



Pengaruh Fluktuasi Harga Emas, Promosi, Dan Resiko Investasi Terhadap Minat Masyarakat Pada Produk Tabungan Emas

Khurotul Fadilah

Universitas Yudharta Pasuruan

Amma Fazizah

Universitas Yudharta Pasuruan

Jl. Yudharta No. 07 (Pesantren Ngalah) Sengonagung Kecamatan Purwosari Kabupaten Pasuruan

Korespondensi penulis: khurotulfadilah10@gmail.com, ammafazizah@yudharta.ac.id

Abstract: *The purpose of this study was to determine the effect of gold price fluctuations, promotions, and manual gold investment risks on public interest in gold savings products at PT Pegadaian UPC Purwosari (Study on Communities in Purwosari District). This type of research is a quantitative research. The population in this study is the community in Purwosari District. The sample in this study amounted to 400 respondents and the sampling technique used purposive sampling with several criteria for respondents who lived in Purwosari District, were not yet customers and did not have a gold savings product at PT Pegadaian UPC Purwosari, and were over 17 years old. Source of data in this study is sourced from primary data. Data collection techniques used by distributing questionnaires. The analytical tool used is multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that fluctuations in the price of gold have a positive but not significant effect on people's interest in gold savings products, promotions have a positive but not significant effect on people's interest in gold savings products, and investment risk has a positive and significant effect on people's interest in gold savings products. Fluctuations in gold prices, promotions, and investment risks affect people's interest in gold savings products.*

Keywords: *fluctuation, promotion, risk, interest.*

Abstrak: Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh fluktuasi harga emas, promosi, dan resiko investasi emas manual terhadap minat masyarakat pada produk tabungan emas di PT Pegadaian UPC Purwosari (Studi pada Masyarakat di Kecamatan Purwosari). Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat di Kecamatan Purwosari. Sampel pada penelitian ini berjumlah 400 responden dan teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan beberapa kriteria responden masyarakat yang bertempat tinggal di Kecamatan Purwosari, belum menjadi nasabah dan belum mempunyai produk tabungan emas di PT Pegadaian UPC Purwosari, serta berusia lebih dari 17 tahun. Sumber data pada penelitian ini adalah bersumber dari data primer. Teknik pengumpulan data yang digunakan dengan menyebarkan kuesioner. Alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa fluktuasi harga emas berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat masyarakat pada produk tabungan emas, promosi berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat masyarakat pada produk tabungan emas, dan resiko investasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat pada produk tabungan emas. Fluktuasi harga emas, promosi, dan resiko investasi berpengaruh terhadap minat masyarakat pada produk tabungan emas.

Kata kunci: fluktuasi, promosi, resiko, minat.

LATAR BELAKANG

Kondisi ekonomi dan keuangan adalah satu-satunya topik terpenting yang terus berubah dan menjadi perhatian masyarakat Indonesia dan dunia. Konsekuensi pertumbuhan ekonomi akan terus berubah sejalan dengan kebutuhan masyarakat luas. Persaingan industri jasa gadai saat ini sedang marak dikalangan masyarakat karena cukup banyak dan mudah ditemui di berbagai tempat. Industri jasa gadai berpotensi mengurangi penjualan produk suatu perusahaan.

Received Juni 30, 2023; Revised Juli 28, 2023; Accepted Agustus 25, 2023

* Khurotul Fadilah, khurotulfadilah10@gmail.com

Menurut Suryomurti (2011:20) Dalam buku itu disebutkan bahwa orang menikmati benda mahal yang disebut mulia logam seperti emas dan perak. Fluktuasi harga emas adalah perubahan yang terjadi mengenai harga jual dan beli terhadap komoditas emas murni (Yohanes, 2007). Harga emas mengikuti alur inflasi, ketika inflasi sangat tinggi saat itu pula harga emas akan melambung tinggi. Promosi adalah segala bentuk komunikasi yang digunakan untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan orang tentang suatu produk yang telah diproduksi oleh perusahaan, individu (Kloter, 2018). Risiko didefinisikan sebagai setiap peristiwa yang tidak dapat diantisipasi yang akan terjadi di masa depan.

Investasi emas adalah satu-satunya cara terbaik untuk mengelola dan menumbuhkan kekayaan dari waktu ke waktu. Saat ini banyak masyarakat yang berinvestasi tabungan emas. Sampai saat ini, mayoritas penduduk percaya bahwa ekuitas adalah bentuk investasi yang paling aman karena nilainya yang stabil dan sulit dipengaruhi oleh inflasi.

Seiring berjalannya waktu, harga emas terus mengalami peningkatan. Namun demikian emas menjadi incaran masyarakat karena mereka menyadari bahwa emas tidak hanya dapat dijadikan sebagai perhiasan akan tetapi bisa dijadikan sebagai investasi jangka panjang.

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Purwosari karena PT Pegadaian UPC Purwosari terus melakukan inovasi dan menyediakan berbagai layanan seperti investasi emas pegadaian, cek harga emas pegadaian, Kredit Cepat Aman (KCA), pegadaian syariah, termasuk tabungan emas dan lainnya terkhusus untuk masyarakat Kecamatan Purwosari (idalamat.com, 2023). Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat yang bertempat tinggal di Kecamatan Purwosari. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 400 responden.

Berdasarkan uraian dari latar belakang di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Fluktuasi Harga Emas, Promosi, Dan Resiko Investasi Terhadap Minat Masyarakat Pada Produk Tabungan Emas”**

KAJIAN TEORITIS

Pegadaian

Menurut Sigit dan Totok (2006) Pegadaian merupakan satu-satunya badan usaha di Indonesia yang memiliki kewenangan hukum untuk melaksanakan rencana yang melibatkan pembagian uang kepada masyarakat sesuai dengan gadai hukum.

Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen adalah penelitian tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan membuang barang, seperti makanan dan minuman, atau barang lainnya, untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka sendiri. (Kolter dan Keller, 2016).

Fluktuasi Harga Emas

Menurut Yohanes (2007) fluktuasi harga emas merupakan suatu perubahan harga jual dan harga beli yang terjadi terhadap komoditas emas murni. Adapun indikator fluktuasi harga emas.

1. Harga emas tinggi, harga emas akan melonjak tinggi apabila kurs dollar AS terhadap rupiah, atau semakin lemahnya rupiah terhadap dollar AS.
2. Harga emas turun, ketika peminat emas naik maka harga emas akan naik, dan ketika peminat emas turun maka harga emas juga akan turun.
3. Harga emas stabil, apabila kurs dollar dan peminat emas masih dalam batas normal, dimana tidak mengalami kekurangan atau kelebihan.

Promosi

Promosi dapat digambarkan sebagai jalan utama yang diambil untuk mendekati perusahaan mana pun yang menjual produk apa pun sehingga dapat tersedia bagi konsumen untuk dibeli. Adapun Indikator promosi sebagai berikut :

1. Promosi penjualan adalah usaha untuk memperkenalkan produk dengan tujuan untuk memikat calon konsumen.
2. Periklanan, untuk memberikan informasi dan penawaran produk terhadap calon pembeli.
3. Tenaga penjualan adalah orang yang bertugas menjual dan menawarkan produk kepada konsumen.
4. Kehumasan atau public relation adalah suatu upaya yang dilakukan dengan sengaja dalam waktu panjang yang bertujuan menjaga dan membangun kepercayaan masyarakat.
5. Pemasaran langsung merupakan promosi yang dilakukan secara langsung dengan calon konsumen.

Resiko Investasi

Husnan (2001) Resiko investasi emas merupakan suatu keuntungan yang menyimpang dari yang telah diharapkan. Adapun Indikator resiko investasi sebagai berikut :

1. Resiko produk, mengacu pada ketidakpastian bahwa produk yang dibeli akan sesuai dengan yang diharapkan
2. Resiko transaksi, merupakan ketidakpastian yang akan berakibat merugikan konsumen dalam proses transaksi
3. Resiko psikologis, adalah ketakutan-ketakutan yang mungkin terjadi selama pembelian atau setelah pembelian.

Minat Masyarakat

Minat digambarkan sebagai situasi yang timbul dari persaan guna memacu proyek atau kegiatan tertentu. (Pratiwi, 2015). Adapun indikatif inast adalah :

1. Ketertarikan, ketertarikan menunjukkan adanya pemusatan perhatian dan perasaan senang.
2. Keinginan, merupakan adanya dorongan untuk memiliki.
3. Keyakinan, yaitu adanya rasa percaya diri individu terhadap kualitas, daya guna dan keuntungan.

Penelitian Terdahulu

Berikut beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini :

1. Penelitian Ellis Indriani (2022) yang berjudul “Pengaruh Strategi Pemasaran dan Harga Emas Terhadap Minat Masyarakat dalam Menggunakan Produk Tabungan Emas (Studi Kasus di Pegadaian Syariah dan BSI di Yogyakarta)”. Hasil dari penelitian ini adalah strategi pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat nasabah pegadaian syariah dan BSI di Yogyakarta. Sedangkan pengaruh harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat nasabah pegadaian syariah dan BSI di Yogyakarta.
2. Penelitian Nine Septa Maharani (2020) yang berjudul “Pengaruh Promosi dan Fluktuasi Harga Emas Terhadap Minat Nasabah pada Produk Tabungan Emas”. Hasil dari penelitian ini adalah variable promosi (X1) tidak berpengaruh terhadap variable minat. Sedangkan variable fluktuasi harga (X2) berpengaruh terhadap variable minat.
3. Penelitian M. Nazori, Refky Fielnand dan Bella Sesarwati (2023) ini berjudul “Pengaruh Fluktuasi Harga Emas dan Promosi Terhadap Minat Nasabah pada Produk Tabungan Emas di Pegadaian Syariah Jelutung”. Hasil dari penelitian ini Fluktuasi harga dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Nasabah pada Produk Tabungan Emas di Pegadaian Jelutung.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survey dan penyebaran kuesioner. Pendekatan Kuantitatif adalah jenis penelitian yang menggunakan analisis data angka dengan tujuan mengembangkan teori, hipotesis, dan model yang berkaitan dengan fenomena yang dipelajari. (Eko dan Amma, 2018). Menurut Singarimbu dan Effendi (2011) menyatakan bahwa metode survei mensyaratkan permintaan informasi dari responden dengan menggunakan kuesioner yang berfungsi sebagai alat pengumpulan data primer.

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Purwosari dan dilakukan oleh masyarakat Kecamatan Purwosari.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat kecamatan purwosari dengan sampel berjumlah 400 responden. Teknik *sampling* dalam penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling*. Teknik *non probability sampling* merupakan suatu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih sebagai sampel. Teknik *non probability sampling* yang digunakan adalah teknik *purposive sampling*.

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

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

N = Populasi dengan jumlah 84.706

e = Margin Kesalahan 0,05

Teknik Analisis Data

Uji yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik yang meliputi Uji Normalitas, Uji Multikolonieritas, Uji Heteroskedastisitas, Analisis Regresi Linier Berganda, dan Uji Hipotesis yang meliputi Uji Parsial (T), Uji Simultan (F), serta Uji Koefisien Determinan (R^2).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Purwosari pada bulan Maret – Agustus 2023

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil Uji Validitas

Ghozali (2018) dalam penelitian Amma dan Indria (2020) menyatakan Uji signifikan koefisien korelasi pada taraf signifikan 0,05 untuk menentukan apakah suatu item layak atau tidak untuk digunakan yang artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi terhadap skor total.

Tabel 1 Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Item	Koefisien Korelasi (r)	r tabel	keterangan
1	Fluktuasi Harga Emas	X1.1	0,754	0,098	Valid
		X1.2	0,800	0,098	Valid
		X1.3	0,659	0,098	Valid
2	Promosi	X1.1	0,613	0,098	Valid
		X1.2	0,707	0,098	Valid
		X1.3	0,663	0,098	Valid
		X1.4	0,589	0,098	Valid
		X1.5	0,512	0,098	Valid
3	Resiko Investasi Emas	X1.1	0,719	0,098	Valid
		X1.2	0,804	0,098	Valid
		X1.3	0,742	0,098	Valid
4	Minat	X1.1	0,794	0,098	Valid

	X1.2	0,825	0,098	Valid
	X1.3	0,813	0,098	Valid

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan hasil dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan variable dinyatakan valid dengan nilai signifikan $> 0,05$

Ujia Reliabilitas

Apabila koefisien *Cornbach Alpha* ≥ 60 maka instrument tersebut reliable.

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach Alpha	Koefisien	Keterangan
1	Fluktuasi harga Emas	0,641	0,60	Reliabel
2	Promosi	0,622	0,60	Reliabel
3	Resiko Investasi Emas	0,624	0,60	Reliabel
4	Minat	0,737	0,60	Reliabel

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan hasil dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan variable dinyatakan reliabel dengan nilai Cronbach Alpha $> 0,60$

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Jika nilai signifikasinsi $> 0,05$ maka data penelitian berdistribusi normal.

Tabel 3 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		400
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.72627459
Most Extreme Differences	Absolute	.040
	Positive	.024
	Negative	-.040
Test Statistic		.040
Asymp. Sig. (2-tailed)		.135 ^c

a. Test distribution is Normal.

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel 3 diketahui nilai signifikansi sebesar 0,135 lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

Uji Multikolonieritas

Untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala multikolonieritas dapat dilihat dari nilai *Tolerance* $> 0,10$ dan *VIF (Variance Inflation Factor)* < 10 .

Tabel 4 Hasil Uji Multikolonieritas

Coefficients ^a		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1		
Flukuasi	.988	1.013
Promosi	.863	1.158
Resiko	.871	1.148

a. Dependent Variable: Minat

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan hasil tabel 3 dapat diketahui perhitungan nilai *Tolerance* tidak ada nilai variabel bebas yang memiliki nilai *Tolerance* kurang dari 0,10. Hasil perhitungan nilai *Variance Inflation Factors* (VIF) juga menunjukkan hasil yang sama yaitu tidak adanya nilai VIF dari variabel bebas yang memiliki nilai VIF lebih dari 10.

Uji Multikolonieritas

Jika nilai signifikansi variabel bebas $>0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas akan tetapi jika nilai signifikansi variabel bebas $< 0,05$ maka terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 5 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.329	.480		2.767	.006
Flukuasi harga	.000	.025	.001	.016	.987
Promosi	-.022	.022	-.054	-1.002	.317
Resiko	.038	.032	.063	1.166	.245

a. Dependent Variable: AbsRes

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 5 diatas dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi Flukuasi Harga Sebesar $0,987 > 0,05$, nilai signifikansi Promosi sebesar $0,317 > 0,05$, dan nilai signifikasinsi Resiko sebesar $0,245 > 0,05$. Jadi dalam penelitian ini menunjukkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi berganda di uji guna untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel bebas (Flukuasi Harga, Promosi, dan Resiko) terhadap variable terikat (Minat).

Tabel 6 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.993	.764		5.228	.000
	Fuktuasi	.069	.039	.078	1.750	.081
	Promosi	.069	.036	.093	1.945	.052
	Resiko	.453	.051	.420	8.847	.000

a. Dependent Variable: Minat

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan hasil tersebut diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

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

$$Y = 3,993 + 0,69X_1 + 0,69X_2 + 0,453X_3 + e$$

Uji Hpotesis

Uji T

Apabila t hitung lebih besar dari t tabel dan signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka hal tersebut berarti ada pengaruh signifikansi antara variabel bebas secara parsial.

Tabel 7 Hasil Uji T (Parsial)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.993	.764		5.228	.000
	FLUKTUASI	.069	.039	.078	1.750	.081
	PROMOSI	.069	.036	.093	1.945	.052
	RESIKO	.453	.051	.420	8.847	.000

a. Dependent Variable: MINAT

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan dengan SPSS, diperoleh hasil bahwa variabel Fluktuasi dan promosi tidak signifikan, dengan nilai $\alpha > 0,05$ sedangkan pada variabel resiko signifikan dengan nilai $\alpha < 0,05$. pada variabel Fluktuasi, Promosi dan Resiko nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel.

Tabel 8 Hasil Uji Pengaruh Fluktuasi harga, Promosi, dan Resiko terhadap Minat Masyarakat

Variabel	T _{hitung}	T _{tabel}	Sig.	α	Keterangan
Fluktuasi Harga	1,750	1,648	0,081	0,05	Tidak Signifikan
Promosi	1,945	1,648	0,052	0,05	Tidak Signifikan
Resiko	8,847	1,648	0,000	0,05	Signifikan

Uji F

Tabel 9 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	343.410	3	114.470	38.124	.000 ^b
	Residual	1189.030	396	3.003		
	Total	1532.440	399			

a. Dependent Variable: MINAT
b. Predictors: (Constant), RESIKO, FLUKTUASI, PROMOSI

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan hasil uji F pada tabel 4.18 ANOVA^b menunjukkan hasil F_{hitung} sebesar $38,124 > F_{tabel} 2,63$. Nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikansi antara Fluktuasi Harga (X1), Promosi (X2), dan Resiko (X3) secara simultan terhadap Minat Masyarakat (Y). Nilai signifikansi pada tabel diatas adalah 0,000 lebih kecil dari taraf signifikansi yang digunakan (0,05) maka hipotesis sementara menyatakan terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap Minat Masyarakat.

Uji Koefisien Determinan (R²)

Tabel 10 Hasil Uji Koefisien Determinan (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.473 ^a	.224	.218	1.733

a. Predictors: (Constant), Resiko, Fluktuasi, Promosi

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.19 diperoleh nilai adjusted R Square sebesar 0,218. Besarnya angka koefisien determinan R Square adalah 0,218 atau setara dengan 21,8% yang di pengaruhi oleh fluktuasi harga, promosi, dan resiko dan sisanya sebesar 78,2% tidak dapat dijelaskan oleh variabel independen yang diteliti atau dapat dijelaskan oleh variabel diluar variabel independen (varians error).

Berdasarkan tabel pada 4.20 besarnya koefisien determinan (R Square) adalah 21,8% yang termasuk dalam kategori lemah. Itu artinya variabel fluktuasi harga, promosi dan resiko mempunyai pengaruh yang lemah terhadap variabel minat masyarakat.

PEMBAHASAN

4.9.1 Pengaruh Fluktuasi Harga Emas terhadap Minat Masyarakat Pada Produk tabungan Emas

Berdasarkan pada hasil uji yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh positif namun tidak signifikan fluktuasi harga emas terhadap minat masyarakat pada produk tabungan emas di Kecamatan Purwosari. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Dini Selvia (2021) dengan judul “Analisis Pengaruh Fluktuasi Harga Emas terhadap Minat Menabung pada Produk Tabungan Emas di PT Pegadaian Syariah UPS Lamlagang”. Yang menyatakan bahwa secara parsial terdapat pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat menabung.

4.9.2 Pengaruh Promosi terhadap Minat Masyarakat pada Produk Tabungan Emas

Berdasarkan pada hasil uji yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh positif namun tidak signifikan promosi terhadap minat masyarakat pada produk tabungan emas di Kecamatan Purwosari. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Ellis Indriani (2023) dengan judulnya “Pengaruh Strategi Pemasaran dan Harga Emas terhadap Minat Masyarakat dalam Menggunakan Produk Tabungan Emas” yang menyatakan bahwa strategi tidak pengaruh signifikan terhadap minat masyarakat yang artinya semakin rendah nilai persepsi nasabah terhadap strategi pemasaran, maka akan semakin lemah dorongan nasabah untuk melakukan keputusan pembelian.

4.9.3 Pengaruh Resiko Investasi Emas terhadap Minat Masyarakat pada Produk Tabungan Emas

Berdasarkan pada hasil uji yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan resiko terhadap minat masyarakat pada produk tabungan emas di Kecamatan Purwosari. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Nur Iza Ripada (2020) dengan judul “Keamanan dan Resiko Investasi Emas Digital terhadap Minat Investasi” yang menyatakan bahwa variable resiko memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi.

4.9.4 Pengaruh Fluktuasi Harga Emas, Promosi dan Resiko Investasi Emas terhadap Minat Masyarakat pada Produk Tabungan Emas

Dalam hal ini variabel fluktuasi harga emas perlu diperhatikan karena tidak signifikan dan belum bisa sepenuhnya mendorong masyarakat Kecamatan Purwosari untuk melakukan pembelian emas dan berminat dijadikan investasi. Variabel promosi merupakan variabel yang tidak signifikan dan belum sepenuhnya bisa mendorong minat masyarakat Kecamatan Purwosari untuk membeli emas dan dijadikan investasi. Variabel resiko menjadi salah satu

variabel yang mampu mendorong minat masyarakat Kecamatan Purwosari untuk melakukan pembelian emas. Penelitian ini sesuai dengan teori S-O-R (*Stimulus-Organism-Respons*) yang mengandung *Stimulus* (S) mempengaruhi konsumen (O) dan menghasilkan *Respons* (R) yang menimbulkan keinginan dan kemauan seperti minat masyarakat (Effendy, 2003). Minat sebagai hasil *respons* (R) masyarakat ketika mendapatkan informasi atau motivasi (S) yang membangkitkan hasrat masyarakat untuk berminat dalam berinvestasi emas dalam diri masyarakat sebagai *organism* (O).

KESIMPULAN

1. Fluktuasi harga emas secara parsial berpengaruh secara positif namun tidak signifikan terhadap minat masyarakat pada produk tabungan emas di PT Pegadaian UPC Purwosari.
2. Promosi secara parsial berpengaruh secara positif namun tidak signifikan terhadap minat masyarakat pada produk tabungan emas di PT Pegadaian UPC Purwosari.
3. Resiko secara parsial berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat masyarakat pada produk tabungan emas di PT Pegadaian UPC Purwosari.
4. Fluktuasi harga emas, promosi dan, resiko investasi tabungan emas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat pada produk tabungan emas di PT Pegadaian UPC Purwosari.

SARAN

PT Pegadaian UPC Purwosari diharapkan bisa memperkenalkan produk tabungan emas ke masyarakat lebih maksimal dan mencari cara yang efektif dalam menyampaikan informasi mengenai manfaat dan keuntungan produk tabungan emas misalnya dengan cara membagikan brosur ke masyarakat, sering mengadakan seminar ke lembaga-lembaga atau fakultas, membuka stand dan memberikan testimoni.

DAFTAR PUSTAKA

- Adha, Laelatul. 2021. *Pengaruh Fluktuasi harga Emas dan Promosi Terhadap Minat Nasabah dalam Produk Cicil Emas pada Pegadaian Syariah Pasar Baru Indramayu*. Cirebon.
- Amma F, R., & Indria G. (2020). *Pengaruh Technology Factor dan Motivation to Share terhadap Knowledge Sharing dan Firm Innovation Capability Studi pada UMKM Sektor Meubel Kabupaten Pasuruan Jawa Timur*. *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis dan Inovasi*, 4 (1), 38-55.
- Indriani, Ellis. 2022. *Pengaruh Strategi Pemasaran dan harga Emas Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Produk Tabungan Emas*. Yogyakarta. Universitas Islam Indonesia.
- Eko Agus Alfianto, Amma Fazizah, N. M. (2018). *Pengaruh Gaya Hidup, Reputasi Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian*. *Jurnal Sketsa Bisnis*, 5(1), 1–14.

- Lailina, Nuratiran, dkk. 2022. *Pengaruh Financial Literacy, Persepsi Resiko, dan Motivasi Investasi Terhadap Minat Berinvestasi Tabungan Emas di Pegadaian*. Malang. E-JRA Vol. 11 No. 11 Februari 2022.
- Madjid, M. Nazori, dkk. 2023. *Pengaruh Fluktuasi Harga Emas dan Promosi Terhadap Minat Nasabah pada Produk Tabungan Emas di Pegadaian Syariah Jelutung*. Jambi. JUPUMI Vol 2 No. 1 Januari (2023) – ISSN : 2808-9359 EISSN : 2808-9014.
- Maharani, Nine Septa. 2020. *Pengaruh Promosi dan Fluktuasi Harga Emas Terhadap Minat Nasabah pada Produk Tabungan Emas*. Lumajang. Jurnal Akuntansi dan Keuangan Islam E-ISSN: xxxx-xxxx, P-ISSN: xxxx-xxxx Volume 1 Nomor 1.
- Nasution, Siti Lam'ah. 2019. *Pengaruh Citra Perusahaan, Pelayanan dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Master Cash & Credit Kota Pinang*. Rantauprapat, Sumatra Utara. Jurnal Ecobisma, Vol 6 no. 1 Januari 2019.
- Pagiu, Chrismesi, dkk. 2019. *Strategi Pemasaran PT. Pegadaian Cabang Tallunglipu Toraja Utara*. Palopo. P-ISSN : 2615-1871 e-ISSN 2615-5850.
- Pratiwi, Noviana Dan Catur Iswahyudi. 2019. *Estimasi Tingkat Resiko Investasi Emas Menggunakan Pendekatan Generalized Extreme Value Dan Generalized Pareto Distribution*. Yogyakarta. Journal Of Fundamental Mathematics And Applications (Jfma) Vol. 2 No. 1 Available Online At [Www.Jfma.Math.Fsm.Undip.Ac.Id](http://www.jfma.math.fsm.undip.ac.id).
- Priantika, Mela, dkk. 2021. *Harga Emas Terhadap Minat Nasabah Berinvestasi Menggunakan Produk Tabungan Emas*. Jurnal Penelitian Pendidikan Sosial Humaniora.
- Rahman, Supandi. 2021. *Pengaruh Tingkat Harga dan Strategi Pemasaran Produk Tabungan Emas Terhadap Minat Bertransaksi di Pegadaian Syariah Cabang Gorontalo*. Gorontalo. Mutawazzin (Jurnal Ekonomi Syariah IAIN Sultan Amai Gorontalo) Vol. 2, Nomor 1, April 2021.
- Ripada, Nur Iza. 2020. *Analaisis Keamanan dan Risoko Investasi Emas Digital Terhadap Minat Investasi: Studi pada Pegadaian Digital Service*. Bogor. Program Studi Magister Ekonomi Syariah-Universitas Ibn Khaldun.
- Rosiyani, Novia dan Fuad Hasyim. 2021. *Analisis Pengaruh Minat Generasi Milenial dalam Menggunakan Protuk Tabungan Emas di Pegadaian Syariah*. JEKSYAH : Islamic Economics Journal e-ISSN 2807-9272.
- Sari, Anjar Aristas dan Sri Abidah Suryaningsih. 2020. *Pengaruh Promosi Islami dan Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Emas Studi pada Pegadaian Syariah Kabupaten Gresik*. Surabaya. Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam.
- Selvia, Dini. 2021. *Analisis Pengaruh Fluktuasi Harga Emas Terhadap Minat Menabung pada Produk Tabungan Emas di PT. Pegadaian Syariah UPS Lamlagang*. Banda Aceh. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.
- Sesarwati, Bella. 2022. *Pengaruh Flyltuasi Harga Emas dan Promosi Terhadap Minat Nasabah pada Produk Tabungan Emas di Pegadaian Syariah Jelutung*. Jambi.