

## PENGARUH FLUKTUASI HARGA EMAS DAN STRATEGI PROMOSI TERHADAP MINAT NASABAH BERINVESTASI EMAS DI PT.PEGADAIAN CABANG KREO

### The Influence of Gold Price Fluctuations and Promotional Strategies on Customer Interest in Investing in Gold at PT. Pegadaian Kreo Branch

Pashya Ade Nugraha<sup>\*1</sup>, Etika Sabariah<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina sarana Informatika

<sup>\*</sup>Penulis Korespondensi; Pashya Ade Nugraha<sup>\*</sup>

Email: [pashyaadenugraha22@gmail.com](mailto:pashyaadenugraha22@gmail.com)<sup>\*1</sup>, [etika.esb@bsi.ac.id](mailto:etika.esb@bsi.ac.id)<sup>2</sup>

#### Informasi Artikel:

Diterima 09, 23, 2025

Disetujui 09, 26, 2025

Diterbitkan 09, 30, 2025

#### Keywords:

Gold Price Fluctuations,  
Promotional Strategies,  
Investment Interest.

#### Kata kunci:

Fluktuasi Harga Emas  
Strategi Promosi  
Minat Nasabah

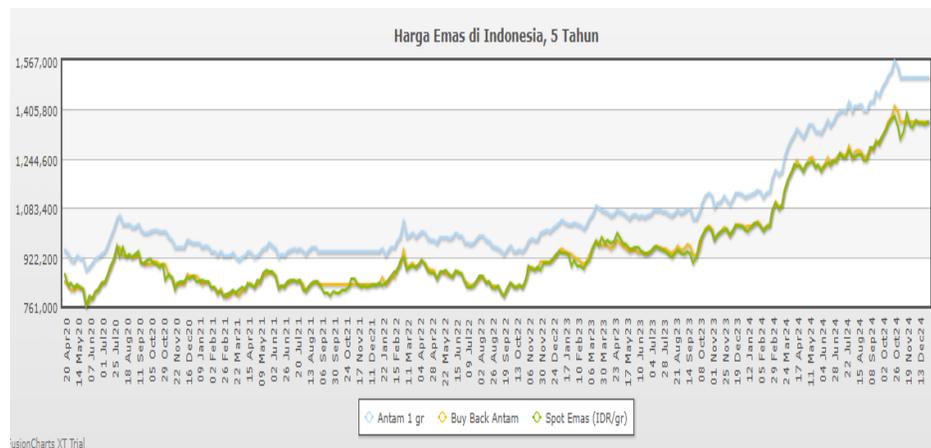
**Abstract.** *the influence of gold price fluctuations and promotional strategies on customer interest in investing in gold at PT Pegadaian. Gold remains a popular investment instrument in Indonesia, especially during times of economic uncertainty. However, gold price fluctuations and promotional strategies significantly affect investment decisions. This research aims to determine the impact of gold price fluctuations and promotional strategies on customer interest in investing in gold products at the Kreo branch of Pegadaian. The research method used is quantitative statistics with 85 respondents. Data were collected through observation, interviews, and questionnaires. The analysis results show that gold price fluctuations have a significant effect on purchasing decisions ( $t_{count} 4.580 > t_{table} 1.989$ , significance  $0.000 < 0.05$ ). Promotional strategies also have a significant effect ( $t_{count} 9.248 > t_{table} 1.984$ , significance  $0.000 < 0.05$ ). Simultaneously, both variables have a significant effect ( $F_{count} 102.045 > F_{table} 3.11$ , significance  $0.000$ ). The R Square value of 0.713 indicates that both factors influence 71.3% of the investment interest decision.*

**Abstrak.** *pengaruh fluktuasi harga emas dan strategi Promosi terhadap minat nasabah berinvestasi emas di PT Pegadaian. Emas tetap menjadi instrumen investasi yang populer di Indonesia, terutama pada saat ketidakpastian ekonomi. Namun, Fluktuasi harga emas dan Strategi Promosi secara signifikan mempengaruhi keputusan investasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Fluktuasi harga emas dan strategi Promosi terhadap minat nasabah berinvestasi produk emas di pegadaian cabang kre. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif statistik dengan 85 responden. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan kuesioner. Hasil analisis menunjukkan bahwa Fluktuasi Harga emas berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ( $t_{hitung} 4,580 > t_{tabel} 1,989$ , signifikansi  $0,000 < 0,05$ ). Strategi Promosi juga berpengaruh signifikan ( $t_{hitung} 9,248 > t_{tabel} 1,984$ , signifikansi  $0,000 < 0,05$ ). Secara simultan, kedua variabel berpengaruh signifikan ( $f_{hitung} 102,045 > f_{tabel} 3,11$ , signifikansi  $0,000$ ). Nilai R Square sebesar 0,713 menunjukkan bahwa keduanya memengaruhi 71,3% keputusan minat berinvestasi.*

## PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi dan keuangan merupakan isu strategis yang senantiasa mengalami perubahan dan Mendapatkan perhatian luas, baik domestik maupun internasional. Dinamika pertumbuhan ekonomi terus bergerak mengikuti perkembangan kebutuhan masyarakat yang semakin kompleks. Sejak tahun 2020 hingga 2025, Indonesia dihadapkan pada tantangan berupa tingkat inflasi yang cukup tinggi. Hal ini menjadi kewaspadaan serius bagi pemerintah dan berbagai pihak terkait.

Inflasi yang terjadi secara berkelanjutan Dalam beberapa tahun terakhir, hal ini berdampak signifikan terhadap kemampuan beli masyarakat. Dampak Kenaikan harga barang dan jasa secara konsisten menyebabkan penurunan kemampuan konsumsi masyarakat, tidak hanya pada kebutuhan pokok, tetapi juga pada barang-barang tersier, termasuk emas. Meskipun emas bukan merupakan kebutuhan primer, dalam konteks perekonomian modern, emas memiliki peran strategis sebagai Instrumen investasi yang berperan sebagai alat lindung nilai .terhadap penurunan nilai mata uang akibat inflasi. Pergerakan harga emas umumnya sejalan dengan tingkat inflasi. Ketika inflasi mengalami kenaikan yang signifikan, harga emas cenderung meningkat tajam. Sebaliknya, saat Deflasi menurun, harga emas pun akan ikut menurun.



**Gambar 1 Grafik Harga Emas Per Gram Periode 2020–2025**

Sumber: Harga-Emas.org, 2025

Berdasarkan grafik tersebut, terlihat bahwa harga emas secara umum mengalami tren peningkatan selama kurun waktu 2020 hingga 2025. Kondisi ini mencerminkan meningkatnya

kesadaran masyarakat untuk menjadikan emas sebagai salah satu instrumen investasi. Selain itu emas batangan juga memiliki nilai jual yang tinggi, sehingga banyak institusi keuangan, termasuk perbankan, bersedia menerima jaminan seperti emas batangan sebagai Agunan dalam transaksi pembiayaan yang dilakukan oleh nasabah.

Sebagai institusi yang beroperasi dalam sektor layanan keuangan, PT Pegadaian Cabang Kreo memiliki peran strategis Promosi Dalam mendukung penguatan ekonomi masyarakat, khususnya bagi para pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di sekitar Cabang Kreo. Dengan jaringan kantor cabang dan unit yang luas dan layanan berbasis teknologi, perusahaan ini terus meningkatkan kualitas pelayanan guna memberikan nilai tambah bagi para nasabahnya strategi Promosi juga memegang peranan penting dalam membentuk minat dan kepercayaan masyarakat terhadap produk investasi emas. Strategi Promosi yang tepat, dengan adanya edukasi, dan kemudahan layanan digital, dapat meningkatkan literasi keuangan serta mendorong partisipasi masyarakat dalam berinvestasi.

Investasi adalah proses mengalokasikan atau menyimpan dana selama periode tertentu dengan harapan dana tersebut akan memberikan keuntungan atau meningkatkan nilai aset yang diinvestasikan.(Anggraini, 2023), Salah satu jenis investasi yang paling banyak diminati masyarakat adalah emas. karena dinilai aman dan kecenderungan stabil dalam jangka panjang. Namun, minat masyarakat terhadap investasi emas tidak selalu konstan, melainkan dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti strategi promosi yang dilakukan oleh perusahaan penyedia layanan investasi serta Volatilitas harga emas itu sendiri. Volatilitas harga emas mengacu pada perubahan nilai Transaksi jual dan beli emas batangan sebagai komoditas. Fluktuasi harga emas yang dipengaruhi oleh kondisi ekonomi global maupun nasional seringkali membuat masyarakat ragu untuk berinvestasi Emas. Oleh karena itu, penting untuk menganalisis sejauh mana pengaruh fluktuasi harga emas dan strategi Promosi terhadap minat nasabah berinvestasi pada produk emas di PT Pegadaian cabang kre.

## **KAJIAN TEORITIS**

### **FLUKTUASI HARGA EMAS**

Fluktuasi menggambarkan kondisi perubahan atau ketidakstabilan, seperti naik turunnya harga barang, yang dipengaruhi mekanisme penawaran dan permintaan pasar. Fenomena ini

umumnya terlihat melalui diagram atau tabel. Menurut (Sodik, 2018), fluktuasi harga adalah perubahan tingkat harga yang dapat dipicu oleh berbagai faktor, seperti pergeseran harga barang dan jasa, nilai tukar mata uang, maupun suku bunga.

### **INDIKATOR HARGA EMAS**

Menurut (Sodik, 2018), fluktuasi harga emas dapat dipantau melalui beberapa indikator utama:

1. Kenaikan Harga – Terjadi ketika nilai emas melonjak akibat peningkatan permintaan atau faktor ekonomi tertentu.
2. Penurunan Harga – Ditandai dengan turunnya nilai emas karena melemahnya permintaan atau perubahan nilai tukar mata uang.
3. Harga Stabil – Menunjukkan kondisi pasar yang seimbang, di mana harga emas tidak banyak berubah dalam periode tertentu.
4. Dampak Berita/Isu Global – Peristiwa internasional, seperti krisis keuangan, kebijakan ekonomi, atau ketegangan politik, dapat memicu pergerakan harga emas secara signifikan.

### **STRATEGI PROMOSI**

Promosi merupakan upaya komunikasi untuk menyampaikan manfaat produk atau layanan sekaligus membujuk konsumen agar tertarik melakukan pembelian. Dalam sektor perbankan, promosi berperan penting dalam meningkatkan penjualan, menumbuhkan kepercayaan, dan menarik minat nasabah. Salah satu strategi yang dinilai efektif adalah penjualan langsung (personal selling), karena memungkinkan interaksi tatap muka yang memberi penjelasan lebih mendalam dan meningkatkan keyakinan nasabah terhadap produk (Adam, 2022)

### **INDIKATOR STRATEGI PROMOSI**

Menurut Kotler dan Keller dalam (Putra & Hermanto, 2022), bauran promosi terdiri dari beberapa indikator utama, yaitu:

1. Periklanan (*Advertising*): Penyampaian informasi melalui berbagai media massa, termasuk cetak, siaran, brosur, telepon, dan internet.
2. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*): Strategi jangka pendek yang bertujuan untuk mendorong konsumen mencoba atau membeli produk, seperti diskon, kupon, hadiah, pameran, dan presentasi.

3. Hubungan Masyarakat (*Public Relations*): Kegiatan yang bertujuan untuk membangun citra positif perusahaan dan menangani isu-isu negatif melalui seminar, sponsorship, atau media internal perusahaan.
4. Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*): Komunikasi langsung dengan konsumen melalui surat, telepon, email, atau internet untuk mendapatkan respon yang spesifik.

## **MINAT NASABAH BERINVESTASI**

Menurut (Ellis Indriani, 2022) Minat nasabah merupakan sikap atau pandangan individu terhadap suatu produk yang mencerminkan kecenderungan memilih barang, jasa, atau merek tertentu. Minat berfungsi sebagai motivasi yang mendorong seseorang bertindak secara sukarela untuk mencapai hal yang dianggap bermanfaat dan memberi kepuasan. Sebaliknya, ketika kepuasan menurun, minat pun cenderung berkurang

## **INDIKATOR MINAT NASABAH BERINVESTASI**

Minat Nasabah merupakan faktor penting yang mendorong keinginan untuk membeli emas (Art et al., 2023). Minat investasi emas sendiri dipengaruhi oleh beberapa indikator utama:

1. Keinginan Berinvestasi Emas  
Masyarakat cenderung memilih emas karena dianggap aset stabil dan mampu melindungi nilai saat inflasi. Pandangan emas sebagai *safe haven*, disertai tingkat pengetahuan investasi, pendapatan, dan latar belakang pendidikan, turut membentuk minat investasi
2. Kesiapan Finansial  
Kemampuan mengelola keuangan dan literasi finansial yang baik membuat individu lebih rasional dalam mengalokasikan dana untuk investasi, termasuk emas. Pemahaman investasi terbukti berpengaruh signifikan terhadap keputusan berinvestasi
3. Pengetahuan Investasi Emas  
Wawasan mengenai karakteristik, potensi keuntungan, dan risiko emas penting untuk mendorong partisipasi investasi. Program literasi dan edukasi menjadi langkah strategis, terutama bagi generasi muda
4. Kesiapan Pengambilan Keputusan

Faktor psikologis seperti kepercayaan diri, pengalaman, dan persepsi risiko memengaruhi kesiapan berinvestasi. Bias perilaku seperti *overconfidence* dan *representativeness* juga dapat memengaruhi keputusan investasi emas

## **METODE PENELITIAN**

Peneliti melakukan penelitian di PT. Pegadaian Cabang Kreo Kota Tangerang dengan sampel sebanyak 107 responden didalam penelitian ini berdasarkan perhitungan yang dilakukan menggunakan teknik simpel random sampling dengan rumus slovin hasil yang didapatkan sebanyak 85 responden yang diberikan kepada 85 responden konsumen PT. Pegadaian Cabang Kreo dengan waktu penyebaran kuesioner selama satu bulan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, Dengan analisis yang digunakan berupa uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji hipotesis yaitu uji t, uji f dan koefisien determinasi menggunakan *Statistical Package for the Social Sciences* versi 25

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Uji Validitas**

Menurut (Nurhasanah, 2023) menjelaskan bahwa uji validitas adalah pengujian terhadap alat ukur untuk menentukan apakah alat tersebut sesuai dan mampu mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji validitas dilakukan untuk memastikan apakah data yang diperoleh setelah penelitian adalah data yang *valid* atau tidak. Validitas diuji menggunakan korelasi Pearson dengan dua kriteria: jika nilai  $r$  hitung  $\geq r$  tabel atau nilai signifikansi  $\leq 0,05$ , maka item pertanyaan dinyatakan valid. Sebaliknya, jika  $r$  hitung  $\leq r$  tabel atau nilai signifikansi  $\geq 0,05$ , maka item dianggap tidak valid.

Tabel 1. Uji Validitas

<b>Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>r hitung</b>	<b>r tabel</b>	<b>Keterangan</b>
Fluktuasi Harga Emas	X1.1	.534	0,2146	Valid
	X1.2	.654	0,2146	Valid
	X1.3	.475	0,2146	Valid
	X1.4	.295	0,2146	Valid
	X1.5	.286	0,2146	Valid
	X1.6	.597	0,2146	Valid

**Judul Artikel:** Pengaruh Fluktuasi Harga Emas dan Strategi Promosi Terhadap Minat Nasabah Berinvestasi Emas di PT.Pegadaian Cabang Kreo

	X1.7	.559	0,2146	Valid
	X1.8	.642	0,2146	Valid
	X1.9	.673	0,2146	Valid
	X1.10	.651	0,2146	Valid
Strategi Promosi	X2.1	.807	0,2146	Valid
	X2.2	.752	0,2146	Valid
	X2.3	.790	0,2146	Valid
	X2.4	.788	0,2146	Valid
	X2.5	.747	0,2146	Valid
	X2.6	.800	0,2146	Valid
	X2.7	.786	0,2146	Valid
	X2.8	.836	0,2146	Valid
	X2.9	.747	0,2146	Valid
	X2.10	.674	0,2146	Valid
Minat Nasabah Berinvestasi	Y.1	.697	0,2146	Valid
	Y.2	.636	0,2146	Valid
	Y.3	.752	0,2146	Valid
	Y.4	.759	0,2146	Valid
	Y.5	.626	0,2146	Valid
	Y.6	.679	0,2146	Valid
	Y.7	.815	0,2146	Valid
	Y.8	.760	0,2146	Valid
	Y.9	.728	0,2146	Valid
	Y.10	.678	0,2146	Valid

Berdasarkan tabel diatas hasil uji validitas menunjukkan bahwa variabel Fluktuasi Harga emas,Strategi Promosi,Minat Nasabah Berinvestasi Memiliki r hitung diatas r tabel.sehingga seluruh instrumen dapat dinyatakan valid dan layak untuk pengumpulan data penelitian.

### Uji Reliabilitas

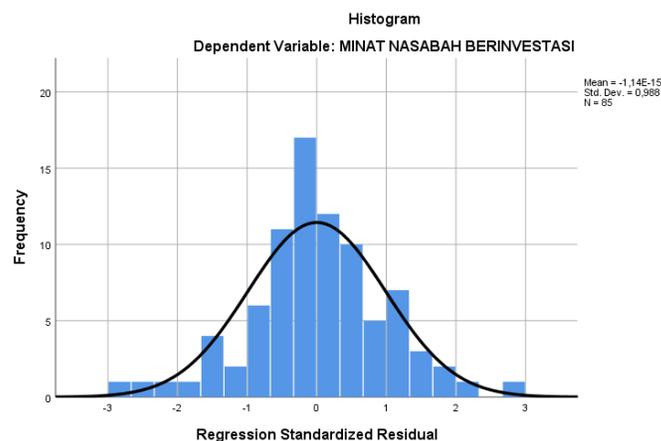
Uji reliabilitas digunakan untuk menilai sejauh mana kuesioner dapat diandalkan sebagai alat ukur variabel penelitian. Pengujian ini menekankan konsistensi dan stabilitas jawaban responden. Metode yang umum dipakai adalah Cronbach's alpha, yang dilakukan setelah uji validitas. Kuesioner dinyatakan reliabel bila nilai alpha  $\geq 0,60$ , sedangkan nilai di bawah angka tersebut menunjukkan reliabilitas yang kurang baik.

Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Reliabilitas	Keterangan
Fluktuasi Harga Emas (X1)	0,752	0,60	Reliabel
Strategi Promosi (X2)	0,924	0,60	Reliabel
Minat Nasabah Berinvestasi (Y)	0,892	0,60	Reliabel

Berdasarkan Tabel di atas, kita dapat mengetahui bahwa semua variabel Fluktuasi Harga Emas (X1), Strategi Promosi (X2), dan Minat Nasabah Berinvestasi (Y), telah menunjukkan konsisten atau reliabel. Semua item yang memiliki nilai alpha Cronbach lebih dari 0,6 telah dinyatakan reliabel dan layak digunakan untuk mengukur variabel secara konsisten.

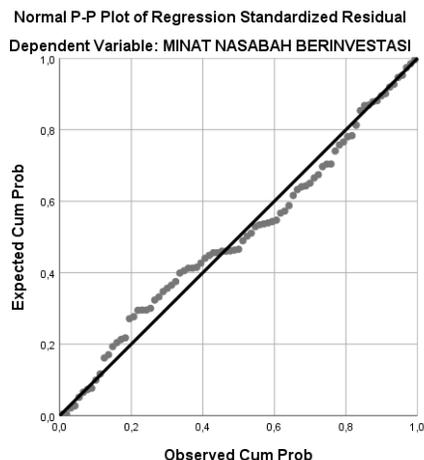
### Uji Normalitas

Uji normalitas adalah metode statistik untuk menilai apakah data variabel independen dan dependen dalam model regresi berdistribusi normal. Model dianggap layak bila data memenuhi atau mendekati distribusi normal. Jika distribusi tidak normal, akurasi dan validitas hasil uji statistik dapat menurun (Efita, 2023)



**Gambar 2 Uji Normalitas Grafik Histogram**

Berdasarkan Gambar 2 hasil uji normalitas grafik histogram dapat diketahui bahwa grafik histogram tidak menceng ke kanan maupun ke kiri tetapi tepat berada di tengah dan membentuk seperti gunung, yang artinya seluruh pernyataan kuesioner pada penelitian ini dinyatakan berdistribusi normal



**Gambar 3 Uji Normalitas Grafik Normal P-P Plot**

Berdasarkan Gambar 3 data menunjukkan pola berbentuk lonceng yang mengikuti garis, sehingga dapat disimpulkan berdistribusi normal. Hal ini juga didukung oleh Gambar P-P Plot di mana titik-titik tersebar merata mengikuti garis diagonal, yang menandakan bahwa data mengikuti distribusi normal.

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		85
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,42735201
Most Extreme Differences	Absolute	,081
	Positive	,064
	Negative	-,081
Test Statistic		,081
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

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

**Gambar 4 Uji Kolmogorov Smirnov**

Berdasarkan hasil uji normalitas pada Gambar 4 didapat nilai signifikansi 0,200 lebih besar dari  $\geq 0,05$ . Dapat disimpulkan bahwa nilai residual terdistribusi normal sesuai dengan ketentuan dalam uji normalitas yaitu apabila nilai signifikansi  $\geq 0,05$  maka residual dikatakan normal atau batas wajar, dan sebaliknya apabila nilai signifikansi  $\leq 0,05$  maka residual dikatakan tidak normal.

### Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengevaluasi apakah model regresi menunjukkan korelasi bebas (*independent*). Adanya multikolinearitas dapat dilihat pada VIF (*Variance Inflation Factor*). Faktor inflasi atau nilai toleransi, adanya multikolinearitas dapat dideteksi dengan skor  $VIF \leq 10,00$  atau sebaliknya, jika melihat nilai toleransi bisa dibilang  $\geq$ . Tidak ada multikolinearitas atau hubungan antar variabel independen dapat ditoleransi, jadi tidak demikian mempengaruhi hasil regresi

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1							
	(Constant)	-5,094	3,484		-1,462	,148	
	FLUKTUASI HARGA EMAS	,448	,098	,316	4,580	,000	,735
	STRATEGI PROMOSI	,680	,073	,638	9,248	,000	,735

a. Dependent Variable: MINAT NASABAH BERINVESTASI

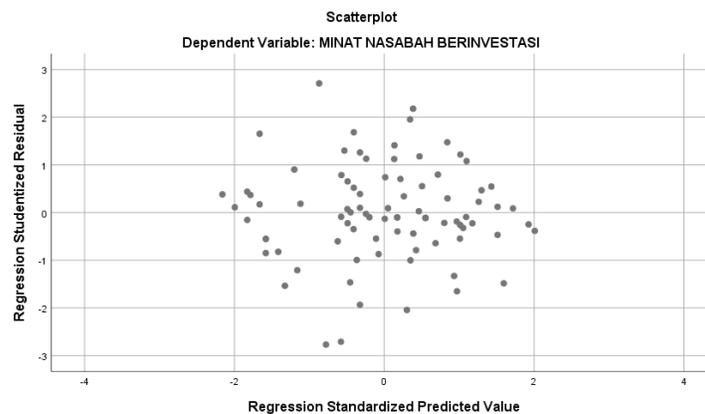
**Gambar 5 Uji Multikolinearitas**

Hasil uji multikolinearitas pada Gambar IV.5 menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai toleransi di atas 0,10, yaitu Fluktuasi Harga Emas (X1) dan Strategi Promosi (X2) masing-masing sebesar 0,735. Nilai VIF keduanya juga hanya 1,360, jauh di bawah batas 10,00. Dengan demikian, dapat disimpulkan tidak terdapat masalah multikolinearitas antara variabel Fluktuasi Harga Emas dan Strategi Promosi.

### Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas merupakan tahapan uji asumsi klasik yang bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan *varians* (variasi) dan *residual* observasi satu terhadap observasi yang lain pasti, disebut juga homoskedastisitas apabila tidak sama disebut juga dengan heteroskedastisitas. Hasil pengujian heteroskedastisitas juga dapat dilakukan dengan analisis

menggunakan grafik Scatterplot. Grafik ini, yang sering disebut sebagai grafik sebar, memanfaatkan titik-titik untuk menggambarkan nilai dari dua variabel yang berbeda.



**Gambar 6 Uji Heteroskedastisitas grafik Scatterplot**

Berdasarkan pada gambar IV.6 hasil grafik Scatterplot, dapat disimpulkan bahwa titik – titik yang menyebar serta di bawah. Sementara itu titik-titik yang berada sedikit membentuk suatu pola tertentu. Hal ini dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak terjadi adanya heteroskedastistas.

### Uji Analisis Regresi Berganda

Menurut (Priyanto, 2022) Analisis Regresi Berganda bertujuan menilai arah pengaruh (positif atau negatif), besarnya pengaruh setiap variabel, serta memprediksi nilai variabel dependen berdasarkan variabel independen. Regresi linier berganda digunakan ketika terdapat dua atau lebih variabel bebas.dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1x_1 + b_2x_2 + e$$

Keterangan : Y = Variabel dependen ,A = Konstanta ,b1:b2 = Koefisien regresi x1: x2 =variabel independen ,e = Error, variable.

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-5,094	3,484		-1,462	,148
	FLUKTUASI HARGA EMAS	,448	,098	,316	4,580	,000
	STRATEGI PROMOSI	,680	,073	,638	9,248	,000

a. Dependent Variable: MINAT NASABAH BERINVESTASI

**Gambar 7 Uji Analisis Regresi Berganda**

**Minat Nasabah Berinvestasi = -5,094 + 0,448(Fluktuasi Harga emas) + 0,680 (Strategi Promosi) +e**

Disimpulkan :

- Konstanta -5,094 Nilai konstanta negatif yang menunjukkan bahwa ketika variabel Fluktuasi Harga Emas dan Strategi Promosi bernilai nol, minat nasabah berinvestasi diprediksi tetap sebesar -5,094.
- Fluktuasi Harga Emas (X1) dengan nilai Koefisien 0,448 menandakan pengaruh positif. Setiap kenaikan satu satuan pada fluktuasi harga emas meningkatkan minat investasi nasabah sebesar 44,8%.
- Strategi Promosi (X2) dengan nilai Koefisien 0,680 juga menunjukkan pengaruh positif. Peningkatan satu satuan strategi promosi diperkirakan menaikkan minat investasi nasabah sebesar 68%.

## Uji t

Uji t digunakan untuk menilai pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dengan tingkat signifikansi 0,05 melalui aplikasi SPSS. Pengujian dilakukan dengan membandingkan t hitung dan t tabel. Jika nilai t hitung lebih besar dari t tabel atau nilai signifikansi < 0,05, maka hipotesis diterima, yang berarti variabel independen berpengaruh signifikan secara individual.

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-5,094	3,484		-1,462	,148
	FLUKTUASI HARGA EMAS	,448	,098	,316	4,580	,000
	STRATEGI PROMOSI	,680	,073	,638	9,248	,000

a. Dependent Variable: MINAT NASABAH BERINVESTASI

## Gambar 8 Uji t

Berdasarkan pada Gambar IV.8, ditemukan bahwa nilai signifikansi (Sig) untuk Fluktuasi Harga Emas (X1) terhadap Minat Nasabah Berinvestasi Emas (Y) adalah 0,000, yang lebih rendah dari ambang signifikansi 0,05, selain itu T-hitung sebesar 4,580 juga melebihi nilai kritis Ttabel yang ditetapkan sebesar 1.989. Dengan demikian hipotesis statistiknya dapat dirumuskan menjadi

(Ha) diterima dan (H0) ditolak yang berarti terdapat pengaruh Fluktuasi Harga Emas (X1) terhadap Minat Nasabah Berinvestasi Emas (Y). Sehingga dapat disimpulkan bahwa uji ini menunjukkan adanya hubungan yang *signifikan*

## Uji f

Uji f adalah metode statistik untuk menilai apakah seluruh variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai Fhitung dan Ftabel pada tingkat signifikansi 5%, dengan derajat kebebasan (df) = (n – k – 1), di mana *n* adalah jumlah responden dan *k* jumlah variabel (Louise, 2022).

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2455,862	2	1227,931	102,045	,000 <sup>b</sup>
	Residual	986,726	82	12,033		
	Total	3442,588	84			

a. Dependent Variable: MINAT NASABAH BERINVESTASI

b. Predictors: (Constant), STRATEGI PROMOSI, FLUKTUASI HARGA EMAS

## Gambar 9 Uji f

uji statistik f diperoleh nilai f sebesar 102,045. Dilihat dari ftabel 3,11 sehingga dapat dijelaskan bahwa  $f\text{-hitung} \geq f\text{-tabel}$  atau nilai  $f\text{-hitung } 102,045 \geq f\text{-tabel } 3,11$  dan hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai signifikansi yang diperoleh 0,000 dengan demikian hipotesis statistiknya dapat dirumuskan menjadi (Ha1) dan (Ha2) diterima (H0) ditolak yang menunjukkan bahwa baik faktor Fluktuasi harga emas (X1) maupun aspek Strategi Promosi (X2) berkontribusi secara bersama sama dalam mempengaruhi Minat nasabah Berinvestasi (Y).

## Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) adalah alat statistik yang digunakan untuk memperkirakan sejauh mana variabel *independent* mempengaruhi variabel *dependent* dan kemudian dimasukkan dalam bentuk *presentase* (%).

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,845 <sup>a</sup>	,713	,706	3,469

a. Predictors: (Constant), STRATEGI PROMOSI, FLUKTUASI HARGA EMAS

b. Dependent Variable: MINAT NASABAH BERINVESTASI

**Gambar 10 Uji Koefisien Determinasi**

Berdasarkan gambar IV.10 bahwa nilai koefisien (R<sup>2</sup>) adalah 0,713 dapat dilihat bahwa penelitian ini sudah memadai karena sudah mendekati 1. Hal ini bahwa terdapat hubungan yang kuat dan searah. Persentase pengaruh variabel independen yang telah ditunjukkan dalam uji koefisiensi determinasi (R<sup>2</sup>) sebesar 0,679. Hal ini menunjukkan variabel dependen Minat Investasi (Y) dipengaruhi oleh variabel independen harga Fluktuasi Harga Emas (X1) dan variabel Strategi Promosi (X2) sebesar 71,3% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis data, kesimpulan penelitian dapat di rangkum sebagai berikut :

1. Fluktuasi Harga Emas berpengaruh signifikan dengan menunjukkan nilai signifikansi  $0,000 \leq 0,05$  dan  $t\text{-hitung } 4,580 \geq t\text{-tabel } 1,989$ . Artinya, Fluktuasi Harga Emas berpengaruh signifikan terhadap Minat Nasabah Berinvestasi di PT Pegadaian Cabang Kreo.
2. Strategi Promosi berpengaruh signifikan dengan Nilai signifikansi  $0,000 \leq 0,05$  dan  $t\text{-hitung } 9,248 \geq t\text{-tabel } 1,989$  menegaskan bahwa Strategi Promosi juga berpengaruh signifikan terhadap Minat Nasabah Berinvestasi.
3. Hasil dari uji Koefisiensi Determinasi R<sup>2</sup> nilai R Square 0,713 atau 71,3% % yang artinya bahwa Fluktuasi harga Emas (X1) dan Strategi Promosi (X2) berpengaruh terhadap Minat Nasabah Berinvestasi (Y) di PT. Pegadaian Cabang Kreo.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Adam, M. (2022). Pengaruh Promosi, Kepercayaan dan Harga Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji Di PT. Bank Muamalat. *Journal of Comprehensive Islamic Studies*, 1(1), 107–132. <http://doi.org/10.0.220.116/jocis.v1i1.97>

**Judul Artikel:** *Pengaruh Fluktuasi Harga Emas dan Strategi Promosi Terhadap Minat Nasabah Berinvestasi Emas di PT.Pegadaian Cabang Kreo*

- Angraini, D. (2023). Pengaruh Fluktuasi Harga Emas dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Pada Cicil Emas di Bank Syariah Indonesia KCP Siporok. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan*.
- Art, L. H., Fauziah, F., & Lutfi, A. (2023). Pengaruh Fluktuasi Harga Emas Dan Strategi Promosi Penjualan Terhadap Minat Nasabah. *El-Kahfi| Journal of Islamic Economics*, 4(02), 351–360.
- Efita, W. (2023). PENGARUH PROFITABILITAS DAN STRUKTUR AKTIVA TERHADAP STRUKTUR MODAL PADA INDUSTRI SUSU OLAHAN DAN MAKANAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2019-2021. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 8, 24–30.
- Ellis Indriani. (2022). "PENGARUH STRATEGI PEMASARAN DAN HARGA EMAS TERHADAP MINAT MASYARAKAT DALAM MENGGUNAKAN PRODUK TABUNGAN EMAS (Studi Kasus di Pegadaian Syariah dan BSI di Yogyakarta).
- Nurhasanah, S. (2023). Statiska Pendidikan : Teori, Aplikasi, dan Kasus. Jakarta: Humanika, Salemba. In *Statiska Pendidikan : Teori, Aplikasi, dan Kasus. Jakarta: Humanika, Salemba*.
- Priyanto, D. (2022). *Olah Data Sendiri Analisis Regresi Linear dengan spss & Analisis regresi data panel dengan eviws*.
- Putra, B. D., & Hermanto, K. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah (Studi Kasus PT. Bank NTB Syariah KCP Lunyuk). *Journal Of Innovation Research and Knowledge*, 1(9), 1003–1014.
- Sodik, M. (2018). Pengaruh Fluktasi Harga Emas Terhadap Minat Bertransaksi Nasabah Pegadaian Syariah. *Skripsi*, h.763-773.