karena pengaruh motivasi, sikap, prestasi belajar, bakat, jenis kelamin dan termasuk harapan bekerja. Sedangkan minat ekstrinsik adalah minat yang timbul karena latar belakang status sosial, ekonomi, keluarga, kelompok, acuan, kemudian pemberdayaan bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, distribusi dan juga promosi.

2. Faktor Faktor yang mempengaruhi minat

Menurut Crow and Crow ada tiga faktor yang mempengaruhi timbulnya minat seseorang yaitu.⁴⁷

1. Faktor dorongan yang berasal dari dalam. Kebutuhan ini dapat berupa kebutuhan jasmani dan rohani
2. Faktor motif sosial. Timbulnya minat dari seseorang untuk mendapatkan penghargaan dan lingkungan dimana mereka berada.

⁴⁷ *Ibid*, h.264

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Faktor emosional, merupakan ukuran intensitas seseorang dalam menaruh perhatian terhadap sesuatu kegiatan atau obyek tertentu.

Minat nasabah dapat dipengaruhi beberapa faktor yakni tempat, harga, dan promosi. Tempat merujuk pada distribusi dan lokasi dimana produk atau layanan ditawarkan kepada konsumen, memastikan ketersediaan yang mudah dijangkau sehingga dapat meningkatkan kenyamanan dan minat beli. Harga, sementara itu berperan dalam menentukan persepsi nilai produk di mata konsumen dan dapat menarik segmen pasar yang sesuai dengan nilai yang ditawarkan. Promosi mencakup berbagai strategi untuk meningkatkan kesadaran, minat, dan akhirnya membeli produk atau layanan. Ini mencakup iklan, penjualan pribadi, promosi penjualan dan pemasaran langsung.⁴⁸

Menurut Lamb, Hair, dan Mc Daniel cara mengembangkan minat beli adalah melalui :

1. Segmentasi Pasar

Menurut Lamb et al., segmentasi pasar yang efektif memungkinkan perusahaan untuk mengidentifikasi kelompok konsumen dengan kebutuhan dan preferensi serupa yang kemudian memungkinkan pemasaran yang lebih terfokus dan relevan untuk meningkatkan minat beli di segmen tersebut.

⁴⁸ MC Carthy, E. J., & Perreult Jr, W. D *Basic Marketing: A Marketing Strategy Planning Approach* (19th ed) McGraw-Hill Education. h.53-71

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Positioning produk

Dimana perusahaan harus menciptakan citra atau presepai yang kuat di benak konsumen tentang produk mereka. Positioning yang efektif membuat produk lebih menarik bagi konsumen yang ditargetkan, sehingga meningkatkan minat beli

3. Pengembangan produk dan inovasi

Pengembangan produk baru dan inovasi adalah cara yang efektif untuk menarik minat beli. Inovasi yang relevan dengan kebutuhan konsumen dapat menciptakan daya tarik tambahan, yang mendorong konsumen untuk membeli produk tersebut.

4. Penentuan harga yang tepat

Penentuan harga yang kompetitif dan sesuai dengan nilai yang dirasakan oleh konsumen sangat penting dalam membangun minat beli. Strategi harga yang bijaksana seperti diskon atau bandling dapat meningkatkan daya tarik produk dimata konsumen.

5. Distribusi yang efektif

Pentingnya saluran distribusi yang tetap untuk memastikan bahwa produk mudah diakses oleh konsumen. Distribusi yang baik meningkatkan peluang konsumen untuk membeli produk karena mereka dengan mudah menemukan di pasaran.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

6. Pengalaman pelanggan yang positif

Menciptakan pengalaman pelanggan yang positif adalah faktor kunci lainnya. Pelayanan yang baik, interaksi yang menyenangkan dan kemudahan bertransaksi dapat meningkatkan minat beli konsumen dan mendorong loyalitas terhadap produk.

7. Strategi promosi terpadu

Merupakan pendekatan yang menekankan konsistensi dalam semua alat promosi yang digunakan, seperti iklan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, dan pemasaran langsung. Konsistensi ini membantu memperkuat pesan dan membangun minat beli yang lebih besar di kalangan konsumen.

Promosi yakni menginformasikan produk pada calon pembeli sehingga memperoleh suatu respon.⁴⁹ walaupun promosi bukan satu-satunya cara untuk meningkatkan minat konsumen, tetapi cukup punya andil untuk mempengaruhi pencapaian target yang diinginkan. Oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan konsumen⁵⁰

⁴⁹ Muhammad Fakrur Rizky dan Hanifa Yasin, "Pengaruh Promosi dan harga terhadap minat beli perumahan obama PT Naila Adi Kurnia SEI Mencirim Medan." *Jurnal Manajemen & Bisnis*, Nomor 2 Volume 14 (Oktober,2014) h. 140

⁵⁰ Fitri Hayati dkk, Penerapan *Rahn Wadiah dan Ijarah*, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* Volume 1 No. 2 Juli 2022, h. 84

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

E. Gadai Syariah

1. Pengertian Gadai syariah

Gadai dalam bahasa Arab disebut *Rahn*. Rahn secara syara adalah menjaminkan utang dengan sesuatu yang bisa menjadi pembayar utang tersebut, atau nilainya bisa membayar utang tersebut. Artinya menjadikan sesuatu bernilai uang sebagai jaminan terhadap utang.

Menurut Imam Abu Zakariya Al Anshari, Rahn adalah menjadikan benda yang bersifat harta untuk kepercayaan dari marhun bih yang dapat dibayarkan dari (harga) benda marhun itu apabila marhun bih tidak bayar.⁵¹

2. Landasan Hukum Gadai Syariah (Rahn)

Pada dasarnya, gadai adalah salah satu akad yang diperbolehkan dalam Islam. Adapun dalil-dalil yang menjadi landasan diperbolehkannya gadai adalah :

a. Firman Allah SWT

الَّذِي فَلْيُودَ بَعْضًا بَعْضُكُمْ أَمِنَ ۖ فَإِنْ مَقْبُوضَةٌ فَرِهْنِ كَاتِبًا تَجِدُوا وَلَمْ سَفَرٍ عَلَى كُنْتُمْ وَإِنْ تَعْمَلُونَ بِمَا وَاللَّهُ ۖ قَلْبُهُ أَيْمٌ فَإِنَّهُ يَكْتُمُهَا وَمَنْ الشَّهَادَةُ تَكْتُمُوا وَلَا ۖ رَبَّهِ اللَّهُ وَلِيَّتْ أَمَانَتُهُ أَوْ تَكْتُمُونَ ۖ عَلِيمٌ

Artinya

“Jika kamu dalam perjalanan sedang kamu tidak memperoleh seseorang penulis, maka hendaklah ada barang tanggungan yang dipegang (oleh yang berpiutang) (Q.S Al-Baqarah : 283)⁵²

^{51 51} Departemen Agama RI, *Alquran dan terjemahannya*., (Jakarta: Al-Kautsar, 2022)

⁵²Ibid, h. 71

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menurut ayat yang tertera diatas, bahwasanya Al-Qur'an memperbolehkan adanya hukum akad gadai, dengan mengecualikan jika adanya unsur riba yang terdapat didalamnya. Ayat tersebut menyebutkan “barang tanggung yang dapat dijadikan sebagai pegangan (oleh yang menguntungkan)”. Dalam financial, barang tanggungan bisa dikenal sebagai jaminan atau objek pegadaian. Berdasarkan ayat diatas sudah jelas bahwa gadai merupakan suatu yang diperbolehkan dalam islam sebagai bagian dari muamalah. Bahkan agama Islam mengajarkan kepada umatnya supaya hidup tolong menolong seperti firman Allah Swt

وَالْعُدْوَانِ الْإِثْمَ عَلَى تَعَاوُنُوا وَلَا وَالْتَقَوُيَ الْبِرَّ عَلَى وَتَعَاوُنُوا

*Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan permusuhan.*⁵³

a. Al- Hadits

Hadits riwayat Aisyah ra, ia berkata :

*“ Raulullah saw pernah membeli makanan dari seseorang yahudi dengan cara menanggukkan pembayarannya, lalu beliau menyerahkan baju besi beliau sebagai jaminan”.(HR. Al-Bukhori dan Muslim)*⁵⁴

⁵³ ⁵³ Departemen Agama RI, *Alquran dan terjemahannya.*, (Jakarta: Al-Kautsar, 2022)

⁵⁴ Abdullah bin Abdurrahman Ali Bassam, *Syarah Hadist Pilihan Bukhari-Muslim*, Penerjemah, Kathur Suhardi (Jakarta: Darul Fallah, 2014)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dari hadis diatas dapat dipahami, bahwa bermuamalah dibenarkan juga bila dilakukan dengan orang yang non muslim dan juga harus barang jaminan, agar tidak ada kekhawatiran bagi yang memberikan pinjaman atau hutang.

c. Ijma' Ulama

Berkaitan dengan pembolehan perjanjian gadai ini, juhur ulama juga berpendapat boleh dan mereka tidak pernah berselisih pendapat mengenai hal ini. Jumhur ulama berpendapat bahwa disyari'atkan pada waktu tidak bepergian maupun pada waktu bepergian, berdasarkan kepada perbuatan Rasulullah Saw dalam hadits di atas.⁵⁵

c. **Rukun dan Syarat Gadai**

1. **Rukun Gadai**

Rukun adalah sesuatu yang dianggap menentukan suatu disiplin tertentu, atau rukun adalah penyempurna sesuatu dimana ia merupakan bagian dari sesuatu itu. Oleh karena itu, sempurna atau tidaknya gadai telah dipengaruhi oleh unsur-unsur yang ada dalam perbuatan gadai. Dalam menjalankan gadai syariah harus memenuhi rukun gadai syariah, rukun gadai tersebut adalah:

- a. *Ar-Rahn* (yang menggadaikan)
- b. *Al-Murtahin* (yang menerima gadai)
- c. *Al- Marhun/rahn*(barang yang digadaikan)
- d. *Al-Marhun bih* (utang)

⁵⁵ Rahmat Fawza, Perspektif Hukum Islam Tentang Gadai Emas Pada Perbankan Syariah

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

e. *Sighat, Ijab, dan Qabul*.⁵⁶

2. Syarat Gadai Syariah (Rahn)

Dalam menjalankan transaksi *rahn* harus memenuhi syarat-syarat sebagai berikut:

- a. Syarat *rahin* dan *murtahin* adalah harus ahli *tabarru'* yaitu orang yang berakal, tidak boleh anak kecil, gila, bodoh dan orang yang terpaksa. Seperti tidak boleh seorang wali
- b. *Marhun Bih* (utang)
 - 1) Harus merupakan hak yang wajib dikembalikan kepada *murtahin*
 - 2) Merupakan barang yang dapat dimanfaatkan, jika tidak dapat dimanfaatkan, maka tidak sah
 - 3) Barang tersebut dapat dihitung jumlahnya
- c. *Marhun* (Barang)
 - A. Harus berupa harta yang dapat dijual dan nilainya seimbang dengan *Marhun Bih*.
 - B. *Marhun* harus mempunyai nilai dan dapat dimanfaatkan
 - C. Harus jelas dan spesifik
 - D. *Marhun* itu sah dimiliki oleh *rahiin*
 - E. Merupakan harta yang utuh, tidak bertebaran dalam beberapa tempat.

⁵⁶ Abdurrahman Misno, Gadai dalam Syariat Islam *Ad-Deenar Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, h. 29-30.

- d. *Sighad* (Ijab dan Qabul) syaratnya adalah *sighad* tidak boleh diselingi dengan ucapan yang lain selain *ijab* dan *qabul* dan diam terlalu lama pada transaksi, serta tidak boleh terikat waktu.

4. Gadai Emas BSI

Gadai emas BSI merupakan fasilitas pinjaman dengan jaminan berupa emas untuk memperoleh uang tunai dengan mudah dan cepat. Lama waktu gadai emas BSI adalah selama 4 bulan namun dapat diperpanjang setelah membayar biaya pemeliharaan dan biaya administrasi baru. Nilai taksiran yang diberikan yakni sebesar 95% untuk emas lantakan/logam mulia/koin/dinar sedangkan untuk perhiasan nilai taksiran yang diberikan sebesar 80%. Maksimal nilai pembiayaan adalah 250 juta.

1) Syarat Pengajuan Gadai Emas BSI

- - Kartu Identitas KTP
- Membawa fisik emas (Batangan/lantakan/koin/dinar/perhiasan)
- NPWP untuk pinjaman > 50 juta
- Mengisi formulir gadai emas

2) Benefit dan Keunggulan gadai emas BSI

- Proses mudah dan cepat
- Biaya pemeliharaan ringan
- Nilai taksiran emas tinggi
- Emas tersimpan aman
- Layanan difasilitasi secara online dan offline
- Jaringan luas

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Perpanjangan otomatis
- Melayani *take over* dari instansi lain⁵⁷

F. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini bertujuan untuk mendapatkan bahan perbandingan dan menghindari adanya kesamaan dengan penelitian lain.

Tabel II.1
Penelitian Terdahulu

Penelitian Terdahulu	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
Rizka Fatkhin Nisa, 2020, Pengaruh Promotion Mix Terhadap Minat Nasabah Memilih Produk Gadai Emas di Bank BRI Syariah Kantor Cabang Semarang.	pada penelitian ini didapati hasil bahwa periklanan berpengaruh terhadap minat nasabah, promosi tidak berpengaruh terhadap minat nasabah dalam memilih gadai emas, sedangkan hubungan masyarakat berpengaruh positif terhadap minat nasabah dalam memilih produk gadai emas, dan terakhir penjualan pribadi berpengaruh negative tetapi tidak signifikan terhadap minat nasabah memilih produk gadai emas di BRI Syariah KC Semarang.	Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu terletak pada tujuan penelitian yakni mengetahui pengaruh promotion mix terhadap nasabah gadai emas sedangkan perbedaannya terdapat pada salah satu promotion mix yang digunakan pada penelitian terdahulu bauran promosi yang digunakan periklanan, promosi, hubungan masyarakat dan penjualan pribadi sedangkan pada penelitian ini promotion mix yang digunakan adalah periklanan, promosi penjualan, penjualan personal dan publisitas

⁵⁷<https://www.bankbsi.co.id/produk&layanan/produk/bsi-gadai-emas>

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dianggap mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber. a. Rengutian hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah. b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.	Ayu Ramadhani, 2018, Pengaruh Promotion Mix, Store Atmosphere, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Oleh-Oleh Keripik Pisang Askha Jaya Bandar Lampung	Pada penelitian ini Promotion Mix, Store Atmosphere, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan pembelian Oleh-Oleh Kripik Pisang Askha Jaya Bnadar Lampung	Persamaannya terletak pada salah satu variabel X yakni promotion mix sedangkan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini yakni pada variabel X penelitian terdahulu terdapat 3 variabel X yakni Promotion Mix, Store Atmosphere dan Kualitas Pelayanan selain itu juga terdapat perbedaan pada variabel Y penelitian terdahulu Keputusan pembelian sedangkan pada penelitian ini variabel Y ny adalah Minat Nasabah
	Martina Khusnul Khotimah, 2017, Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Pada Produk Pembiayaan Griya IB Hasanah di BNI Syariah Cabang Bengkulu	Pada penelitian ini didapatkan hasil bahwa terdapat pengaruh Bauran Promosi terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah pembiayaan Griya IB Hasanah di BNI Cabang Bengkulu	Persamaan yaitu pada variabel X sedangkan perbedaan nya yakni terletak pada variabel Y pada penelitian terdahulu peningkatan nasabah
	Afaful Ummah, 2018, Pengaruh Advertising, Sales Promotion, Personal Selling dan Publicity terhadap Minat Nasabah dalam	Pada penelitian ini mendapatkan hasil berdasarkan uji f variable Advertising, Sales Promotion, Personal Selling, dan Publicity berpengaruh terhadap Minat Nasabah dalam Mengajukan Pembiayaan KPR IB Muamalat	Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada variabel penelitian baik pada variabel X maupun Y Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yakni pada subjek penelitian, penelitian terdahulu subjek penelitian nasabah

1. Ditaring mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta dilindungi Undang-undang Hak Setaji Siapa yang melanggar hak cipta ini akan dikenakan sanksi hukum yang berat State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau	di Bank Muamalat KC Surabaya – Mas Mansyur	KPR IB Muamalat di Bank Muamalat KC Surabaya sedangkan pada penelitian ini subjek penelitian adalah nasabah gadai emas BSI KCP Pekanbaru Sudirman Atas
Puspira Dewi, 2015, Analisis Promosi Produk Simpanan Syariah terhadap peningkatan jumlah nasabah di beberapa BMT Kab-Semarang dan Kota Salatiga	Sedangkan berdasarkan uji t mendapatkan hasil bahwa Adversiting berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat nasabah, Personal Selling berpengaruh positif akan tetapi tidak signifikan terhadap minat nasabah, sedangkan Sales Promotion dan Publicity tidak berpengaruh terhadap Minat Nasabah dalam Mengajukan Pembiayaan KPR IB Muamalat di Bank Muamalat KC Surabaya – Mas Mansyur.	Persamaan Terletak pada Variabel X yakni sama sama meneliti Buaran Promosi Perbedaann Terletak Pada Variabel Y Dimana pada penelitian terdahulu variabel Y nya adalah Peningkatan jumlah nasabah sedangkan pada penelitian ini Variabel Y nya adalah minat nasabah gadai emas

G. Kerangka Teoritis

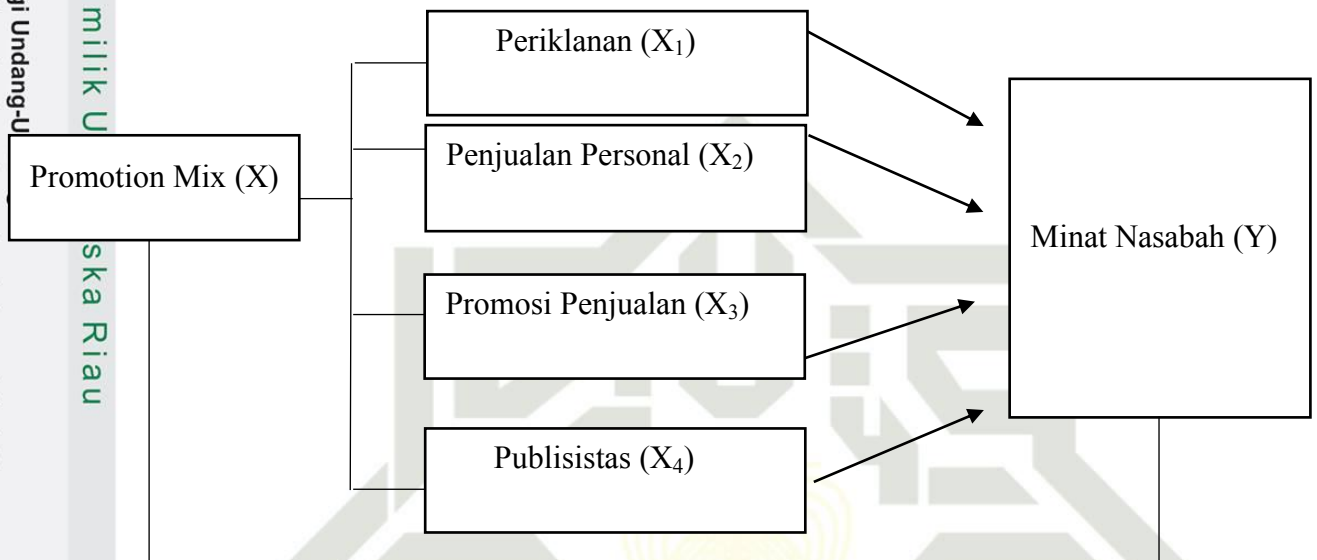
Kerangka penelitan bertujuan mempermudah dan memahami persoalan yang sedang diteliti secara mengarah kepenilitian pada pemecahan masalah yang sedang dihadapi mengenai hubungan variabel dependen dan variabel independent.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gamabar II.1

Kerangka Pemikiran Peneliti



Kerangka ini dibuat berdasarkan dari pernyataan Kotler & Keller yang menyatakan bahwa *promotion mix* yang terdiri dari periklanan, promosi penjualan, penjualan personal dan publisitas memainkan peran penting dalam membangun minat konsumen. Kombinasi elemen-elemen ini dapat mempengaruhi kesadaran, sikap dan akhirnya Keputusan pembelian konsumen.⁵⁸

H. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah pernyataan atau jawaban atas suatu masalah yang kebenarannya masih lemah sehingga harus dilakukan pengujian secara empiris.⁵⁹

⁵⁸ Kotler, P *Marketing Manajemen*. Pearson education. 2016 h.482-483

⁵⁹ Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2010),

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

- University of Sultan Syarif Kasim Riau

Prof. Dr. Kasim Riau

Hal : Diduga variabel periklanan berpengaruh terhadap minat nasabah gadai emas di BSI KCP Pekanbaru Sudirman Atas

Pla2 : Diduga variabel penjualan personal berpengaruh terhadap minat nasabah
gadai emas di BSI KCP Pekanbaru Sudirman Atas

Ha3 : Diduga variabel promosi penjualan berpengaruh terhadap minat nasabah gadai emas di BSI KCP Pekanbaru Sudirman Atas

H4 : Diduga variabel publisitas berpengaruh terhadap minat nasabah gadai emas di BSI KCP Pekanbaru Sudirman Atas

Ha5 : Diduga variabel periklanan, penjualan personal, promosi penjualan dan publisitas berpengaruh terhadap minat nasabah gadai emas di BSI KCP

Pekanbaru Sudirman Atas

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

I. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah pedoman untuk melaksanakan suatu penelitian atau pekerjaan tertentu

Tabel II.2

Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Defenisi	Indikator	Skala
1	Periklanan	Periklanan merupakan semua bentuk sarana promosi yang dilakukan perusahaan untuk menyampaikan komunikasi kepada masyarakat bisa berupa berbagai bentuk tayangan atau gambar meliputi penyiaran diberbagai media seperti poster, reklame media seperti banner, poster, media online, dan lain sebagainya (Kotler 2007)	1. Iklan di media 2.brosur 3.billboard	Likert
2	Penjualan pribadi	Adanya penyajian secara lisan dalam percakapan dengan tujuan untuk melakukan penjualan (Kotler 2007)	1. penampilan winaraga 2. penguasaan informasi 3.kejelasan informasi	Likert

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

			yang dibutuhkan konsumen	
3	Promosi Penjualan	Penjualan promosi yang berbagai insentif jangka pendek untuk mendorong percobaan atau pembelian produk atau jasa termasuk promosi konsumen seperti sampel, kupon dan premi.(Kotler 2007)	1.pemberian bonus dengan ketentuan tertentu 2.Pemberian cendera mata/hadiah dengan ketentuan tertentu 3.pemberian kupon undian	Likert
4	Publisitas	Merupakan suatu kegiatan membangun hubungan baik dari suatu perusahaan yang bertujuan untuk mempengaruhi pendapat, persepsi, opini dan keyakinan dari suatu kelompok terhadap perusahaan tersebut.(Kotler)	1.pemberian citra baik yang dalam media. 2. sponsorship 3.ikut serta pameran	Likert

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5.	Minat	Menurut Crow & Crow menyatakan bahwa minat dapat menunjukan kemampuan untuk memberi stimulasi yang mendorong kita untuk memperlihatkan seseorang, suatu yang dapat memberi pengaruh terhadap pengalaman yang telah distimulasi oleh kegiatan itu sendiri.(crow & crow)	1.Faktor dorongan dari dalam 2.faktor motif sosial 3.faktor emosional atau perasaan	Likert
----	-------	--	---	--------

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian yang dilakukan merupakan jenis penelitian lapangan (*field research*), dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian lapangan merupakan metode penelitian yang dilakukan oleh peneliti melalui pengamatan secara langsung dengan pihak perusahaan dan nasabah, yaitu dengan melakukan observasi dan wawancara.. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivism*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sample tertentu, Teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara keseluruhan, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, Analisa data bersifat kuantitatif/statistic dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan⁶⁰

B. Tempat Penelitian

Penelitian ini berlokasi pada Bank Syariah Indonesia KCP Pekanbaru yang beralamat di Jalan Jend. Sudirman No. 484 Jadirejo Kecamatan Sukajadi Pekanbaru Provinsi Riau. Alasan penelitian dilakukan di BSI KCP Pekanbaru Sudirman Atas adalah karena peneliti menemukan adanya permasalahan yang terjadi di tempat tersebut

⁶⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2010), h. 13.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

C. Subjek dan Objek Penelitian**1. Subjek penelitian**

Subjek penelitian adalah orang, tempat atau benda yang diamati dalam rangka pembuatan sebagai sasaran. Subjek pada penelitian ini adalah nasabah produk gadai emas di BSI KCP Pekanbaru Sudirman Atas

2. Objek Penelitian

objek penelitian adalah sesuatu yang diteliti dapat berupa orang atau benda yang dapat memberikan data-data penelitian⁶¹ objek pada penelitian ini adalah Analisis *Promotion Mix* terhadap Minat Nasabah Produk Gadai Emas di BSI KCP Pekanbaru Sudirman Atas.

D. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi merujuk pada sekumpulan orang atau objek yang memiliki kesamaan dalam satu atau beberapa hal yang membentuk masalah pokok dalam penelitian. Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah nasabah yang melakukan gadai emas di BSI KCP Pekanbaru Sudirman Atas yakni berjumlah 38 orang.

Teknik sampling pada penelitian ini adalah metode penentuan sampel jenuh atau total sampling yakni menjadikan seluruh nasabah gadai emas BSI KCP Pekanbaru Sudirman Atas sebagai sumber data. Jumlah sampel pada penelitian ini adalah sebanyak 38 orang.

⁶¹ Bachtiar, Mendesaain Penelitian Hukum (Yogyakarta:CV Budi Utama,2021)h.88

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

E. Jenis dan Sumber Data

1. Data Primer. Data Primer yaitu data yang diikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan langsung dari objeknya.⁶² berupa data yang diperoleh langsung dari pengelola dan nasabah yang melakukan gadai emas di BSI KCP Pekanbaru Sudirman Atas.
2. Data Skunder. Data sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi.⁶³ yang dapat diambil dari beberapa buku dan dokumen yang berhubungan dengan permasalahan peneliti.

F. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data

1. Teknik Pengumpulan Data

- a. Observasi yakni teknik yang menuntut adanya pengamatan dari peneliti baik secara langsung ataupun tidak langsung terhadap objek penelitiannya⁶⁴
- b. Wawancara yaitu metode pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan secara bebass baik terstruktur maupun tidak terstruktur dengan tujuan memperoleh informasi secara luas

⁶² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h.85

⁶³ *Ibid*, h. 102.

⁶⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 85.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mengenai objek penelitian.⁶⁵ Dalam hal ini wawancara dilakukan dengan pengelola BSI KCP Pekanbaru Sudirman Atas.

- c. Kuisisioner (angket) Angket yaitu pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan/pertanyaan kepada responden dengan maksud dan harapan memberikan respon atas daftar pernyataan/pertanyaan tersebut. Yakni dalam penelitian ini pengumpul data yang berupa serangkaian pernyataan maupun pertanyaan yang diajukan pada nasabah gadai emas BSI KCP Pekanbaru Sudirman Atas untuk menilai *promotion mix* serta pengaruhnya terhadap minat nasabah.
- d. Dokumen yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan menelusuri file atau dokumen-dokumen serta informasi yang berkaitan dengan objek penelitian.

2. Teknik Pengolahan Data

Sebelum melakukan penyebaran angket/kuisisioner, penentuan skala pengukuran kuisisioner adalah langkah pertama yang dilakukan agar mempermudah proses pengolahan data yang menggunakan program SPSS. Dalam penelitian ini penulis menggubakan skala *likert* yang meliputi skala 1 sampai 5. Urutan untuk skala ini menggunakan 5 angka penelitian, yakni :

⁶⁵ Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2008), h. 102.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel III.1
Bobot Penilaian Skala Likert⁶⁶

Skala	Bobot
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Netral (N)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

Sumber: Supranto, 2003

G. Teknik Analisa Data

1. Analisis Deskriptif

Ferdinand menyatakan bahwa analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran tentang suatu data, seperti rata-rata (*mean*), jumlah (*sum*), simpangan baku (*standard deviation*), varian (*variance*), rentang (*range*), nilai maksimum dan nilai minimum dan sebagainya. Menganalisis secara deskriptif juga menggunakan kuantitatif dari persepsi dari para responden tentang harga, persepsi kualitas, *green product*, serta keputusan pembelian melalui kuesioner. Dalam penelitian ini kuesioner menggunakan skala likert yang terdiri dari sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju.⁶⁷

⁶⁶ Supranto, *Metode Riset Aplikasinya dalam Pemasaran*, Ed. Ke-7, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2003), h. 132.

⁶⁷ Augusty, Ferdinand., *Metode Penelitian Manajemen*. (Semarang. Badan. Penerbit Universitas Diponegoro, 2013)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Analisis Kuantitatif

Disamping secara deskriptif juga menggunakan analisis data secara kuantitatif, yaitu analisis dengan cara mengumpulkan, mengelompokkan dan mentabulasi data. Data diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner dalam bentuk tabel kemudian menghubungkannya dengan teori-teori yang relevan dengan penelitian ini. Selanjutnya penulis menarik kesimpulan. Untuk menganalisis data secara kuantitatif maka penulis akan menggunakan teknik analisis data secara statistik menggunakan SPSS (*Statistical Program For Social Science*) 26.00

3. Pengujian Instrumen

a. Uji Validitas

Ghozali mengatakan bahwa uji validitas digunakan untuk menguji sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Pengujian validitas dilakukan dengan teknik korelasi *Product Moment Person*, yaitu cara melakukan korelasi antar skor masing-masing variabel dengan skor totalnya. Suatu variabel atau pernyataan dikatakan valid jika koefisien korelasi atau r hitung $< r$ tabel.⁶⁸

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah derajat ketepatan, ketelitian atau keakuratan yang ditunjukkan oleh instrumen pengukuran. Uji reliabilitas

⁶⁸ Ghozali,, *Aplikasi analisis Multivariate dengan Program SPSS*. (Badan Penerbit. UNDIP, 2014) , h. 145.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dimaksudkan untuk menunjukkan sejauh mana suatu pengukuran dapat dipercaya atau diandalkan. Uji reliabilitas didasarkan pada nilai Cronbach Alpha, bila Cronbach Alpha lebih besar dari 0,60, maka hal ini menunjukkan instrumen tersebut dapat dikatakan reliabel.

4. Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan analisis regresi, terlebih dulu dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah data dalam model regresi variabel dependen dan variabel independennya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik jika memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual mempunyai distribusi normal. Pengujian ini dilakukan dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya.

Ghozali lebih lanjut menyatakan pengujian normalitas dengan multivariat dengan melihat nilai kritis z-score kemencengan (Skeweness-Kurtosis) sebaran data setiap variabel. Bila rasio Skeweness-Kurtosis berada diantara -2 s/d +2, maka data dapat dikatakan normal. Pengambilan keputusan yang dapat dilakukan adalah:⁶⁹

⁶⁹ *Ibid*, h. 149.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Jika data (titik) menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

1. Jika data (titik) menyebar jauh dari garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.
2. Bila rasio skeweness-kurtosis belum berada diantara -2 s/d +2, maka terjadi outlier (Ghozali, 2008) dan data outlier harus dikeluarkan. Untuk melihat terjadi outlier dapat diketahui melalui *casewase diagnostic* atau *chart observed value- unstandarized residual*.

Untuk mengetahui apakah suatu model regresi memiliki permasalahan normalitas dapat juga dilakukan dengan cara: analisis grafik, yaitu penarikan kesimpulan berdasarkan analisis terhadap histogram dan *normal probability plot*. Analisis grafik memiliki banyak kelemahan karena penarikan kesimpulannya hanya berdasarkan pada pengamatan semata. Analisis ini bermanfaat pada awal analisis saja, kemudian untuk lebih detailnya ditinjaulanjuti oleh analisis lain yang lebih terukur.

Selain itu juga bisa dengan menggunakan teknik kolmogorov smirnov. Kaidah yang digunakan untuk menguji normalitas yaitu skor Sig, yang ada pada hasil penghitungan kolmogorov-smirnov. Apabila

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

angka Sig. lebih besar atau sama dengan 0,05 maka data tersebut berdistribusi normal akan tetapi apabila kurang dari 0,05 maka data tersebut tidak berdistribusi normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari *residual* satu pengamatan kepengamatan yang lain. Jika *variance* dan *residual* satu pengamatan kepengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.⁷⁰

c. Uji Multikolinearitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (Independen). Model regresi yang baik seharusnya bebas multikolinieritas atau tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Uji multikolinieritas dapat dilihat dari (1) nilai *tolerance* dan lawannya, (2) *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 atau nilai VIF

⁷⁰ Ghozali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS Edisi Kedua*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006), h. 69.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

lebih kecil dari 10, maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas pada data yang akan diolah.

5. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini terdiri dari analisis regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi R^2 .

a. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi dilakukan untuk mengetahui bagaimana variabel terikat dapat diprediksi melalui variabel-variabel bebas secara individual, sehingga dapat diputuskan apakah naik turunnya variabel terikat dapat dilakukan melalui menaikkan atau menurunkan variabel-variabel bebas.

Regresi Linear Berganda (*Multiple Linear Regression*) merupakan metode statistic yang digunakan untuk menganalisa hubungan antara satu variabel terikat (*dependen*) dengan beberapa variabel bebas (*independen*). Variabel bebas adalah variabel-variabel yang tidak dipengaruhi variabel-variabel lainnya, sedangkan variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas.

Digunakan regresi linear berganda ini ditujukan untuk:

- a. Memprediksikan (*Prediction*)
- b. Menjelaskan (*Explanation*)
- c. Mengspesifikasikan hubungan statistic
- d. Menentukan variabel-variabel bebas dan terikat

Setelah menganalisis kedua variabel, maka jawaban responden untuk variabel-variabel dalam kelompok factor dijumlahkan dan dihitung

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

nilai rata-ratanya. Selanjutnya nilai rata-rata tersebut akan dijadikan data-data untuk variabel-variabel bebas dan variabel terikat, untuk pengolahan regresi linear. Dengan rumus :

Model 1 :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4$$

Keterangan:

Y	= Minat Nasabah
a	= Konstanta
b_1, b_2, b_3, b_4	= Koefesien regresi
X_1	= Periklanan
X_2	= Penjualan Personal
X_3	= Promosi Penjualan
X_4	= Publisitas

b. Uji t (Parsial)

Menurut Ghozali uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan pengujian 2 sisi yaitu membandingkan antara t hitung dengan tingkat t tabel, sehingga H_a akan diterima apabila nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan *significance level* 0,05 ($\alpha = 5\%$). Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka hipotesis ditolak (koefesien regresi tidak signifikan). Ini berarti bahwa secara parsial variabel

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

independen tersebut tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

- b. Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan). Ini berarti secara parsial variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

c. Uji F (Simultan)

Menurut Ghozali uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimaksudkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan significance level 0,05 ($\alpha=5\%$).

Ketentuan penerimaan atau penolakan hipotesis sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikans $> 0,05$ maka hipotesis diterima (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti bahwa secara simultan ketiga variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka hipotesis ditolak (koefisien regresi signifikan). Ini berarti secara simultan ketiga variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Ketentuan penerimaan atau penolakan hipotesis dapat juga dilakukan dengan cara melihat F_{hitung} dan F_{tabel} maka H_a diterima. Hal ini berarti variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen. Sebaliknya apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_a ditolak. Hal ini berarti variabel independen secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

d. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berada di antara 0 dan 1. Nilai koefisien yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

H. Gambaran Lokasi Penelitian**1. Sejarah Singkat BSI KCP Pekanbaru Sudirman Atas**

Indonesia sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, memiliki potensi untuk menjadi yang terdepan dalam industri keuangan syariah. Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap halal matter serta dukungan stakeholder yang kuat, merupakan faktor penting dalam perkembangan ekosistem industri halal Indonesia, termasuk didalamnya adalah Bank Syariah Indonesia. Keberadaan industry perbankan syariah di

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Indonesia sendiri telah mengalami peningkatan dan pengembangan yang signifikan dalam kurun waktu tiga dekade ini.

Pada 1 Februari 2021 yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H menjadi penanda sejarah bergabungnya Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah menjadi satu entitas yakni Bank Syariah Indonesia (BSI).⁷¹ Pada kota Pekanbaru sendiri penggabungan tiga Bank Syariah ini terjadi pada Juni 2021. Penggabungan ini akan menyatukan kelebihan dari ketiga Bank Syariah sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan yang luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang baik.

Penggabungan ketiga Bank Syariah tersebut merupakan ikhtiar untuk melahirkan Bank Syariah Indonesia kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energi baru Pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan Masyarakat luas. Keberadaan Bank Syariah Indonesia juga menjadi cerminan wajah perbankan syariah di Indonesia yang modern, universal, dan memberikan kebaikan bagi segenap alam.

2. Visi dan Misi BSI KCP Pekanbaru Sudirman Atas

Setiap Bank memiliki visi dan misi yang jelas dengan visi dan misi inilah aktivitas akan terarah dengan baik. Adapun visi dan misi Bank Syariah Indonesia yaitu menjadi TOP 10 GLOBAL ISLAMIC BANK untuk mewujudkan visi BSI maka timbullah misi dari Bank Syariah Indonesia yaitu:

⁷¹ <https://ir.bankbsi.co.id>



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

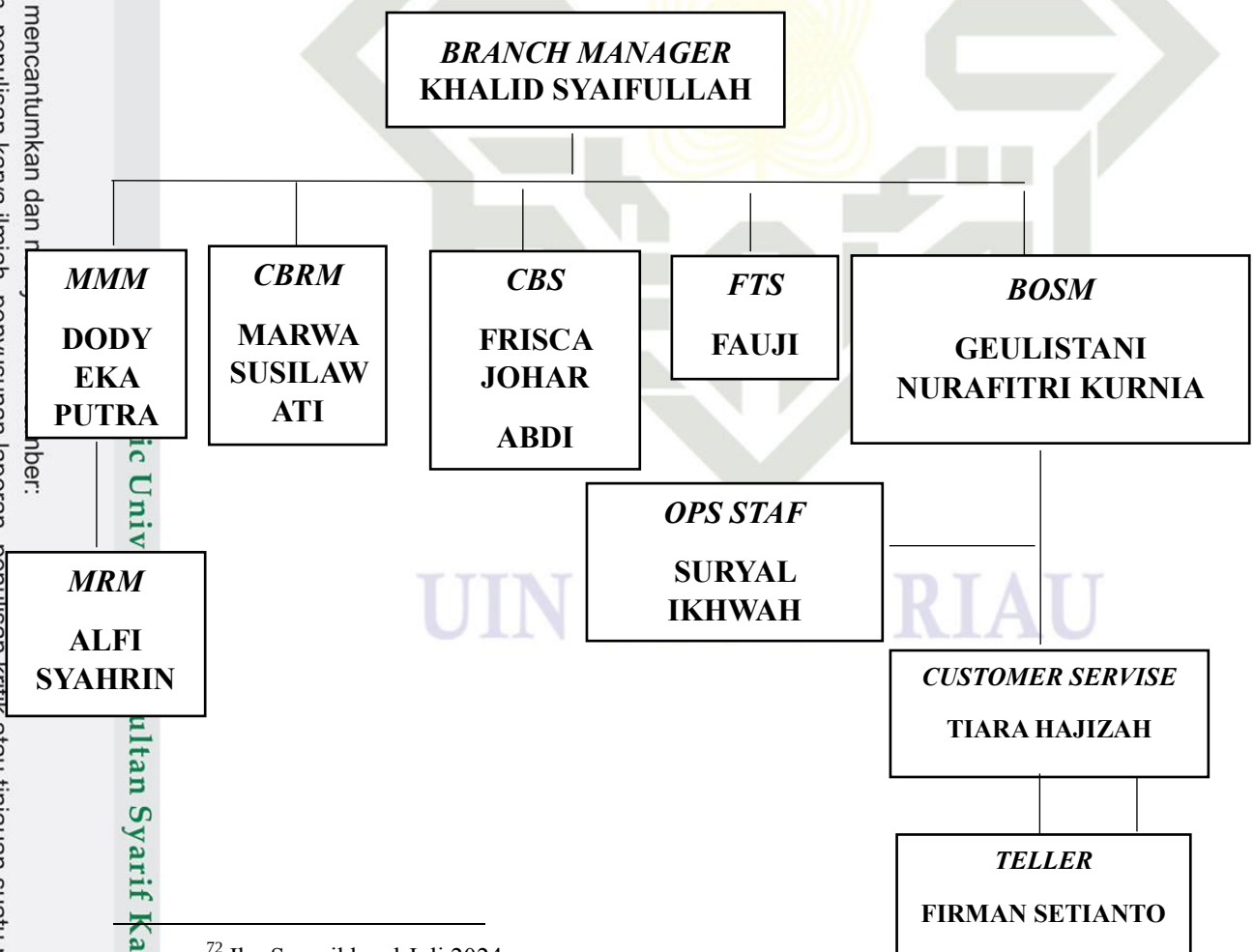
1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. Memberikan akses solusi keuangan Syariah Indonesia
- b. Menjadi Bank besar yang memberikan nilai terbaik para pemegang saham
- c. Menjadi Perusahaan pilihan dan para talenta terbaik Indonesia

3. Struktur Organisasi BSI KCP Pekanbaru Sudirman Atas

Penyusunan suatu struktur organisasi perlu diperhatikan tentang bagaimana struktur organisasi yang diperlukan oleh organisasi bersangkutan. Berikut ini merupakan struktur organisasi BSI KCP Pekanbaru Sudirman Atas⁷²

Gambar III.1
Struktur Organisasi
BSI KCP Pekanbaru Sudirman Atas



⁷² Ibu Suryaikhwal Juli 2024

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Keterangan mengenai Struktur Organisasi⁷³:

1. *Branch Manager* (BM) adalah Pimpinan cabang maka dia bertanggungjawab atas semua hal pada kantor cabang tersebut. Sebagai seorang pimpinan dari kantor cabang maka semua operasional didalamnya menjadi tugas dan tanggung jawabnya termasuk bagaimana mengelola sumber daya yang ada.
2. *Micro Marketing Manager* (MMM) Merupakan pegawai bank yang diberi tanggung jawab dan wewenang untuk memutus kredit mikro sesuai dengan kewenangan limit yang dimilikinya
3. *Mikro Relationship Manager* adalah bagian dari tim penjualan yang bertugas untuk membangun dan memelihara hubungan bersama klien dan pelanggan perusahaan.
4. *Consumer Banking Relationship Manager* (CBRM) bertugas memasarkan pembiayaan, menganalisa pembiayaan serta bertanggung jawab atas pembiayaan tersebut.
5. *Consumer Business Staff* (CBS) adalah Core Banking system sendiri adalah jantung dari sebuah bank, karena sistem ini digunakan untuk memproses loan, dan di dalamnya tersimpan data nasabah serta semua transaksi sejak nasabah membuka rekening di bank sampai menutupnya. Core Banking umumnya diasosiasikan dengan retail banking

⁷³ Abu Marwa Susilawati, *Op. Cit* Pada tanggal 21 juli 2022

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

6. *Funding Transactional Relationship System* (FTR) adalah orang yang mencari proses pencarian dan pengumpulan dana nasabah.
7. *Branch Office Service Manager* (BOSM) Bertanggung jawab atas kelancaran kegiatan administrasi tabungan, deposito, dan pembiayaan.
8. *Operation Staff* adalah seseorang yang memiliki tugas untuk memberikan pelayanan secara prima kepada nasabah, mengumpulkan informasi nasabah dan calon nasabah, memberikan penjelasan tentang produk perbankan, menangani setiap keluhan yang disampaikan oleh pelanggan.
9. *Customer Service Supervisor* Mengawasi dan memastikan pelayanan terhadap nasabah yang datang untuk kepentingan administrasi
10. *Customer Service* (CS) adalah suatu bagian dari unit organisasi atau bank, yang berada di bagian Front Office, yang berfungsi sebagai sumber informasi dan perantara bagi bank dan nasabah yang ingin mendapatkan jasa-jasa pelayanan dan produk-produk bank.
11. *Teller* adalah petugas bank yang pekerjaan sehari-harinya berhadapan dengan nasabah dan masyarakat umum.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tinjauan ekonomi syariah mengenai *promotion mix* di BSI KCP Pekanbaru Sudirman Atas

Pada dasarnya Promosi dalam Islam diperbolehkan, asalkan pada pelaksanaannya sesuai dengan syariat Islam, serta mengikuti prinsip yang ditetapkan. Karena pada dasarnya segala bentuk muamalah itu diperbolehkan kecuali ada dalil yang mengharamkan. Ekonomi Islam juga menerapkan promosi yang dilakukan untuk menawarkan, menginformasikan, menjual produk atau jasa di pasar. Karena dengan promosi masyarakat akan mengetahui keberadaan produk atau jasa, dan akhirnya mewujudkan transaksi jual beli. Dalam Islam perdagangan diperbolehkan, Karena dengan perdagangan dapat menjadi sarana untuk memenuhi kebutuhan mereka, baik itu kebutuhan penjual maupun kebutuhan pembeli. Penjual mempunyai kebutuhan untuk memperoleh profit yang maksimal, sedangkan pembeli untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan.

Agar kebutuhan masing-masing dari mereka dapat terpenuhi, maka perlu adanya bentuk-bentuk transaksi yang diantaranya:

Transaksi secara umum, meliputi barter, tunai dan kredit,

Syarikah (partnership), merupakan kontak yang dilakukan oleh dua pihak atau lebih oleh orang yang meluncurkan perdagangan untuk mendapatkan sebuah keuntungan.

Prinsip yang digunakan oleh Nabi Muhammad SAW, adalah Personal selling, iklan, promosi penjualan dan humas. Namun cara-cara yang ditetapkan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

oleh Nabi Muhammad SAW berbeda dengan promosi yang dilakukan pada saat ini. Cara yang digunakan Nabi Muhammad SAW tidak lepas dari nilai-nilai moralitas.

Promosi pada era nabi belum berkembang seperti sekarang ini, dimana seluruh produsen telah alat yang serba modern, media internet, televise, radio dan lain-lain. Dalam istilah manajemen sifat dari nabi dapat diterjemahkan sebagai supel, cerdas, deskripsi tugas, delegasi wewenang, kerja tim, cepat tanggap, koordinasi, kendali dan supervise.

Bauran promosi merupakan kombinasi dari alat-alat , yitu periklanan, penjualan tatap muka, promosi penjualan dan publisitas yang dirancang untuk menjual barang dan jasa. Untuk menjual barang dan jasa secara langsung kita telah melakukan kegiatan bisnis.

Dalam konsep Al-Qur'an tentang bisnis sangat komprehensif, parameter yang dipakai tidak menyangkut dunia saja, namun juga menyangkut urusan akhirat. Al-Qur'an memandang kehidupan manusia sebagai sebuah proses yang berkelanjutan. Manusia harus bekerja bukan hanya untuk meraih sukses di dunia namun juga kesuksesan di akhirat.⁸⁴ Beliau mengatakan bahwa konsep bisnis menurut Islam selalu kembali kepada dua aspek yaitu kebaikan (keberuntungan), dan kejelekkan (kerugian). Bisnis yang dikatakan beruntung mengandung tiga elemen dasar yaitu : *pertama* mengetahui investasi yang paling baik, *kedua*, membuat keputusan yang logis, sehat dan masuk akal dan *ketiga*,

⁸⁴ Mustaq Ahmad, *Etika Bisnis Dalam Islam* (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2001) h.35

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mengikuti perilaku yang baik. Adapun bisnis yang merugi mencakup investasi modal yang jelek, keputusan yang tak sehat dan perilaku jahat.⁸⁵

Intinya konsep tentang bisnis dalam Islam ialah bisnis yang membawa keuntungan pada pelakunya dalam dua fase kehidupan manusia yang fana dan terbatas (dunia) dan yang abadi serta tak terbatas (akherat), yang sistem pelaksanaannya berdasarkan pada system kapitalisme dan sosialisme yang bersandar pada Al-Qur'an dan Al-Hadits, yang kesemuanya itu berdasarkan atas ketuhanan, etika, kemasusiaan dan keseimbangan.

Daalam islam ada beberapa etika yang harus dimiliki ketika melakukan promosi. Diantaranya adalah kejujuran dan tidak menyembunyikan cacat produk, tidak bersumpah palsu dan tidak menjelek-jelekkan produk saingan

1. Kejujuran dan tidak menyembunyikan cacat produk

Prinsip etika bisnis islam yang dipakai yaitu kebenaran dan kejujuran. Dalam islam mempromosikan suatu produk melalui iklan, kebenaran dan kejujuran adalah dasar nilai etika bisnis islam. Islam sangat melarang kebohongan dalam berbagai bentuk. Maka dari itu setiap pemasar harus berlaku jujur, benar dan harus dalam melakukan promosi sesuai dengan iklan yang ditampilkan. Tidak boleh berlaku curang, berkata bohong, bahkan menggumbar sumpah atau iklan palsu. Suatu informasi produk walaupun dengan secara bebas memilih kreasi penyampaianya, tetapi dibatasi oleh pertanggungjawaban secara horizontal dan vertikal sekaligus. Suatu kebebasan yang tak terkendali yang membuat suatu pasti

⁸⁵ *Ibid.* Mustag Ahmad, h.38

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tidak akan membawa dampak positif walaupun dalam jangka pendek mungkin menguntungkan. Demikian pula nilai kebenaran harus dijunjung tinggi untuk mempertahankan suatu tujuan luhur dari bisnis.

Kejujuran dalam periklanan yang dilakukan oleh BSI KCP Pekanbaru Sudirman Atas dapat dilihat dari kesesuaian segala yang termuat di dalam media-media promosi yang digunakan dengan yang sebenarnya. Contohnya di dalam brosur tertulis bahwa Ppinjaman Rp. 1.000.000 biaya titip / sewa hanya Rp 8.000/15 hari yang mana hal ini sesuai dengan praktek yang ada di lapangan. Selain itu kejujuran juga dapat dilihat pada brosur yang mengatakan bahwa gadai emas paling murah hanya di Bank Ssyariah Indonesia sesuai apabila kita melakukan perbandingan dengan salah satu lembaga yang juga mempunyai produk gadai emas yakni Jasa Gadai Syariah, dimana ujah gadai emas jasa gadai syariah sebesar Rp.680/hari, apabila dihitung /15 hari maka ujah nya adalah sebesar Rp.10.200.

Adapun Kejujuran yang terdapat pada promosi penjualan yaitu pada promo yang dilakukan di lapangan sesuai dengan apa yang tertulis. Pada Program Sahabat Gadai dilakukan sesuai dengan etika bisnis yakni kejujuran dimana besaran promo yang diberikan dilapangan adalah sebesar Rp.312.500 sesuai dengan promo yang tertulis, promo Promo Cashback Gadai Emas Bsi Mobile juga sesuai denga napa yang termuat dalam promo ini yaitu benar bahwasanya besaran cashback yang diberikan adalah sebesar Rp.25.000, kemudian dalam praktek lapangannya promo Program CB 30K GADOL BSI Mobile Spesial

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Ramadhan ini juga dilakukan sesuai dengan apa yang tertulis yakni pemberian cashback sebesar Rp.30.000.

Kejujuran dalam penjualan personal yang dilakukan di BSI KCP Pekanbaru Sudirman atas dapat dilihat dari cara karyawan memberikan penjelasan kepada nasabah maupun calon nasabah, karyawan BSI KCP Pekanbaru Sudirman Atas memberi penjelasan dengan jujur sesuai dengan keadaan produk yang semestinya.

Tidak Bersumpah palsu

Bersumpah palsu seringkali dilakukan oleh para marketer demi untuk menarik konsumen agar membeli produknya, baik dalam bentuk periklanan, promosi penjualan maupun oleh wiraniaga. Contoh dari sumpah palsu atau janji palsu ini seperti menjanjikan ada hadiah langsung berupa hadiah apabila ada nasabah yang akan membuka rekening, tapi iming-iming janji itu disertai dengan syarat dan ketentuan berlaku serta selama persediaan terbatas. Demikian pula iklan yang memberikan janji pemberian garansi atas produk yang dibeli selama waktu tertentu, akan tetapi kenyataannya di pihak distributor mengatakan bahwa garansi hanya berlaku selama 24 jam. Dan masih banyak lagi janji-janji palsu lainnya.

Promosi penjualan yang dilakukan oleh BSI KCP Pekanbaru Sudirman Atas tidak terdapat sumpah palsu hal ini dibuktikan dari beberapa promo yang diberikan dan pada praktek lapangannya memang benar- benar ada nasabah yang memperoleh promo tersebut. Dapat dilihat dari beberapa promo dibawah ini:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Berdasarkan wawancara yang penulis lakukan setidaknya ada 7 orang nasabah yang memperoleh promo Program Sahabat Gadai, 10 orang nasabah yang memperoleh promo Promo Cashback Gadai Emas Bsi Mobile, dan 8 orang nasabah yang memperoleh promo Program CB 30K GADOL BSI Mobile Spesial Ramadhan

setidaknya ada 8 orang nasabah yang mendapatkan promo cashback ini.

3. Tidak menjelek- jelekkan produk saingan

Dalam kegiatan promosi konvensional, biasanya seorang marketer di samping melebih-lebihkan atau menonjolkan kelebihan produknya, juga produk saingannya. Hal ini dimaksudkan agar konsumen bisa beralih membeli produknya. Islam tidak menganjurkan umatnya untuk saling menjelekkan antara satu sama lainnya, dalam bentuk apa pun, termasuk dalam bentuk promosi

Publisitas yang dilakukan oleh BSI KCP Pekanbaru Sudirman Atas juga telah sesuai dengan Etika bisnis Islam yang semestinya yakni dimana publisitas yang dilakukan oleh BSI KCP Pekanbaru Sudirman Atas berfokus pada keunggulan-keunggulan produk gadai emas mereka sendiri tanpa menjelek-jelekkan produk gadai emas dari bank lain.

Begitupun juga pada periklanan yang dilakukan tidak menjelek-jelekkan produk gadai emas dari pegadaiana ataupun bank lain, hal ini dapat dilihat pada busur, bill board ataupun spanduk yang ada tidak ada satupun yang memuat unsur penghinaan terhadap produk lain. Sebagaimana yang terdapat dalam Al-Quran Surah Al- Hujurat

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

يَكُنْ أَنْ عَسَى نِسَاءٌ مِّنْ نِّسَاءٍ وَلَا مِنْهُمْ خَيْرٌ يُكُونُوا أَنْ عَسَى قَوْمٌ مِّنْ قَوْمٍ يَسَخَرُوا لَا آمَنُوا الَّذِينَ يَأْتِيهَا
هُمْ قَوْلُكَ يَتَّبِعُونَ وَمَنْ الْإِيمَانُ بَعْدَ الْفُسُوقِ إِلَّا سَمٌ بِئْسَ بِالْأَلْقَابِ تَنَابَرُوا وَلَا أَنْفُسَكُمْ تَلْمِزُوا وَلَا مِنْهُمْ خَيْرٌ
الظَّالِمُونَ ١١

Wahai orang-orang yang beriman, janganlah suatu kaum mengolok-olok kaum yang lain (karena) boleh jadi mereka (yang diolok-olokkan itu) lebih baik daripada mereka (yang mengolok-olok) dan jangan pula perempuan-perempuan (mengolok-olok) perempuan lain (karena) boleh jadi perempuan (yang diolok-olok itu) lebih baik daripada perempuan (yang mengolok-olok). Janganlah kamu saling mencela dan saling memanggil dengan julukan yang buruk. Seburuk-buruk panggilan adalah (panggilan) fasik setelah beriman. Siapa yang tidak bertobat, mereka itulah orang-orang zalim. Kesesuaian promotion mix dengan etika bisnis Islam yang ada pada BSI KCP Pekanbaru Sudirman atas juga dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

Gambar IV.3

Brosur Gadai Emas BSI



Sumber : BSI KCP Pekanbaru Sudirman Atas

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gambar IV.4**Poster Gadai Emas Jasa Gadai Syariah**

Sumber: <https://www.jasagadaisyariah.co.id/>



Sumber: <https://www.bankbsi.co.id/>

Gambar IV.6**Program CB 30K GADOL BSI Mobile Spesial Ramadhan**

Sumber: <https://www.bankbsi.co.id/>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gambar IV.7

Promo Cashback Gadai Emas Bsi Mobile



PROMO CASHBACK GADAI EMAS BSI MOBILE

Syarat dan Ketentuan cashback Rp25.000,-

1. Promo cashback Rp25.000,- untuk setiap nasabah yang telah mengajukan gadai emas (reservasi, perpanjangan dan top up) melalui **BSI Mobile** dan proses pencairan gadai emas nasabah telah berhasil dilakukan oleh petugas gadai.
2. Periode promo tanggal **15 September s.d. 31 Desember 2023**.
3. Kuota cashback Rp25.000,- untuk tiap bulan sebanyak 5.000 kuota (3.000 untuk reservasi, 1.000 untuk Top Up Gadai dan 1.000 untuk perpanjangan gadai) selama periode promo.
4. Cashback berupa saldo tabungan yang akan dikreditkan ke rekening pencairan yang dipilih nasabah saat mengajukan gadai melalui BSI Mobile.
5. Cashback dikreditkan ke rekening nasabah H+5 (hari kerja) apabila sudah memenuhi ketentuan yang tertera diatas.
6. Nasabah yang berhak mendapatkan cashback adalah:
 - a. Nasabah yang menggunakan kode promo **MSMP** atau **MSMK** untuk **reservasi Gadai Emas** yang hanya terjadi saat akhir hari pembukaan gadai. Jika terjadi perubahan kode setelah hari pembukaan gadai, maka tidak berhak mendapatkan cashback.
 - b. Transaksi yang memiliki prefik **Surat Bukti Gadai** Emas berawalan **SBT** untuk transaksi **top up gadai emas**
 - c. Transaksi yang memiliki prefik **Surat Bukti Gadai** Emas berawalan **SBP** untuk transaksi **perpanjangan gadai emas**
7. Bank Syariah Indonesia berhak merubah syarat dan ketentuan promo sewaktu-waktu.
8. Dengan mengikuti promo ini, nasabah dianggap mengerti dan menyetujui semua syarat dan ketentuan berlaku.

Sumber: <https://www.bankbsi.co.id>

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB V

PENUTUP

Kesimpulan

BSI KCP Pekanbaru Sudirman Atas melakukan 4 bauran promosi yaitu periklanan, penjualan personal, promosi penjualan dan publisitas. Periklanan yang dilakukan oleh BSI KCP Pekanbaru Sudirman Atas adalah melalui brosur, billboard, spanduk dan media sosial berupa *whatsapp* dan Instagram, penjualan personal yang dilakukan yakni Karyawan mampu menjelaskan mengenai produk gadai emas, promosi penjualan yang dilakukan oleh BSI KCP Pekanbaru Sudirman Atas yakni Program Sahabat Gadai, Promo Cashback Gadai Emas Bsi Mobile, dan Program CB 30K GADOL BSI Mobile Spesial Ramadhan, dan publisitas yang dilakukan oleh BSI KCP Pekanbaru Sudirman adalah membangun Stan/Bootsetiap 2-3 bulan setiap tahunnya.

Variabel periklanan (X_1), Penjualan Personal (X_2), Promosi Penjualan (X_3) dan Publisitas (X_4) Secara parsial (Uji t) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah produk gadai emas di BSI KCP Pekanbaru Sudirman Atas.

Secara simultan (Uji f) variabel periklanan (X_1), penjualan personal (X_2), promosi penjualan (X_3) dan publisitas (X_4) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan. Koefisien determinasi sebesar 0,791 dan Adjust R Square 0,765 yang berarti kontribusi variabel periklanan, penjualan personal, promosi penjualan, dan publisitas terhadap variabel minat sebesar 79,1%

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sedangkan sisanya 20,9% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model penelitian ini

Periklanan, penjualan personal, promosi penjualan, dan publisitas yang dilakukan oleh BSI KCP Pekanbaru Sudirman atas telah dilakukan berdasarkan etika bisnis Islam yakni dilakukan secara jujur dan tidak menyembunyikan cacat, tidak bersumpah palsu serta tidak menjelek-jelekkan produk dari bank lain.

Saran

1. Bagi BSI KCP Pekanbaru Sudirman Atas

Diharapkan pihak BSI KCP Pekanbaru Sudirman Atas lebih meningkatkan kegiatan promosi yang dilakukan yaitu :

- a. Promosi dengan periklanan dapat ditingkatkan melalui penyebaran brosur yang lebih banyak lagi, peletakan banyak spanduk di tempat umum, dan penggunaan sosial media lebih di maksimalkan lagi.
- b. Penjualan personal dapat ditingkatkan lagi dalam tenaga penjual agar nasabah tertarik dan bertahan di BSI KCP Pekanbaru Sudirman Atas.
- c. Promosi penjualan dapat ditingkatkan dengan memperbanyak pemberian cashback ataupun hadiah bagi nasabah
- d. Publisitas dapat ditingkatkan dengan lebih banyak melakukan Kerjasama dengan berbagai pihak serta lebih sering untuk membangun stan/boot di event atau acara tertentu

Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini hendaknya ditindaklanjuti oleh peneliti selanjutnya, dengan menambahkan variabel atau indikator baru dalam penelitian yang akan datang, agar dapat menghasilkan gambaran yang lebih luas tentang masalah penelitian yang sedang diteliti.



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Abdullah S, *Keuntungan Gadai Syariah* (Jakarta:PT Syariah God,2018)
- Abdullah bin Abdurrahman Ali Bassam, *Syarah Hadist Pilihan Bukhari-Muslim*,Penerjemah, Kathur Suhardi ,Jakarta: Darul Fallah,2014.
- Adrianto,M anang Firmansyah.*Manajemen Bank Syariah (implementasi dan Praktek)*,Surabaya: Qiara media patner, 2019.
- Amad Rifai, *Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: PT Gramedia, 2020
- Ari Setyaningrum, et.all, *Prinsip-Prinsip PEMASARAN*, Yogyakarta: ANDI,2015.
- Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Jakarta: Al-Kautsar, 2022.
- Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edisi Keempat, Yogyakarta: CV Andi Offset,2015
- Ghozali,, *Aplikasi analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit. UNDIP, 2014.
- Harman Malau, *MANAJEMEN PEMASARAN Teori Dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*, Bandung : CV ALFABETA, 2017.
- Indonesia, Undang-undang R.I Nomor 6 Tahun 2009 *tentang Bank Indonesia & Undang-Undang R.I Nomor 21 Tahun 2008 tentang Pebankan Syariah*, Cet.1, Bandung: Citra Umbara, 2013.
- Iskmanul Hakim, *Manajemen Perbankan Syariah*, Pamekasan: Duta Media Publishing ,2021
- Isra, Isra. Muhammad ragil dan Muhammad Iqbal fachreza, *Manajemen Perbankan Syariah (Konsep dan Praktik Perbankan Syariiah di Indonesia)*,Yogyakarta:K-Media, 2021.
- Muhammad, *Manajemen Dana Bank Syariah* Jakarta:PT Raja Grafindo Persada,2015.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pasca Sarjana UIN Suska Riau, *Buku Panduan Penulisan Tesis dan Disertasi*, Pekanbaru: Pascasarjana, 2015.

Dasar bahasa departemen Pendidikan nasional, *kamus umum bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 2023

Seti Aisyah dkk, *Dasar- Dasar Periklanan* (Bandung: Yayasan Kita Menulis, 2021), h.20-21

Suprayanto dan Rosad, *Manajemen Pemasaran*, (Bogor: In – Media, 2015), h.74.

Supriyadi, T, *Ekonomi Mikro dan Keuangan Gadai di Indonesia*. (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2021), h. 142-145

Supriyadi, T, *Ekonomi Mikro dan Keuangan Gadai di Indonesia*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2021

Surya Murchitaningrum dan Muhammad Machsun, *Memahami Hadits Riba* (Studi Hadits 272 Dari Abu Sa'id Al Khudri) 2020

JURNAL

Abdul Malik, dkk, “Pengaruh Promosi, Pengetahuan dan Kepercayaan terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Indonesia KCP Singkut Pada Masyarakat Pelawan Jaya”, *Jurnal Margin Vol. 1, No.1* 2021,

Al Hasan, Evolusi Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia, *Jurnal Ekonomi Syariah* 12, no.1 2020

Analisis Minat Menabung Masyarakat di Bank Syariah Indonesia Studi Empiris Desa Pelawan Jaya Al-Mashrafiyah: *Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah* Vol.5 No.2 Oktober 2021.

Anita Rahmayanti, Relevansi Promosi Terhadap Minat Nasabah Dalam Melakukan Transaksi di Bank Syariah Mandiri KC Kepanjen *IQTISHODIA Jurnal Ekonomi Syariah* Vol.3 No.1 Maret h.74.

Azum Wahyuni, Efektivitas Bauran Pemasaran Pada Keputusan Pembelian Konsumen Indomaret *Jurnal Sains Manajemen* Vol.7 No.1 2021

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Dewi Puspasari dkk, Pemanfaatan Sosial Media Marketing Melalui Konten Pada Instagram dalam Upaya Meningkatkan Brand Image Sebuah Produk *Jurnal Manajemen Bisnis dan Keuangan Vol 4 No.2,2023*
- Ena Sriwana dkk, THE EFFECT OF KNOWLEDGE ON VOTING INTERSET PRODUCT PT MANDIRI HARIA BANK PADANG SIDIMPUAN *Journal Sharia Of Banking Point Vol 1 No.1 Juli 2020*
- Fatri Hayati dkk, Penerapan *Rahn Wadiah dan Ijarah, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam Volume 1 No. 2 Juli 2022*
- Indri Laila Sari,” *Pengaruh Promosi dan Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah Menggadaikan Jasa Gadai Emas Syariah Studi Kasus Bank Syariah Mandiri Godean* , Skripsi: Universitas Alma Ata,2018
- Jasmani, *Pengaruh Promosi dan Pengembangan Produk Terhadap Peningkatan Hail Penjualan* , Jurnal Semarak Vol. 1 No.3 2018.
- Lempang Hasibuan, Konsep Promosi Sesuai Dengan Syariat Islam, *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam Vol 3 No 6 2022*
- Muhammad Fajar Fahrudin, Emma Yulianti, “Pengaruh Promosi, Lokasi, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Nasabah Bank Mandiri Surabaya”, *Jurnal of Business and Banking*, No. 1, Vol. 5 Oktober, 2015
- Nir Wanita, Bauran Promosi (*Promotion Mix*) Konvensional Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam, *Bilancia Vol 10 No.1 Januari- Juni 2016*,
- Rahmad Priyanto dkk, Peranan Promosi terhadap Peningkatan Volume Penjualan Produk Rajutandi CV Konta Djaya Binong Jati, *Jurnal ABDIMAS BSI*, Vol 1 No 2, 2018
- Rahmat Fawza, Perspektif Hukum Islam Tentang Gadai Emas Pada Perbankan Syariah *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah Vol 1 No. 1 Juni 2022*, h.21-22

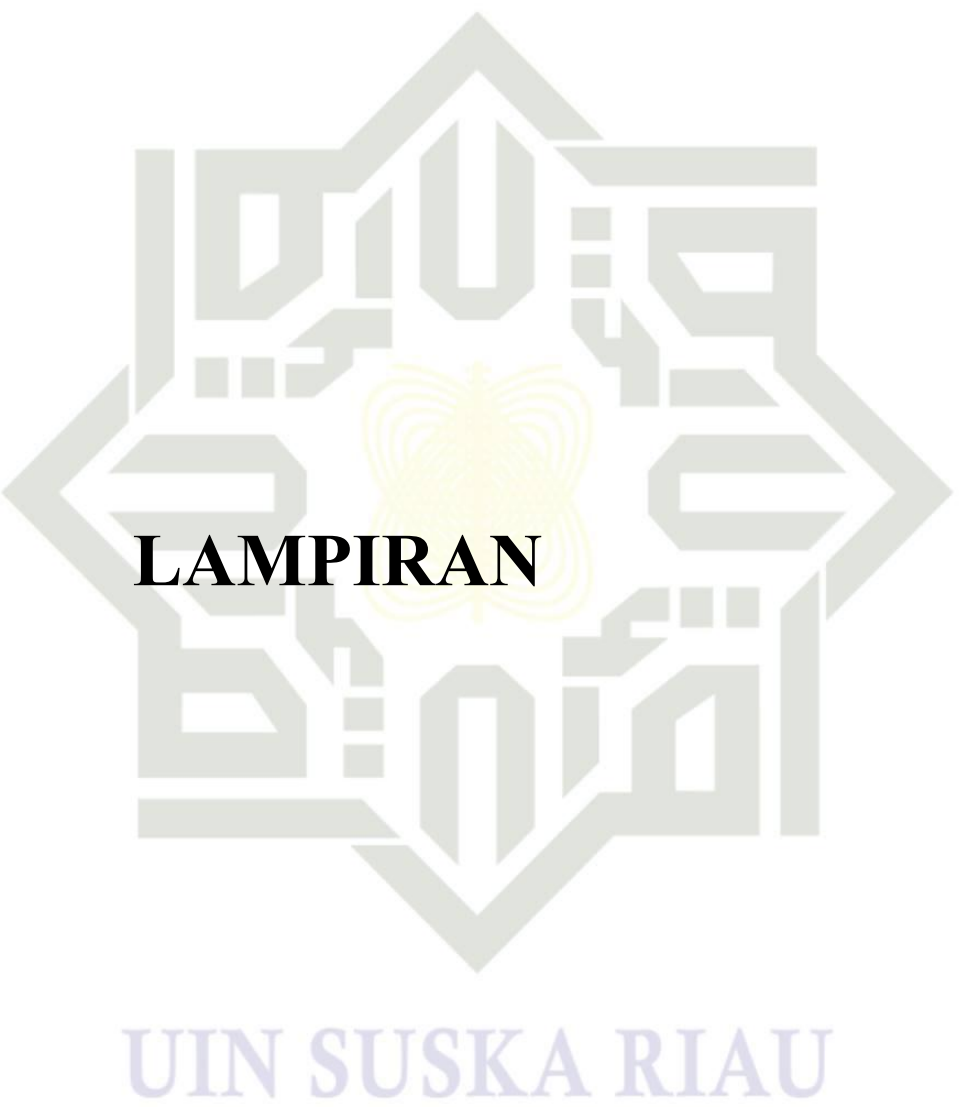
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Rahmad Priyanto dkk, *Peranan Promosi terhadap Peningkatan Volume Penjualan Produk Rajutandi CV Konta Djaya Binong Jati*, Jurnal ABDIMAS BSI, Vol 1 No 2, 2018
- Ramsiah Tasruddin, “*Strategi Periklanan Yang Efektif*”, Jurnal Al-Khitabah, Vol. II, No.1, Desember 2015.
- Rizka Ayunda Putri, “*Pengaruh Nilai Taksiran , Ujrah,Lokasi,Promosi dan kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Nasabah dalam menggunakan produk pembiayaan gadai emas syariah Studi Kasus BSM KCP Pos Yogyakarta*”, Skripsi: UIN Sunan Kalijaga, 2019.
- Sudarmi, “*Perkembangan Lembaga Keuangan Syariah dan Dampaknya Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia*”, *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Vol.3, No.4*, Mei 2024
- Syakir Sofyan, “*Perkembangan Perbankan Syariah di Indonesia*”, *Jurnal Bilancia, Vol 10. 10, No 2*, Juli – Desember 2016
- Tegar Wahyu Kusuma, *Penerapan Strategi Pemasaran Yang Tepat Bagi Perusahaan Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Pt Hikmah Cipta Perkasa Jakarta Jurnal Riset Mahasiswa Ekoonomi Vol.2 No.1* 2015
- Wily Juliawaty, *Pengaruh Personal Selling dan Promosi Penjualan Terhadap Kreatifitas Penjualan Ban Sepeda Motor PT. Mega Anugrah Mandiri Jurnal Bisnis Kolega Vol6 No. 1* Juni 2022.
- Wenah Wahidin dkk, *Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada MJRT Group*, *Jurnal Bisnis Manajemen dan Ekonomi Vol 20. No 1*, Juli 2022



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ANGKET/QUISIONER

Istilah identitas Bapak/Ibu/Sdr (i) sebagai berikut dengan tanda (✓) pada salah satu jawaban yang paling sesuai dengan keadaan anda untuk pertanyaan dibawah ini:

Jenis Kelamin : Usia :
Pendidikan Terakhir : Pekerjaan :

2. Keterangan pilihan jawaban

SS : Sangat Setuju N : Netral
S : Setuju TS : Tidak Setuju
STS : Sangat Tidak Setuju

No	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1	Saya mengetahui produk Gadai Emas BSI yang dilakukan oleh BSI KCP Pekanbaru Sudirman Atas melalui story whatsapp pegawai.					
2	Saya mengetahui produk Gadai Emas BSI Syariah Atas melalui sosial media Instagram life with bsi					
3	Saya mengetahui produk gadai emas BSI Syariah melalui brosur					
4	Saya tertarik dengan Produk Gadai Emas melalui spanduk					
5	Saya mengetahui produk gadai emas dari iklan billboard					
6	Pegawai BSI KCP Pekanbaru Sudirman Atas berpenampilan dengan baik					
7	Saya tertarik melakukan gadai emas di BSI KCP Pekanbaru Sudirman Atas karena					



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	pegawai berpenampilan rapi					
8	Pegawai BSI menguasai dengan baik informasi terkait produk gadai emas					
9	Pegawai BSI mampu memberikan penjelasan kepada nasabah tentang produk gadai emas					
10	Pegawai BSI mampu menjawab pertanyaan nasabah terkait produk gadai emas					
11	Pegawai BSI memberikan penjelasan kepada nasabah terkait produk gadai emas dengan Bahasa yang mudah dipahami					
12	BSI KCP Pekanbaru Sudirman Atas memberikan Bonus menarik dengan ketentuan- ketentuan tertentu					
13	Saya tertarik dengan produk Gadai Emas karena bonus yang ditawarkan					
14	BSI KCP Pekanbaru Sudirman Atas memberikan cashback dengan ketentuan- ketentuan tertentu					
15	Saya tertarik dengan produk Gadai Emas karena cashback yang ditawarkan					
16	BSI KCP pekanbaru Sudirman Atas memberikan kupon berhadiah					
17	Saya tertarik dengan produk gadai emas karena ingin memenangkan kupon berhadiah yang ditawarkan BSI KCP Pekanbaru Sudirman Atas					
18	Saya mengetahui dari media bahwa BSI memiliki citra yang baik					
19	Saya mengetahui BSI menjalin kerjasama dengan perusahaan terkait sponsor gadai emas disuatu kegiatan					



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

24	Saya mengetahui stan/boot petugas BSI di suatu kegiatan Masyarakat					
25	Saya tertarik menggunakan gadai emas karena stan/boot BSI di suatu kegiatan masyarakat					
26	Saya mengetahui produk gadai emas BSI dari kegiatan masyarakat					
27	Saya mengetahui produk gadai emas BSI melalui pameran					
28	Saya tertarik memilih produk gadai emas karena adanya kebutuhan yang mendesak					
29	Saya melakukan gadai emas di BSI karena produk BSI merupakan Solusi dari permasalahan yang saya alami					
30	Saya tertarik melakukan gadai emas di BSI karena rekomendasi dari teman					
31	Saya tertarik memilih produk gadai emas BSI karena teman saya telah melakukan gadai di BSI					
32	Saya tertarik memilih produk gadai emas BSI karena merasa nyaman jika melakukan gadai emas di BSI					
33	Saya tertarik memilih produk gadai BSI karena merasa puas dengan produk gadai emas BSI					

Tabulasi Data dan Uji Validitas (X₁)

Reaponden	X1	X2	X3	X4	X5
1	5	5	5	5	5
2	5	5	5	5	5
3	4	4	4	4	5

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4	3	4	4	4	4
5	2	4	4	4	4
6	5	5	5	5	5
7	4	5	5	5	4
8	4	5	5	5	5
9	3	5	5	5	5
10	4	5	5	5	5
11	4	5	5	5	5
12	3	5	5	5	3
13	4	5	5	5	4
14	5	5	5	5	5
15	4	5	4	4	5
16	2	5	4	4	4
17	3	5	4	4	4
18	2	5	5	5	5
19	2	5	5	5	5
20	4	5	5	5	5
21	4	4	4	4	5
22	4	4	5	4	4
23	2	4	5	4	5
24	3	5	5	5	5
25	3	4	5	5	3
26	3	5	5	5	5
27	3	5	5	5	5
28	4	5	5	5	4
29	2	5	5	5	5
30	2	5	5	5	5
31	3	3	5	5	4
32	2	2	3	3	3
33	3	5	5	5	5
34	4	4	4	4	5
35	4	5	5	5	5
36	5	5	5	5	5
37	5	5	5	5	5
38	5	5	5	5	5
R Hitung	0,328	0,415	0,416	0,417	0,458
R Tabel	0,320	0,320	0,320	0,320	0,320
kesimpulan	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid

Tabulasi Data dan Uji Validitas (X₂)

X6	X7	X8	X9	X10	X11
5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3	3	3	5	5	5
5	5	5	5	4	4
5	5	5	5	4	4
4	4	4	4	4	3
5	5	5	3	5	5
4	5	4	4	4	4
4	5	4	4	4	4
5	5	5	4	5	5
5	5	5	3	5	5
5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	5	5
5	5	5	4	5	5
4	4	4	3	3	3
4	4	4	3	5	5
5	5	5	4	5	5
5	5	5	5	4	4
3	3	3	4	5	5
4	4	4	4	5	5
4	4	4	4	5	5
4	4	4	4	3	3
4	4	4	4	5	5
4	4	3	3	3	5
5	5	5	3	4	4
5	5	5	3	5	5
5	5	5	4	5	5
5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	5	5
3	3	3	3	4	4
5	5	5	3	5	5
3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	3	3
5	5	5	4	4	5
3	3	3	5	4	4
5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	3	3
0,632712	0,644328	0,670273	0,454621	0,601513	0,492416
0,320	0,320	0,320	0,320	0,320	0,320
Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid

Tabulasi Data dan Uji Validitas (X_3)

X12	X13	X14	X15	X16	X17
4	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5
5	5	4	4	5	5

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4	4	4	4	4	3
4	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	5
4	4	4	4	3	3
4	4	4	4	5	5
4	4	4	4	5	4
5	5	5	5	4	4
4	4	4	4	5	5
5	5	5	5	5	4
4	4	4	4	5	5
4	4	4	4	5	5
4	4	4	4	5	5
4	4	4	4	3	3
4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	4	4
4	4	4	4	5	5
3	5	5	5	5	5
4	4	4	5	5	5
4	5	5	5	5	4
4	3	5	5	5	5
5	5	4	4	5	5
3	3	5	5	4	4
5	4	5	5	5	5
5	5	5	4	4	5
5	5	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	5	5
4	4	4	5	5	5
3	3	3	4	5	5
3	3	3	3	4	4
4	4	4	4	4	4
3	3	3	5	4	4
5	5	4	3	4	4
4	4	4	5	5	5
4	4	4	5	5	5
0,607712	0,617064	0,477675	0,376707	0,565505	0,565345
0,320	0,320	0,320	0,320	0,320	0,320
Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid

Tabulasi Data dan Uji Validitas (X₄)

X18	X19	X20	X21	X22	X23
5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5	5	5	3	3	3
4	4	4	5	4	4
4	4	4	5	4	4
5	5	4	4	4	4
5	5	5	5	4	4
4	4	5	4	5	5
5	4	5	4	5	4
4	5	5	5	4	4
5	5	3	5	5	5
4	5	5	5	4	4
5	5	4	5	4	4
5	5	4	5	3	3
3	3	3	4	4	4
5	5	3	4	4	4
4	5	5	4	5	5
5	5	5	5	4	4
4	5	4	5	5	5
5	5	5	4	4	4
4	5	4	5	4	4
4	4	5	5	5	5
4	4	4	5	5	5
3	3	3	4	4	4
5	5	4	5	5	5
5	5	3	5	5	5
4	4	4	5	5	5
4	4	5	5	5	5
5	5	3	5	5	5
4	4	4	5	5	5
5	5	2	5	4	4
3	3	5	3	3	3
4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	4	4
5	5	4	5	4	2
4	4	4	4	5	4
4	4	5	4	4	4
0,453159	0,502288	0,359081	0,588577	0,579072	0,502921
0,320	0,320	0,320	0,320	0,320	0,320
Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid

Tabulasi Data dan Uji Validitas (Y)

Y24	Y25	Y26	Y27	Y28	Y29
5	5	5	5	5	5
5	5	4	4	5	5
5	5	5	5	4	4

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5	5	3	3	4	4
5	5	5	4	4	4
5	5	5	5	3	4
4	4	4	4	4	4
4	4	5	5	5	5
5	5	4	4	4	4
5	4	5	5	5	4
5	4	5	5	4	4
4	5	5	5	4	4
5	5	3	3	5	5
5	4	5	5	4	5
4	5	5	5	4	4
3	3	4	4	4	5
5	4	4	4	3	4
5	4	5	5	4	4
4	3	5	5	5	5
4	3	5	4	4	4
4	4	5	4	5	5
5	4	5	5	3	5
5	3	5	5	4	4
4	4	5	5	4	4
4	4	4	4	3	3
5	4	5	5	4	4
5	5	5	3	5	5
4	5	5	5	4	4
5	4	5	5	5	5
5	5	5	5	4	4
5	4	4	5	4	4
2	2	5	5	4	3
5	4	3	3	3	3
4	4	4	4	5	5
5	4	5	4	4	4
5	4	3	3	5	5
4	4	5	5	4	5
5	4	4	4	4	4
0,84221	0,456103	0,556273	0,449462	0,458422	0,482165
0,320	0,320	0,320	0,320	0,320	0,320
Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid

Uji Validitas menggunakan EXCEL

Variabel	Butir Pertanyaan	r-hitung	R-tabel	Keterangan
Periklanan(X1)	PI 1	0,327921	0,320	Valid
	PI2	0,414598	0,320	Valid
	PI3	0,416371	0,320	Valid
	PI4	0,416973	0,320	Valid
	P15	0,457909	0,320	Valid
Penjualan Personal(X2)	PSI1	0,632712	0,320	Valid
	PSI2	0,644328	0,320	Valid
	PSI3	0,670273	0,320	Valid
	PSI4	0,454621	0,320	Valid
	PSI5	0,601513	0,320	Valid
	PSI6	0,492416	0,320	Valid
Promosi Penjualan(X3)	PPI1	0,607712	0,320	Valid
	PPI2	0,617064	0,320	Valid
	PPI3	0,477675	0,320	Valid
	PPI4	0,376707	0,320	Valid
	PPI5	0,565505	0,320	Valid
	PPI6	0,565345	0,320	Valid
Publisitas(X4)	PUB1	0,453159	0,320	Valid
	PUB2	0,502288	0,320	Valid
	PUB3	0,359081	0,320	Valid
	PUB4	0,588577	0,320	Valid
	PUB5	0,579072	0,320	Valid
	PUB6	0,502921	0,320	Valid
Minat(Y)	MNT1	0,384221	0,320	Valid
	MNT2	0,456103	0,320	Valid
	MNT3	0,556273	0,320	Valid
	MNT4	0,449462	0,320	Valid
	MNT5	0,458422	0,320	Valid
	MNT6	0,482165	0,320	Valid

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Uji Reliabilitas

Variabel	Hasil Cronbach Alpha	Cronbach Alpha	Keterangan
Pengiklanan (X1)	0,748	0,60	Reliabel
Penjualan Personal (X2)	0,823	0,60	Reliabel
Promosi Penjualan (X3)	0,730	0,60	Reliabel
Pembelisan (X4)	0,612	0,60	Reliabel
Minat (Y)	0,689	0,60	Reliabel

Uji Reliabilitas SPSS

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.748	5

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.823	6

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.730	6

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.612	6

UIN

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.689	6

UIN

Hasil Uji Statistic Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Periklanan	38	13.00	25.00	22.1842	2.46988
Penjualan Personal	38	18.00	30.00	26.2895	3.26246
Promosi Penjualan	38	20.00	30.00	26.2368	2.49794
Publisitas	38	20.00	30.00	26.3158	2.31453
Minat	38	21.00	30.00	26.1842	2.03822
Valid N (listwise)	38				

mic University of Sultan Syarif Kasim Riau

UIN SUSKA RIAU

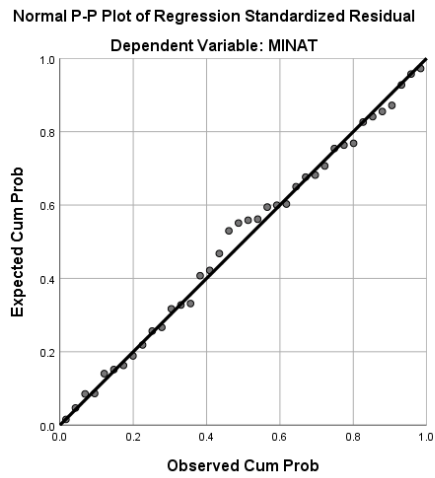
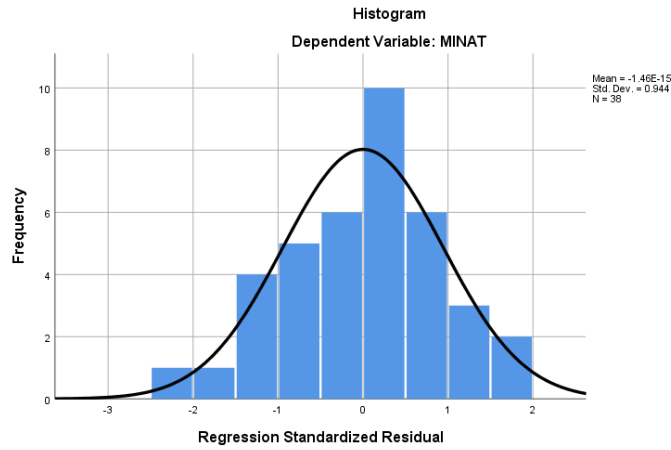
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Output SPSS Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		38
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.13667589
Most Extreme Differences	Absolute	.084
	Positive	.046
	Negative	-.084
Test Statistic		.084
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.745	1.040		1.678	.103
	Periklanan	-.038	.034	-.196	-1.123	.270
	Penjualan Personal	-.026	.031	-.179	-.838	.408
	Promosi Penjualan	.048	.051	.253	.947	.351
	Publisitas	-.026	.059	-.129	-.448	.657

a. Dependent Variable: ABS_RES



Hasil Uji Multikoloniartitas

Coefficients^a

		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	Periklanan	.911	1.097
	Penjualan Personal	.610	1.640
	Promosi Penjualan	.388	2.575
	Publisitas	.337	2.968

a. Dependent Variable: Minat

UJI REGRESI LINEAR BERGAND A

Coefficients^a

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.172	1.384		2.292	.028
	Periklanan	.225	.045	.290	5.022	.000
	Penjualan Personal	.161	.041	.274	3.881	.000
	Promosi Penjualan	.313	.068	.409	4.617	.000
	Publisitas	.213	.079	.257	2.706	.011

a. Dependent Variable: Y

Unit

Coefficients^a

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.172	1.384		2.292	.028
	Periklanan	.225	.045	.290	5.022	.000
	Penjualan Personal	.161	.041	.274	3.881	.000
	Promosi Penjualan	.313	.068	.409	4.617	.000
	Publisitas	.213	.079	.257	2.706	.011

a. Dependent Variable: Y

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Uji R Determinasi

Model Summary^b

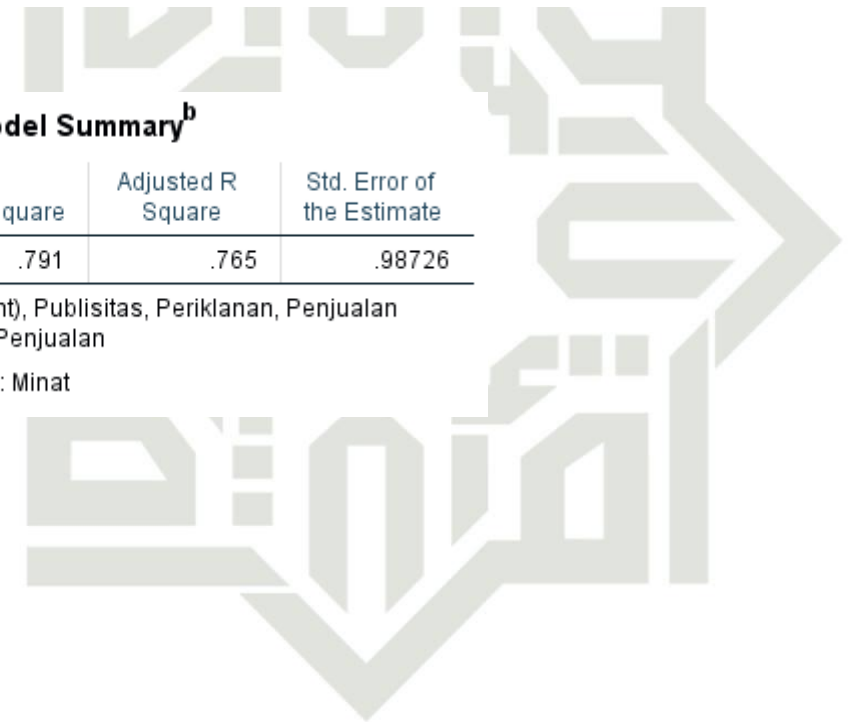
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.889 ^a	.791	.765	.98726

- a. Predictors: (Constant), Publisitas, Periklanan, Penjualan Personal, Promosi Penjualan
- b. Dependent Variable: Minat

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	121.546	4	30.387	31.176	.000 ^b
	Residual	32.164	33	.975		
	Total	153.711	37			

- a. Dependent Variable: Minat
- b. Predictors: (Constant), Publisitas, Periklanan, Penjualan Personal, Promosi Penjualan



UIN SUSKA RIAU

Titik Persentase Distribusi t (df = 1 – 40)

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
1	1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2	0.81850	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4	0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5	0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6	0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7	0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8	0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9	0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10	0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11	0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12	0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13	0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14	0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15	0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16	0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17	0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18	0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55236	2.87844	3.61048
19	0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20	0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21	0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22	0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23	0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49967	2.80734	3.48496
24	0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25	0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26	0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47843	2.77871	3.43500
27	0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28	0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29	0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30	0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31	0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32	0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33	0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34	0.68177	1.30695	1.69093	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35	0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36	0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37	0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38	0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
39	0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40	0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688

Catatan: Probabilitas yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung.

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	161	199	216	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	245	246
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38	19.40	19.40	19.41	19.42	19.42	19.43
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.76	8.74	8.73	8.71	8.70
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.94	5.91	5.89	5.87	5.86
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.70	4.68	4.66	4.64	4.62
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.03	4.00	3.98	3.96	3.94
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.60	3.57	3.55	3.53	3.51
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	3.31	3.28	3.26	3.24	3.22
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.10	3.07	3.05	3.03	3.01
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.94	2.91	2.89	2.86	2.85
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.82	2.79	2.76	2.74	2.72
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	2.72	2.69	2.66	2.64	2.62
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.63	2.60	2.58	2.55	2.53
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.57	2.53	2.51	2.48	2.46
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.51	2.48	2.45	2.42	2.40
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.46	2.42	2.40	2.37	2.35
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.41	2.38	2.35	2.33	2.31
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37	2.34	2.31	2.29	2.27
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.34	2.31	2.28	2.26	2.23
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.31	2.28	2.25	2.22	2.20
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32	2.28	2.25	2.22	2.20	2.18
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.26	2.23	2.20	2.17	2.15
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27	2.24	2.20	2.18	2.15	2.13
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.22	2.18	2.15	2.13	2.11
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24	2.20	2.16	2.14	2.11	2.09
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18	2.15	2.12	2.09	2.07
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.20	2.17	2.13	2.10	2.08	2.06
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12	2.09	2.06	2.04
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18	2.14	2.10	2.08	2.05	2.03
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.13	2.09	2.06	2.04	2.01
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.20	2.15	2.11	2.08	2.05	2.03	2.00
32	4.15	3.29	2.90	2.66	2.51	2.40	2.31	2.24	2.19	2.14	2.10	2.07	2.04	2.01	1.99
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.00	1.98
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17	2.12	2.08	2.05	2.02	1.99	1.97
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11	2.07	2.04	2.01	1.99	1.96
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.15	2.11	2.07	2.03	2.00	1.98	1.95
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20	2.14	2.10	2.06	2.02	2.00	1.97	1.95
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09	2.05	2.02	1.99	1.96	1.94
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26	2.19	2.13	2.08	2.04	2.01	1.98	1.95	1.93
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08	2.04	2.00	1.97	1.95	1.92
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	2.33	2.24	2.17	2.12	2.07	2.03	2.00	1.97	1.94	1.92
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17	2.11	2.06	2.03	1.99	1.96	1.94	1.91
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43	2.32	2.23	2.16	2.11	2.06	2.02	1.99	1.96	1.93	1.91
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.10	2.05	2.01	1.98	1.95	1.92	1.90
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10	2.05	2.01	1.97	1.94	1.92	1.89

Dokumentasi Wawancara dengan pegawai Bank

© Hak c



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



PEMERINTAH PROVINSI RIAU DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I dan II Komp. Kantor Gubernur Riau
Jl. Jend. Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39064 Fax. (0761) 39117 **PEKANBARU**
Email : dpmtsp@riau.go.id

REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMPTSP/NON IZIN-RISET/67749
TENTANG

PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET
DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI



1.04.02.01

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Riset dari : **Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau, Nomor : Un.04/F.1/PP.00.9/7887/2024 Tanggal 18 Juli 2024**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

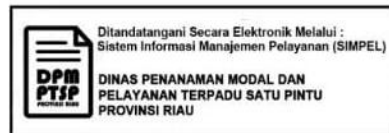
- | | |
|----------------------|--|
| 1. Nama | : IRMA SRI WAHYUNI |
| 2. NIM / KTP | : 12020524555 |
| 3. Program Studi | : EKONOMI SYARIAH |
| 4. Jenjang | : S1 |
| 5. Alamat | : PEKANBARU |
| 6. Judul Penelitian | : ANALISIS PROMOTION MIX TERHADAP MINAT NASABAH PRODUK GADAI EMAS DI BSI KCP PEKANBARU SUDIRMAN ATAS |
| 7. Lokasi Penelitian | : BSI KCP PEKANBARU SUDIRMAN ATAS |

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru
Pada Tanggal : 22 Juli 2024



Tembusan :

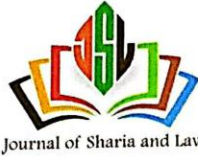
Disampaikan Kepada Yth :

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. BSI KCP Pekanbaru Sudirman Atas
3. Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau di Pekanbaru
4. Yang Bersangkutan



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Journal of Sharia and Law

JL. H.R. Soebrantas No. 155 KM 18 Simpang Baru, Pekanbaru-Riau
 Po. Box 1004 Telp. (0761) 561645 Fax. (0761) 562052
<https://jom.uin-suska.ac.id/index.php/jurnalfsh>
 CP: 081268093970, 081371771449, 085225840274

SURAT KETERANGAN

Pengelola *Journal of Sharia and Law*, dengan ini menerangkan bahwa;

Nama Author : Irma Sri Wahyuni
 Email : irmaiswirma@gmail.com
 Judul Artikel : Analisis *Promotion Mix* terhadap Minat Nasabah Gadaai Emas di BSI KCP Pekanbaru Sudirman Atas

Pembimbing I : Nur Hasanah, SE., MM
 Pembimbing II : Darmawan Tia Indrajaya, M. Ag

Telah submit dan telah diterima (*accepted*) oleh pihak jurnal untuk diterbitkan pada *Journal of Sharia and Law* Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Syarif Kasim Riau.

Demikian surat ini kami buat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pekanbaru, 29 September 2024
 An. Pimpinan Redaksi


 Hanjah Lubis, M.F. Sy
 NIP. 198311072019032004



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM**

كلية الشريعة و القانون

FACULTY OF SHARIAH AND LAW

Jl. H.R. Soebrantas No.155 KM.15 Tuah Madani - Pekanbaru 28298 PO Box. 1004 Telp/Fax. 0761-562052
Web. www.fasih.uin-suska.ac.id, Email: fasih@uin-suska.ac.id

Nomor : Un.04/F.I/PP.00.9/7887/2024
Sifat : Biasa
Lamp. : 1 (Satu) Proposal
Hal : **Mohon Izin Riset**

Pekanbaru, 18 Juli 2024

Kepada Yth.
Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP
Provinsi Riau

Assalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Disampaikan bahwa salah seorang mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum
Universitas Sultan Syarif Kasim Riau :

Nama : IRMA SRI WAHYUNI
NIM : 12020524555
Jurusan : Ekonomi Syariah S1
Semester : VIII (Delapan)
Lokasi : BSI KCP Pekanbaru Sudirman Atas

bermaksud akan mengadakan riset guna menyelesaikan Penulisan Skripsi yang berjudul :
Analisis Promotion Mix Terhadap Minat Nasabah Produk Gadai Emas Di Bsi Kcp
Pekanbaru Sudirman Atas

Pelaksanaan kegiatan riset ini berlangsung selama 3 (tiga) bulan terhitung mulai
tanggal surat ini dibuat. Untuk itu kami mohon kiranya kepada Saudara berkenan
memberikan izin guna terlaksananya riset dimaksud.

Demikian disampaikan, terima kasih.



Prof. Dr. H. M. Ag
NIP. 19741006 200501 1 005

Tembusan :
Rektor UIN Suska Riau



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



18 Setember 2024
No. 04/425-3/8019
Lampiran : -

Kepada
UIN Sultan Syarif Kasim Riau
Fakultas Syariah dan Hukum
Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM 15
Pekanbaru - Riau

PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk
KCP Pekanbaru Sudirman Atas
Jl. Jend. Sudirman No. 484
Pekanbaru - Riau, 26126
Indonesia
T : +62761 859694,859695
F : +62761 859819
www.bankbsi.co.id

Perihal : **BALASAN IZIN RISET**

Ref : Surat No.503/DPMTSP/NON IZIN-RISET/67749 Perihal Rekomendasi Pelaksanaan Kegiatan Riset/Pra Riset dan Pengumpulan Data untuk Bahan Skripsi

Assalammu'alaikum Wr.Wb

Semoga Bapak/Ibu beserta seluruh jajaran senantiasa dalam keadaan sehat wal'afiat dan mendapat taufik serta hidayah dari Allah SWT.

Menunjuk perihal diatas, terkait permohonan Izin Riset Mahasiswa untuk menyelesaikan penulisan tugas akhir yang akan dilakukan oleh Mahasiswa dibawah ini :

Nama	: Irma Sri Wahyuni
NIM	: 12020524555
Fakultas/Jurusan	: Syariah & Hukum/Ekonomi Syariah
Judul Skripsi	: Analisis Promotion Mix Terhadap Minat Nasabah Produk Gadaai Emas di BSI KCP Pekanbaru Sudirman Atas

Maka bersama ini pihak Bank Syariah Indonesia KCP Pekanbaru Sudirman Atas memberitahukan bahwa mahasiswa tersebut dapat kami terima melaksanakan Riset di Bank Syariah Indonesia KCP Pekanbaru Sudirman Atas.

Demikian kami sampaikan. Atas kerja sama Bapak/Ibu, kami ucapkan terima kasih.

Wassalammu'alaikum, Wr. Wb

PT. BANK SYARIAH INDONESIA Tbk.
KCP PEKANBARU SUDIRMAN ATAS

 Khalid Syaifullah Branch Manager	 Geulistari Nurafitri BOSM
--	---