

**PENGARUH PROMOSI, HARGA, DAN PRODUK PT PEGADAIAN SYARIAH
TERHADAP KEPUTUSAN MENJADI NASABAH TABUNGAN EMAS
PADA MASA PANDEMI COVID-19**

Ahmad Ali Sopian

Ekonomi Syariah, STIES Indonesia Purwakarta
aalsopian24@gmail.com

ABSTRACT

The 2019 Corona Virus pandemic or better known as Covid-19 which began at the end of December caused problems in various economic sectors, including in Purwakarta Regency. However, there is a positive trend for precious metal investment through gold savings at PT Pegadaian Syariah Purwakarta which recorded an increase of 17.5 percent from the previous year. The purpose of this study was to analyze the magnitude of the promotion, price and product variables on the decision to become a gold savings customer. The study was conducted by quantitative descriptive method with a total sample of 92 people calculated using the Slovin formula with an error threshold of 10%. Based on the test results, the R squared value for the promotion variable is 0.534, the price variable is 0.457, and the product variable is 0.561. Thus, it is stated that the promotion has a significant effect of 53.4 percent, the price variable has an effect of 45.7%, and the product has an influence of 56.1%. The value of R Square for the three variables is 0.634, which means that the effect of X simultaneously is 63.4 percent. While the remaining 36.6 percent is caused by other variables that are not analyzed.

Keywords: *Saving Decision, Gold, Product, Price, Promotion.*

ABSTRAK

Pandemi Virus Corona 2019 atau yang lebih dikenal dengan Covid-19 yang dimulai pada akhir Desember menimbulkan permasalahan di berbagai sektor ekonomi, termasuk di Kabupaten Purwakarta. Meski demikian, terdapat tren positif untuk investasi logam mulia melalui tabungan emas di PT Pegadaian Syariah Purwakarta yang tercatat meningkat 17,5 persen dari tahun sebelumnya. Penelitian dilakukan dengan metode deskriptif kuantitatif dengan jumlah sampel penelitian 92 orang yang dihitung menggunakan rumus slovin dengan ambang batas kesalahan 10%. Berdasarkan hasil uji diperoleh nilai R squared untuk variabel promosi sebesar 0,534, variabel harga sebesar 0,457, dan variabel produk sebesar 0,561. Dengan demikian, dinyatakan bahwa promosi memiliki pengaruh yang signifikan sebesar 53,4 persen, variabel harga berpengaruh sebesar 45,7%, dan produk memiliki pengaruh sebesar 56,1%. Adapun nilai R Square untuk ketiga variabel tersebut adalah sebesar 0,634 yang berarti pengaruh X secara simultan adalah 63,4 persen. Sedangkan sisanya 36,6 persen disebabkan oleh variabel lain yang tidak dianalisis.

Kata Kunci: *Keputusan Menabung, Emas, Produk, Harga, Promosi*

PENDAHULUAN

Setelah akhir Desember 2019, pandemi COVID menyebabkan ekonomi dunia runtuh, dengan hampir semua sektor mengalami masalah serupa. Menurut para ekonom, proses untuk memulai kembali Ekonomi Lintas Dinilai sangat sulit dan tidak efektif (M. Richard 2021).

Dengan luas wilayah 971,72 KM2 atau sekitar 2,81 persen dari luas Provinsi Jawa Barat, Purwakarta merupakan salah kabupaten di Provinsi Jawa Barat. Pada tahun 2020, dilaporkan bahwa 114 bisnis di Purwakarta yang mempekerjakan sebagian besar pekerja mengalami penurunan yang signifikan karena adanya pandemi COVID-19 (Dodi Mulyadi 2020). Berikut adalah beberapa statistik tentang bisnis yang mempekerjakan pekerja paling banyak di Purwakarta.

Tabel 1.1
Industry Manufactue Bisnis

NO	Kecamatan Wilayah	2020 Industry Manufacturing Capacity, Sedang/Besar
1	Babakancikao	12
2	Bungursari	84
3	Campaka	28
4	Cibatu	30
5	Jatiluhur	17
6	Pasawahan	1
7	Plered	2
8	Purwakarta	6
9	Sukatani	15
10	Tegalwaru	3

NO	Kecamatan Wilayah	2020 Industry Manufacturing Capacity, Sedang/Besar
Jumlah Total		114

Menurut data Dinas Tenaga Kerja dan Transmigrasi Kabupaten Purwakarta, ada sekitar 23.288 orang kehilangan pekerjaan dan sekitar 3.415 orang kehilangan pekerjaan tetap di sektor industri akibat pandemi Covid-19. Jumlah ini mewakili 47,55 persen dari seluruh penduduk Purwakarta yang bekerja sebagai karyawan. (Hilmi Abdul Halim 2020).

Meski demikian, ada satu sektor ekonomi di Purwakarta yang teridentifikasi tidak terpengaruh dengan adanya atau akibat pandemi COVID-19. sektor ekonomi tersebut adalah investasi logam mulia yang semakin menggeliat atau menjadi primadona. Menurut Stephanus Paulus Lumintin, departemen menurun dan terkadang ditutup. Sementara itu, investasi di sektor emas meningkat signifikan selama pandemi COVID-19. (Angga Bratadharma 2020).

Selama 10 tahun terakhir, Nasabah Tabungan Emas PT Pegadaian Syariah Purwakarta mengalami peningkatan. PT Pegadaian Syariah Purwakarta melaporkan bahwa pandemi COVID-19 akan terjadi setiap tahun hingga akhir tahun 2020, meningkat sekitar 17,5 persen dari puncak tahun sebelumnya. Nampaknya untuk tahun 2019, total nasabah PT Pegadaian

Syariah Purwakarta hanya mengalami penurunan sekitar 7% (Yoan Irawan 2021).

Berikut adalah diagram unit PT Pega-daian Syariah yang menunjukkan keniakan nasabah tabungan emas Purwakarta dari tahun 2010 sampai dengan 2020.

Diagram 1.2

Pertumbuhan Nasabah Tabungan Emas



Menurut data tersebut di atas, dari 2010 hingga 2019 pertumbuhan rata-rata nasabah mencapai 6 persen, dan dari 2020 hingga 2021 pertumbuhan naik mencapai titik tertinggi sepanjang masa sebesar 17 persen. (Sulastri 2021).

Seperti terlihat pada data di bawah ini, secara cepat dan mudah untuk memahami fluktuasi harga emas dengan membaca histori perbandingan harga emas dari awal Januari 2020 hingga akhir Desember 2020. Harga emas diketahui terus naik dari awal Januari hingga Desember 2020. Harga tertinggi di tahun 2020 adalah Rp 1.017.000,- (Purnama 2021).

Diagram 1.3

Pertumbuhan Harga Emas Tahun 2020



Menurut data yang ditampilkan tersebut harga emas mencapai harga tertinggi ditahun tersebut, pada tahun yang sama minat masyarakat Purwakarta untuk memiliki emas dengan sistem tabungan juga tercatat menunjukkan adanya peningkatan.

Berdasarkan pada teori diatas, terdapat fenomena menarik dimana pada tahun 2020 harga logam mulia emas berada pada harga tertinggi yakni dua kali lipat dari harga pada tahun 2015. Dengan kondisi harga emas tersebut secara teori *Supply and Demand* konsumen seharusnya tidak memutuskan untuk memiliki logam mulia sehingga peminat menurun (Kotler, Philip dan Armstrong 2012). Dimana harga emas pada tahun 2020 berada pada harga tertinggi, akan tetapi jumlah pembelian logam mulia emas dengan mekanisme tabungan justru mengalami peningkatan dibanding tahun sebelumnya.

Metodologi

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif melalui pende-

katan kuantitatif dimana proses pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara dan kuesioner. Menurut Arikunto penelitian deskriptif merupakan penelitian yang dimaksudkan untuk menyelidiki keadaan, kondisi atau hal lain-lain yang sudah disebutkan, yang hasilnya dipaparkan dalam bentuk laporan penelitian (Arikunto 2019). Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah nasabah tabungan emas PT Pegadaian Syariah Purwakarta pada tahun 2010 sampai dengan tahun 2020 yang tercatat sejumlah 1132 nasabah. Penentuan sampel dilakukan melalui *system random sampling* yang dihitung menggunakan rumus slovin dengan tingkat kesalahan 10%. Menurut Sugiyono teknik simple random sampling adalah teknik pengambilan sampel dari anggota populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi (Sugiyono 2017). Penentuan tingkat error tolerance 10% yang jika dihitung adalah sebagai berikut;

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

Diketahui N adalah sebanyak = 1132

$$n = \frac{1132}{1 + (1132 \cdot 0,1^2)}$$

$$n = \frac{1132}{1 + (1132 \cdot 0,01)}$$

$$n = \frac{1132}{1 + 11,32}$$

$$n = \frac{1132}{12,32}$$

$$n = 91,88$$

$$n = 92 \text{ (dibulatkan)}$$

Dengan demikian sample yang digunakan adalah sebanyak 92 orang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Dasar Pengambilan keputusan pada uji validitas berdasarkan nilai r hitung dan r tabel menurut sugiyono adalah jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ berarti valid, sebaliknya jika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ berarti tidak valid (Sugiyono 2017). Diketahui bahwa nilai r tabel pada penelitian ini adalah 0.1726, maka perbandingan dari nilai r hitung dengan r table untuk variable x adalah sebagai berikut :

Variabel Promosi (X₁)

Diketahui nilai r hitung terkecil pada X₁ adalah 0.376 sampai dengan 0.653, hal ini menunjukkan bahwa nilai r hitung lebih besar dari r tabel dan dinyatakan valid. Adapun untuk hasil nilai Sig. (2-tailed) variable promosi adalah 0.000, lebih kecil dari 0,05. Sebagaimana dasar pengambilan keputusan bahwa Jika nilai sig. (2-tailed) < 0,05 dan *pearson correlation* bernilai positif, maka item soal angket tersebut dinyatakan valid. Dengan demikian variabel Promosi (X₁) adalah Valid.

Variabel Harga X₂

Hasil uji validitas pada variabel harga (X₂) menghasilkan nilai r hitung adalah

0.370 sampai dengan 0.538. Dengan demikian nilai r hitung lebih besar dari r table. Adapun nilai Sig. (2-tailed) variabel Harga (X_2) adalah 0.000, lebih kecil dari 0,05 maka item soal angket dinyatakan valid.

Variabel Produk X_3

Diketahui nilai r hitung untuk variabel Harga (X_3) angka terkecilnya adalah 0.321 sampai dengan 0.697 sehingga nilai r hitung yang dihasilkan lebih besar dari nilai r tabel. Sedangkan nilai sig. (2-tailed) yang dihasilkan adalah 0.000 dan 0.002 lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian nilai sig. (2-tailed) variable tersebut dinyatakan valid.

Variabel Keputusan Menjadi Nasabah

Hasil uji validitas pada variabel Y menghasilkan nilai r sebesar 0.378 - 0.592. oleh sebab itu, maka dapat dinyatakan bahwa nilai r hitung > r table. Adapun nilai Sig. (2-tailed) variable Y adalah 0.000 lebih kecil dari 0,05 yang menunjukkan bahwa variable Y tersebut dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Variabel Promosi (X_1)

Tabel berikut merupakan hasil dari uji reliabilitas variabel promosi (X_1).

Tabel 2.a

Reliability Statistics X_1

Cronbach's Alpha	N of Items
.735	12

Berdasarkan hasil uji realibilitas di atas,

diketahui nilai *Cronbach'Alpha* dari variabel promosi (X_1) adalah 0.735. Dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas menurut Wiratna Sujarweni bahwa jika nilai *Cronbach'a Alpa* > 0,60 maka kuesioner dinyatakan reliabel atau konsisten (Wiratna V Sujarweni 2015). Maka hasil uji Reliabilitas pada variabel promosi (X_1) adalah reliabel (konsisten) yang ditulis $0.735 > 0,60$.

Variabel Harga (X_2)

Berikut tabel tabel output reliability statistics dari variabel Harga (X_2).

Tabel 2.b

Reliability Statistics X_2

Cronbach's Alpha	N of Items
.687	11

Hasil uji realibilitas diatas diketahui bahwa nilai *Cronbach'Alpha* dari variabel harga (X_2) adalah 0.687. Dengan demikian maka nilai *Cronbach'Alpha* variabel harga (X_2) pada penelitian ini adalah konsisten (reliabel) yang dapat ditulis $0.735 > 0,60$.

Variabel Produk (X_3)

Tabel di bawah ini adalah hasil uji reliabilitas variabel produk (X_3)

Tabel 2.c

Reliability Statistics X_3

Cronbach's Alpha	N of Items
.718	12

Nilai *Cronbach'Alpha* pada *Reliability statistics* variabel produk (X_3) diatas adalah

0.718 menunjukkan nilai $0.718 > 0,60$ menunjukkan bahwa variabel produk (X_3) adalah konsisten (reliabel), $0.718 >$ dari 0.060.

Variabel Keputusan Menjadi Nasabah

Berikut ini *output reliability statistics* dari variabel keputusan menjadi nasabah.

Tabel 2.d
Reliability Statistics Y

Cronbach's Alpha	N of Items
.718	16

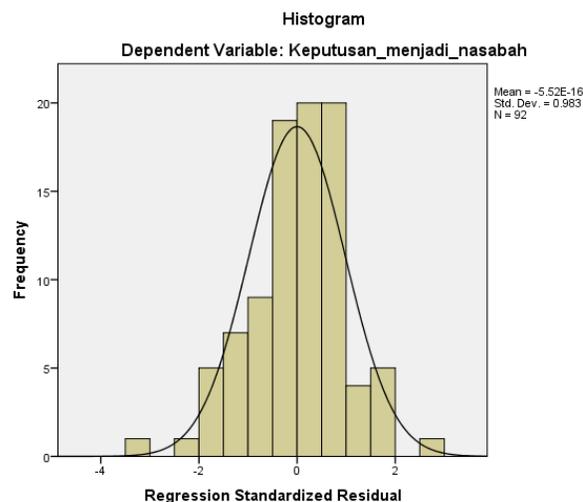
Pada tabel di atas, nilai *bach'Alpha* dari reliabel keputusan menjadi nasabah (Y) adalah 0.718 sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai *Cronbach'Alpha* dari variabel Y adalah sebesar $0.735 > 0,60$ dan dinyatakan reliabel atau konsisten.

Sedangkan Nilai *Cronbach's Alpha* dari *output reliability Statistics* di atas yakni sebesar 0,735 menurut dasar pengambilan keputusan yang disampaikan oleh Joko Widiyanto bahwa jika nilai Cronbach's Alpha $> r$ tabel maka kuesioner dinyatakan reliabel (Widiyanto 2010). Diketahui bahwa nilai r dengan tingkat signifikansi 0.1 adalah 0.1726, sehingga $0.735 > 0.1726$ dan dapat dinyatakan bahwa variable Y pada penelitian ini adalah reliabel.

Hasil Uji Normalitas

Berikut ini merupakan output dari hasil pengolahan data yang ditampilkan dalam bentuk grafik histogram dan grafik P-plot SPSS versi 20.

Gambar 3.a
Grafik Histogram Hasil Uji Normalitas



Adapun dasar pengambilan keputusan pada grafik histogram hasil dari uji normalitas diatas menurut sugiyono adalah sebagai berikut (Arikunto 2019):

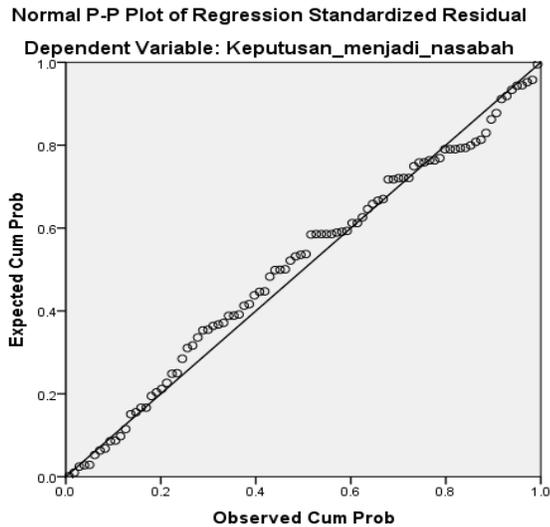
- Jika data menyebar berada disekitar serta sesuai dedngan bentuk grafik histogram, sehingga bias dinyatakan data tersebut memiliki distribusi yang normal.
- Jika data menyebar berada disekitar serta sesuai dedngan bentuk grafik histogram, sehingga bias dinyatakan data tersebut memiliki distribusi yang tidak normal.

Berdasarkan, grafik histogram diatas, maka dapat ditarik pemahaman bahwa data item-item terbaca menyebar disekitar dan mengikuti garis grafik histogram. Dengan demikian variable promosi, harga dan produk diartikan berdistribusi normal terhadap variable keputusan menjadi nasabah tabungan emas.

Berikut ini out put data hasil uji Normalitas dalam bentuk Diagram P-plot yang menunjukkan sebaran dari item-item variebel penelitian .

Gambar 3.b

P-P Plot Standar Residual regresi Normalitas



Dasar pengambilan keputusan pada hasil uji normalitas dengan P-Plot SPSS adalah sebagai berikut:

- a. Jika posisi titik dari data menyebar dan berada dekat dengan garis serta mengikuti garis diagonal, maka data tersebut berdistribusi normal.
- b. Jika posisi titik dari data menyebar dan berada menjauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti garis, maka dikatakan bahwa data tersebut tidak berdistribusi normal.

Dengan demikian maka data tersebut dinyatakan berdistribusi normal. Hal tersebut tentu disebabkan bahwa titik data yang dihasilkan diketahui menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal. Berikut ini hasil uji normalitas Kolmogorov-smirnov.

Tabel 3.c One-

Sample Nilai Residual Uji Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		92
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	2.76884306
Most Extreme Differences	Absolute	.075
	Positive	.063
	Negative	-.075
Kolmogorov-Smirnov Z		.719
Asymp. Sig. (2-tailed)		.680

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Berikut ini adalah elemen kunci dari uji normalitas K-S saat ini adalah sebagai berikut:

- a. Jika tingkat signifikansi (Sig.) lebih besar dari 0,05, maka sebaran data dari penelitian adalah normal.
- b. Jika tingkat signifikansi (Sig.) lebih kecil dari 0,05 maka data dari penelitian tidak akan berdistribusi normal.

Dengan memperhatikan nilai output dari hasil uji normalitas K-S pada tabel diatas, nilai signifikansi Asimp.Sig (2-tailed) sebesar 0,680 lebih besar dari 0,05.

Sehingga hasil uji normalitas K-S dinyatakan berdistribusi normal dan memenuhi persyaratan dalam model regresi.

Hasil Uji Regresi Linear Berganda Pada Variabel Promosi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah

Analisis regresi pada bahasan ini adalah untuk menguji pengaruh variabel promosi secara parsial terhadap keputusan menjadi nasabah tabungan emas PT Pegadaian Syariah Purwakarta dan menganalisis seberapa besar pengaruh variabel promosi.

Tabel 4.a
Hasil Uji t Parsial
Coefficients^a

Model	Unreliable Coefficients		Normative Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5.037	5.122		.983	.328
Promosi	.449	.136	.342	3.308	.001
Harga	.346	.179	.195	1.931	.057
Produk	.472	.168	.336	2.817	.006

a. Dependent Variable: Keputusan_menjadi_nasabah

Berdasarkan tabel coefficients diatas diketahui bahwa nilai Sig pada variabel Promosi (X_1) adalah 0.001. nilai Signifikansi ini menunjukkan nilai yang lebih kecil dari nilai yang ditetapkan pada dasar pengambilan keputusan yaitu 0.05, atau dapat dinyatakan $0,001 < 0.05$. Oleh karena itu, proses promosi PT Pegadaian Syariah Purwakarta memiliki

pengaruh terhadap variable Y, menurut nilai Sig.

Adapun nilai t hitung variabel promosi (X_1) sebagaimana yang ditunjukkan pada table diatas adalah 3.308 lebih besar dari nilai t table yakni 1.66235 yang menunjukkan variabel promosi memiliki pengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah berdasarkan

nilai t hitung. Dengan demikian baik secara nilai signifikansi maupun t hitung upaya promosi yang dilakukan PT Pegadaian Syariah Purwakarta mempengaruhi keputusan untuk menjadi nasabah tabungan emas. Adapun besarnya pengaruh tersebut dapat dilihat pada table berikut;

Tabel 4.b
Hasil Uji Regresi Koefisien
Determinasi Variabel Promosi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.731 ^a	.534	.529	3.13951

a. Predictors: (Constant), Promosi

b. Dependent Variable: keputusan_menjadi_nasabah

Berdasarkan tabel output model summary diatas, diketahui bahwa nilai koefisien determinasi (R Square) yang dihasil dari variabel promosi (X_1) adalah sebesar 0,534 atau sama dengan 53,4% yang menunjukkan arti bahwa variabel promosi (X_1) memiliki pengaruh secara parsial terhadap keputusan menjadi nasabah (Y) sebesar 53,4%. Dari hal tersebut dapat disimpulkan bahwa kegiatan promosi yang dilakukan oleh PT Pegadaian Syariah Purwakarta sangat efektif sebesar 53,4%.

Hasil Uji Regresi Linear Berganda pada Variabel Harga terhadap Keputusan Menjadi Nasabah

Analisis regresi pada pembahasan ini dimaksudkan untuk menganalisis variabel harga atau harga yang ditetapkan oleh PT Pegadaian Syariah Purwakarta memiliki pengaruh atau tidak secara parsial terhadap keputusan konsumen menjadi nasabah serta menganalisis seberapa besar pengaruh tersebut. Jika merujuk pada dasar pengambilan keputusan berdasarkan nilai Signifikansi (Sig.), diketahui bahwa hasil uji t melalui aplikasi SPSS versi 20 adalah 0.057 lebih besar dari nilai Signifikansi yang ditetapkan pada dasar pengamblan keputusan yaitu 0.05.

Sedangkn untuk hasil analisis dengan menggunakan dasar pengambilan keputusan pada nilai t hitung, diketahui nilai t hitung variabel harga (X_2) adalah 1.931. menunjukkan nilai yang lebih besqar dari nilai t tabel yang ditetapkan hsil perhitungan rumus yaitu 1.66235. jika ditulis singkat maka $1.931 > 1.66235$. Hal ini menunjukkan penetapan harga yang ditetapkan oleh PT Pegadaian Syariah memiliki pengaruh terhadap keputusan konsumen untuk membuka rekening tabungan emas di PT Pegadaian Syariah Purwakarta.

Besarnya pengaruh dari variable tersebut dapat diketahui dengan hasil analisis pada uji regresi koefisien determinasi harga berikut ini ;

Tabel 5.a
Hasil Uji Regresi Koefisien
Determinasi Variabel Harga
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.676 ^a	.457	.451	3.38908

a. Prediktor: (konstan), harga

b. Variabel terikat: Keputusan_menjadi_nasabah

Berdasarkan data di atas, nilai koefisien determinasi dari variabel harga terhadap keputusan menjadi nasabah adalah sebesar 0.457. atau dapat dikatakan bahwa pengaruh dari harga yang ditetapkan oleh PT Pegadian Syariah Purwakarta terhadap keputusan konsumen menjadi nasabah tabungan emas adalah sebesar 45,7% dan dinyatakan tidak signifikan.

Hasil Uji Regresi Linear Berganda pada Variabel Produk terhadap Keputusan Menjadi Nasabah

Tabel 6.a
Output uji regresi variabel
Produk
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.

Analisis regresi pada pembahasan ini dimaksudkan untuk menganalisis pengaruh dari variabel produk terhadap keputusan konsumen memilih menggunakan tabungan emas, serta menganalisis seberapa besar dari pengaruh produk tersebut. Metode yang pertama adalah dengan menganalisa nilai Signifikansi (Sig.) dari hasil uji regresi parsial sebagaimana yang ditunjukkan pada tabel 4.44 diatas.

Nilai Signifikansi (Sig.) variabel produk pada tabel diatas menunjukkan nilai sebesar 0.006 atau lebih kecil dari nilai Signifikansi yang ditetapkan pada dasar pengambilan keputusan yakni 0.05 atau dinyatakan $0.006 < 0.05$. sehingga dapat dikatakan bahwa berdasarkan nilai Signifikansi variabel produk memiliki pengaruh terhadap keputusan menjadi nasabah.

Adapun untuk mengetahui pengaruh produk terhadap keputusan menjadi nasabah dengan penggunaan dasar pengambilan keputusan sesuai nilai t hitung adalah sebagai berikut,

	B	Std. Error	Beta		
Produk	.472	.168	.336	2.817	.006

a. Dependent Variable: Keputusan_menjadi_nasabah

Diketahui bahwa nilai t hitung hasil dari uji parsial (t) menggunakan aplikasi SPSS versi 20 adalah sebesar 2.817 lebih besar dari nilai t tabel hasil dari perhitungan

rumus sebesar 1.66235 atau dinyatakan $2.817 > 1.66235$. sehingga berdasarkan dasar pengambilan keputusan t hitung produk yang ditawarkan PT Pegadaian syariah Purwakarta yakni tabungan emas memiliki pengaruh terhadap keputusan konsumen untuk menggunakan atau menjadi nasabah produk tersebut. Adapun besarnya dari pengaruh produk, kembali kita lakukan analisis pada hasil dari uji koefisien determinasi berikut;

Tabel 6.b

Hasil Uji Regresi Koefisien Determinasi Variabel Produk
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.749 ^a	.561	.556	3.04803

a. Predictors: (Constant), Produk

b. Dependent Variable: Keputusan_menjadi_nasabah

Merujuk pada hasil uji diatas, diketahui bahwa nilai koefisien determinasi dari variabel produk adalah sebesar 0.561. nilai koefisien determinasi (R Square) ini menunjukkan nilai hubungan rehesi dari produk yang ditawarkan terhadap keputusan menjadi nasabah atau menggunakan produk tersebut adalah sebesar 56.1%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa produk yang ditawarkan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen untuk menjadi nasabaha tabungan emas.

Hasil Analisis Uji F Simultan Pada Variabel Produk, Harga, dan Promosi terhadap keputusan Menjadi Nasabah

Adapun dasar pengambilan keputusan pada uji f ini adalah

- 1) Berdasarkan nilai Significance Index (Sig.) dari hasil tabel ANOVA
 - a) Jika tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka hipotesis terbukti yang menyatakan bahwa variabel X1, X2, dan X3 berpengaruh secara simultan terhadap Y.
 - b) Jika kekuatan sinyal lebih besar dari 0,05, hipotesis ditolak, yang menunjukkan bahwa variabel X1, X2, dan X3 tidak mengubah pengaruhnya terhadap Y secara simultan.
- 2) Berdasarkan perbandingan nilai Fhitung dengan F tabel
 - a) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka hipotesis terbukti yang menunjukkan bahwa variabel X1, X2, dan X3 berpengaruh secara simultan terhadap Y.
 - b) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka hipotesis ditolak karena variabel X1, X2, dan X3 tidak secara bersamaan berpengaruh naik terhadap Y.

Tabel 7.a
Nilia t dan nilai Sig Output F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1206.175	3	402.058	50.715	.000 ^b
Residual	697.651	88	7.928		
Total	1903.826	91			

a. Dependent Variable: Keputusan_menjadi_nasabah

b. Predictors: (Constant), Produk, Harga, Promosi

Berdasarkan pada hasil output dari tabel ANOVA diatas, diketahui bahwa nilai signifikansi (Sig.) untuk promosi, harga dan produk hasil dari uji F adalah sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai Signifikansi hasil hitung aplikasi SPSS v.20 lebih kecil nilai signifikansi yang ditetapkan pada dasar pengambilan keputusan yakni sebesar 0,05 atau ditulis $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa variabel promosi, harga dan produk memiliki pengaruh secara simultan yang signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah tabungan emas.

Adapun besarnya persentase pengaruh tersebut dapat kita lihat pada hasil koefisien determinasi (R Square) sebagai hasil analisis regresi linear berganda pada tabel berikut:

Tabel 7.b
Nilai Koefesien Determinasi (R Square)

Model	R	R Square	R Square recalculated	Estimate's Standard Error
1	.796 ^a	.634	.621	2.81564

a. Predictors: (Constant), Produk, Harga, Promosi

b. Dependent Variable: Keputusan_menjadi_nasabah

Nilai koefisien determinasi (R Square) sebagai output dari analisis data melalui aplikasi SPSS v.20 pada model Summary diatas, diperoleh nilai sebesar 0.634 atau sama dengan 63,4%. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa variabel promosi (X_1), variabel harga (X_2) dan variabel produk (X_3) berpengaruh secara bersamaan untuk menjadi nasabah tabungan emas di PT Pegadaian Syariah Purwakarta (Y) sebesar 63,4%.

Adapun besarnya variabel lain yang tidak dihitung dalam penelitian ini atau error (e) dapat dihitung menggunakan rumus error (e) berikut ;

$$e = 1 - R^2$$

Dimana e = error

R^2 = nilai koefisien determinasi (R Square)

$$\text{Maka } e = 1 - R^2$$

$$= 1 - 0,634$$

$$= 0,366 \text{ atau sama dengan } 36,6\%$$

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kegiatan promosi yang dilakukan oleh PT Pegadaian Syariah Purwakarta memiliki pengaruh secara parsial yang signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah tabungan emas sebesar 53,4%. Pengaruh harga yang ditetapkan adalah sebesar 45,7% dan dinyatakan tidak signifikan dan pengaruh produk tabungan emas memiliki pengaruh secara parsial yang signifikan sebesar 56,1%.

sedangkan pengaruh secara simultan dari ketiga variabel tersebut berdasarkan hasil uji koefisien determinasi adalah sebesar 63,4% dan sisanya sebesar 36,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

SIMPULAN

Fenomena yang terjadi pada masyarakat Purwakarta pada tahun 2020 seiring dengan meningkatnya minat masyarakat untuk memiliki logam mulia melalui tabungan emas di tengah kenaikan harga emas. Hal ini diketahui berdasarkan ketiga variabel yang dianalisis.

Promosi memiliki pengaruh yang signifikan dengan nilai probabilitas $0,001 < 0,05$. Adapun besarnya pengaruh tersebut ditunjukkan pada nilai koefisien determinasi (R Square) yakni sebesar 0,534 atau sebesar 53,4%.

Hasil uji determinasi pada variabel harga menghasilkan nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,457 atau 45,7%. Dengan demikian, variabel harga secara parsial memiliki pengaruh sebesar 45,7% terhadap keputusan menjadi nasabah tabungan emas.

Hasil uji t (parsial) pada variabel produk, diperoleh nilai Signifikansi (Sig.) sebesar $0,006 < 0,05$ yang menunjukkan pengaruh yang signifikan. Nilai koefisien determinasi (R Square) pada produk adalah sebesar 0,561 sehingga variabel produk berpengaruh signifikan secara parsial sebesar 56,1%.

Output nilai signifikansi (Sig.) Dari uji F menunjukkan $0,000 < 0,05$ yang berarti variabel promosi (X_1), harga (X_2), dan produk (X_3) berpengaruh terhadap Y secara bersamaan. Besarnya pengaruh ditunjukkan oleh koefisien determinasi (R-square) yang memberikan hasil sebesar 0,634. Dengan demikian variabel promosi (X_1), harga (X_2), dan produk (X_3) secara simultan mempengaruhi keputusan menjadi nasabah tabungan emas di PT Pegadaian Syariah Purwakarta pada masa pandemi Covid-19 sebesar 63,4%. Sisanya sebesar 36,6% dipengaruhi oleh variabel lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Angga Bratadharma. 2020. "Investasi Emas Jadi Primadona Saat Pandemi - Medcom.Id." <https://www.medcom.id/ekonomi/keuangan/Wb70nYWk-investasi-emas-jadi-primadona-saat-pandemi> (January 7, 2021).
- Arikunto, S. 2019. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Dodi Mulyadi. 2020. *Statistik Daerah Kabupaten Purwakarta Tahun 2020*. Purwakarta: Badan Pusat Statistik Kabupaten Purwakarta.
- Hilmi Abdul Halim. 2020. "Ribuan Pekerja Di Purwakarta Dirumahkan Hingga PHK, Pandemi Covid Jadi Alasan." *Pikiran Rakyat.Com*.
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gery. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid I Ed. ed. Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- M. Richard. 2021. "Corona Lemahkan Ekonomi, Malaysia-Singapura Hentikan Proyek Kereta Super Cepat - Kabar24 Bisnis.Com." <https://kabar24.bisnis.com/read/20210102/19/1337740/corona-lemahkan-ekonomi-malaysia-singapura-hentikan-proyek-kereta-super-cepat> (January 7, 2021).
- Purnama, Drajat Indra. 2021. "Peramalan Harga Emas Saat Pandemi Covid-19 Menggunakan Model Hybrid Autoregressive Integrated Moving Average-Support Vector Regression." *Jambura Journal of Mathematics* 3.1: 52-65.
- Sugiyono. 2017a. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: cv Alfabeta.
- Sulastri. 2021. "Pimpinan Cabang PT Pegadaian Syariah Purwakarta."
- Widiyanto, Joko. 2010. *SPSS For Windows Untuk Analisis Data Statistik Dan Penelitian*. Surakarta: BP-FKIP UMS.
- Wiratna V Sujarweni. 2015. *Statistik Untuk Bisnis Dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Yoan Irawan. 2021. "(Kepala Bagian Pemasaran Dan Pelayanan Nasabah PT Pegadaian Syariah Purwakarta)."

