



ONLINE ISSN : 2964-9764

Published by Universitas Negeri Padang

Vol. 04 No. 1, 2025

Page 19-43

## Pengaruh Promosi, Program dan Kemudahan Investasi Emas Berbasis Mobile Banking terhadap Peningkatan Laba Bank Syariah Indonesia

Subhan Arief Yuwanda<sup>1</sup>, Achmad Syahfrudin Zulkarnaeni<sup>2</sup>, Rendy Mirwan Aspirandi<sup>3</sup>

Universitas Muhammadiyah Jember<sup>1-3</sup>

\*Corresponding author, e-mail: [yuwanda475@gmail.com](mailto:yuwanda475@gmail.com)

**Abstract :** *The aim of the research is to test the effect of promotions, programs and ease of investing in gold, by utilizing technology mobile banking towards increasing profits at the Indonesian sharia bank KCP Lumajang. This research method uses a quantitative approach. The research sample consisted of 40 employees of Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang, using techniques Probability Sampling using method saturated sampling. Analysis of research data using Multiple Regression Analysis and Moderated Regression Analysis (MRA) with software SPSS 25. The research results show that gold investment promotion, gold investment programs, and ease of gold investment have a significant effect on increasing profits at Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang. Apart from that, the use of technology mobile banking Act as a director, which strengthens the influence of these three variables on increasing profits. This indicates that digitalization of sharia banking services can increase the effectiveness of gold investment strategies, thereby having a positive impact on bank profitability. Optimization mobile banking, increasing financial literacy, and data-based marketing strategies can increase customer loyalty. Further research, the role of fintech and blockchain technology in Islamic bank gold investment.*

**Keywords :** *promotion, program, convenience, profit increase, mobile banking technology*

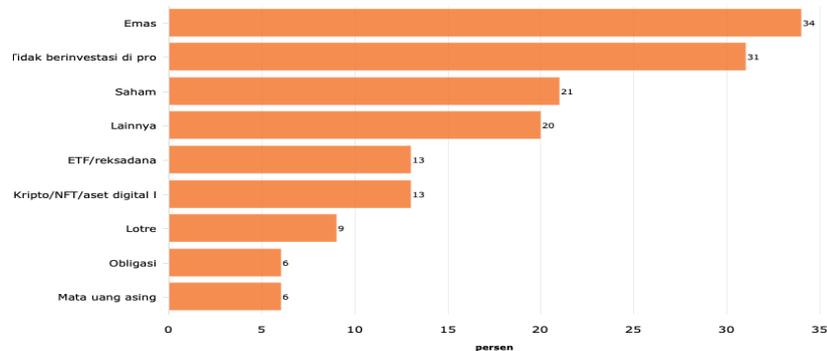


This is an open access article distributed under the Creative Commons 4.0 Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. ©2021 by author.

## PENDAHULUAN

Investasi emas telah menjadi salah satu pilihan populer bagi investor di Indonesia karena sifatnya yang dianggap aman dan stabil, terutama dalam menghadapi ketidakpastian ekonomi. Sebagai aset yang dapat disimpan dalam jangka panjang, emas memberikan rasa aman bagi banyak orang, terutama dalam kondisi ekonomi yang tidak menentu (Barus, Firza, Halim, & Ginting, 2024). Emas sebagai instrumen investasi yang nilainya cenderung stabil bahkan

meningkat dalam jangka panjang, emas banyak dipilih masyarakat sebagai sarana untuk menjaga dan menumbuhkan kekayaan (Yeniley, 2025). Keadaan stabilitas ekonomi yang tidak menentu seperti fluktuasi nilai tukar, perlambatan pertumbuhan ekonomi, atau krisis global, emas dianggap sebagai *safe haven asset*, yakni aset pelindung nilai yang relatif aman dibandingkan aset lainnya seperti saham atau property bagi para investor (Shakil, Mustapha, Tasnia, & Saiti, 2018). Data ini dapat dilihat pada grafik 1 berikut ini:



**Gambar 1. Instrumen Investasi 2022 dan 2023: Emas Paling Diminati**

Sumber : Lantanemas

Bank Syariah Indonesia (BSI), sebagai salah satu institusi keuangan syariah terbesar di Tanah Air, melihat peluang besar dalam tren ini dan menghadirkan layanan investasi emas berbasis prinsip syariah untuk menjawab kebutuhan nasabah (Irawan, Dianita, & Mulya, 2021). Melalui produk seperti Emas iB Hasanah, BSI menyediakan alternatif investasi yang tidak hanya menguntungkan secara finansial, tetapi juga sesuai dengan nilai-nilai syariah yang menghindari unsur riba, gharar (ketidakjelasan), dan spekulasi berlebihan. BSI turut mempermudah akses terhadap investasi emas melalui inovasi teknologi digital, terutama dengan integrasi layanan pembelian dan penjualan emas di aplikasi BSI Mobile (Harahap, 2024). Inisiatif ini memberikan kemudahan bagi nasabah dalam melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja tanpa perlu datang ke kantor cabang, sekaligus menurunkan hambatan awal dalam berinvestasi emas karena tidak memerlukan modal besar.

Lembaga keuangan Bank Syariah Indonesia sampai saat ini tetap eksis mempromosikan investasi emas, melalui program-program unggulannya agar dapat memberikan kemudahan kepada nasabah salah satunya adalah Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang. Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang adalah contoh institusi perbankan syariah yang tetap eksis dan aktif dalam mempromosikan investasi emas melalui program-program unggulannya (Rida, 2020). Bank ini memahami pentingnya memberikan kemudahan kepada nasabah dalam berinvestasi emas, yang merupakan salah satu instrumen keuangan yang stabil dan sesuai dengan prinsip syariah. Melalui berbagai program, seperti penawaran khusus untuk pembelian emas, fasilitas investasi emas secara digital melalui aplikasi mobile banking serta edukasi investasi yang menyeluruh, bank ini berupaya untuk membuat proses investasi emas lebih mudah diakses dan lebih transparan (Safitri & Fasa, 2024).

Program-program unggulan tersebut dirancang untuk meningkatkan kenyamanan nasabah dengan menyediakan berbagai kemudahan dalam transaksi, pemantauan harga emas dan pengelolaan investasi (Santoso & Sopingi, 2025). Dengan pendekatan ini, Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang tidak hanya menarik lebih banyak nasabah untuk berinvestasi emas tetapi juga membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan, yang pada gilirannya berkontribusi pada peningkatan kinerja dan laba bank. Komitmen bank ini untuk mempromosikan investasi emas dengan cara yang inovatif dan berorientasi pada nasabah menjadi kunci untuk mempertahankan eksistensi dan daya saingnya di pasar perbankan syariah (Prihatni et al., 2024). Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang juga telah mengintegrasikan teknologi mobile banking dalam program investasi emasnya, bank ini menawarkan solusi yang memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi emas secara langsung dari perangkat mereka.

Aplikasi mobile banking yang disediakan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang memungkinkan nasabah untuk membeli, menjual dan memantau investasi emas mereka dengan mudah dan cepat, tanpa harus mengunjungi kantor cabang (Kurniawan, Maulana, & Shihab, 2023). Selain itu, teknologi ini juga memungkinkan bank untuk memberikan informasi harga emas secara real-time, fitur notifikasi untuk penawaran khusus serta edukasi investasi yang mudah diakses (Nawawi & Yusliani, 2025). Dengan menggunakan mobile banking, Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang dapat meningkatkan kenyamanan nasabah dan efisiensi operasional serta memperluas jangkauan pasar mereka. Inovasi ini tidak hanya mempermudah akses dan transaksi bagi nasabah tetapi juga memperkuat posisi bank dalam industri perbankan syariah, meningkatkan volume transaksi dan pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan laba (Rahmah & Fasa, 2024).

Melalui pemanfaatan teknologi mobile banking, bank ini menunjukkan komitmennya dalam menyediakan layanan yang sesuai dengan prinsip syariah sambil memenuhi kebutuhan investasi modern nasabah. Meskipun Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang telah berhasil memanfaatkan teknologi mobile banking untuk mempromosikan investasi emas, terdapat berbagai permasalahan yang masih dihadapi terkait dengan investasi emas di bank ini. Penelitian Saptawati, Y.(2019) kemudahan, keamanan, manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan *mobile banking*. Indriani, Ellis.(2022) strategi pemasaran promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah nabung emas di pegadaian syariah dan BSI Yogyakarta. Lutfiani, N. (2022) persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan *Mobile banking*. Azan, M.,(2022) promosi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan jumlah nasabah produk tabungan emas di Pegadaian Syariah Cabang Palu Plaza. Meidi, A.R., (2024) promosi dan harga emas berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi emas.

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kemudahan dan keamanan mobile banking berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah (Saptawati, 2019; Lutfiani, 2022), dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi emas (Azan, 2022; Meidi, 2024), meskipun ada hasil berbeda dari Indriani (2022) yang menyatakan promosi tidak berpengaruh signifikan. Namun, belum ada penelitian yang secara spesifik mengkaji secara terpadu pengaruh promosi, program, dan kemudahan investasi emas melalui mobile banking terhadap

peningkatan laba pada lembaga keuangan, khususnya di Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengisi celah tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi, program, dan kemudahan investasi emas terhadap peningkatan laba pada Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang, baik secara langsung maupun melalui pemanfaatan teknologi mobile banking sebagai media pendukung dalam layanan investasi emas.

Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang hanya fokus pada kepuasan atau keputusan nasabah, penelitian ini menitikberatkan pada dampak langsung terhadap kinerja keuangan bank, khususnya laba. Pemahaman lebih komprehensif tentang transformasi digital mobile banking, dapat memperkuat efektivitas strategi investasi emas dalam meningkatkan profitabilitas lembaga keuangan syariah di era digital. Promosi, program, dan kemudahan investasi emas yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang memiliki pengaruh positif terhadap peningkatan laba bank. Selain itu, pemanfaatan mobile banking diasumsikan mampu memperkuat hubungan antara ketiga variabel tersebut terhadap peningkatan laba meskipun sampai saat masih belum optimal dan mengalami banyak tantangan.

Salah satu tantangan utama adalah ketidakpastian harga emas yang dapat mempengaruhi keputusan investasi nasabah. Fluktuasi harga emas yang signifikan dapat menyebabkan kebingungan dan ketidaknyamanan bagi investor, terutama bagi mereka yang baru memulai investasi. Selain itu, kompleksitas regulasi yang harus dipatuhi untuk memastikan kesesuaian dengan prinsip syariah juga dapat menjadi hambatan, mengingat adanya kebutuhan untuk terus memantau dan menyesuaikan dengan perubahan peraturan dari OJK dan fatwa DSN MUI. Dalam beberapa tahun terakhir, harga emas mengalami fluktuasi yang cukup signifikan. Perubahan ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik dari kondisi ekonomi global, nilai tukar mata uang, hingga tingkat inflasi dan suku bunga. Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai perkembangan harga emas, berikut disajikan data harga emas dalam lima tahun terakhir.



**Gambar 2. Fluktuasi harga emas 5 tahun terakhir**

Sumber : PT Gemilang Hartadinata Abadi

Grafik di atas terlihat bahwa harga emas cenderung mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, meskipun sempat menurun pada tahun 2021. Kenaikan harga yang paling signifikan terjadi antara tahun 2019 ke 2020, yang dapat dikaitkan dengan ketidakpastian ekonomi global

akibat pandemi COVID-19. Informasi ini penting untuk menjadi bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan investasi, terutama bagi investor yang menjadikan emas sebagai instrumen lindung nilai terhadap inflasi dan ketidakstabilan pasar. Pemberian edukasi kepada nasabah, di anggap penting, di mana banyak investor mungkin kurang memahami detail teknis terkait investasi emas syariah, meskipun bank telah menyediakan informasi melalui aplikasi mobile banking. Masalah lain yang dapat muncul adalah integrasi dan keamanan sistem digital, di mana potensi kerentanan terhadap gangguan teknologi atau serangan siber dapat mempengaruhi kepercayaan nasabah dan keamanan data investasi mereka.

Untuk mengatasi tantangan ini, bank perlu terus berinovasi dalam meningkatkan sistem teknologi, memperbaiki layanan pelanggan serta menyediakan pendidikan yang lebih komprehensif bagi nasabah agar investasi emas dapat dilakukan dengan lebih aman dan efektif. Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas, dengan adanya kelebihan dan kekurangan penggunaan investasi emas, menjadikan penelitian ingin mengkaji secara mendalam terkait dengan Pengaruh Promosi, Program dan Kemudahan Investasi Emas Berbasis Mobile Banking terhadap Peningkatan Laba Bank Syariah Indonesia. Kebaharuan penelitian ini terdapat pada integrasi tiga variabel penelitian promosi, program, dan kemudahan investasi emas dengan pemanfaatan teknologi mobile banking dalam konteks peningkatan laba pada Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang.

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan jenis survey (Creswell & Creswell, 2017). Populasi penelitian adalah seluruh karyawan Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang berjumlah 40 karyawan. Pengambilan sampel dengan *Probability Sampling* dengan metode *sampling jenuh* yaitu sebanyak 40 karyawan Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang (Syam, 2022). Teknik pengumpulan data dengan metode angket (*Questionnaire*), dokumentasi dan observasi. Skala pengukuran instrument penelitian menggunakan skala likert dengan skor 1 sampai 5 (Sugiyono, 2020). Analisis instrument penelitian dengan uji statistik deskriptif, uji validitas dan uji reliabilitas (Syarofi, 2020). Analisis kelayakan model regresi penelitian dilakukan dengan uji normalitas, uji multikolonieritas, uji dan heterokedastisitas. Selanjutnya untuk analisis data penelitian menggunakan Analisis Regresi Berganda dan *Moderated Regression Analysis* (MRA) untuk mengetahui apakah mobile banking berbasis syariah berperan sebagai variabel moderasi yang memengaruhi kekuatan hubungan antara promosi, program, dan kemudahan investasi emas terhadap peningkatan laba Bank Syariah Indonesia (Edi Wijaya Kusuma & Dewi, 2019). Selanjutnya Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan menggunakan uji t (parsial) untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara individual. Selain itu, digunakan pula uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) guna mengukur seberapa besar proporsi variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model regresi. Seluruh pengujian dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 25 untuk memperoleh hasil yang lebih akurat dan terstruktur.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis Instrumen Penelitian

Analisis instrumen penelitian digunakan untuk mengetahui kualitas instrument penelitian dan apakah telah memenuhi standar validitas dan reliabilitas instrument, agar bisa dilanjutkan dalam tahapan pengujian selanjutnya.

### Uji Statistik Deskriptif

Secara umum, tanggapan responden terhadap kelima variabel dalam penelitian menunjukkan penilaian yang sangat baik.

**Tabel 1. Uji Statistik Deskriptif**

Variabel	Rata-Rata	Kategori	Pernyataan
Promosi Investasi Emas	4,08	Sangat Baik	Promosi diterima sangat baik meskipun masih ada aspek yang perlu ditingkatkan.
Program Investasi Emas	4,05	Sangat Baik	Program sudah sesuai ekspektasi sebagian besar responden.
Kemudahan Investasi Emas	4,36	Sangat Baik	Responden merasa investasi emas sangat mudah dilakukan.
Peningkatan Laba Bank	4,26	Sangat Baik	Investasi emas dinilai menguntungkan oleh responden.
Pemanfaatan Mobile Banking Syariah	4,13	Sangat Baik	Mobile banking dinilai sangat membantu dalam akses dan kemudahan investasi.

Sumber: Data primer diolah SPSS 25

Variabel Promosi Investasi Emas (X1) memiliki rata-rata 4,08, dengan lima pernyataan berkategori "Sangat Baik" dan satu pernyataan "Baik", menunjukkan promosi diterima sangat baik meskipun ada aspek yang perlu ditingkatkan. Variabel Program Investasi Emas (X2) juga dinilai "Sangat Baik" dengan rata-rata 4,05, di mana empat pernyataan berada pada kategori "Sangat Baik" dan dua "Baik", menandakan program sudah sesuai ekspektasi sebagian besar responden. Variabel Kemudahan Investasi Emas (X3) memperoleh rata-rata tertinggi yaitu 4,36, dengan seluruh pernyataan dalam kategori "Sangat Baik", menandakan responden merasa investasi emas mudah dilakukan. Pada variabel Peningkatan Laba (Y), rata-rata mencapai 4,26, dengan tujuh pernyataan dalam kategori "Sangat Baik" dan satu "Baik", menunjukkan bahwa investasi emas dinilai menguntungkan oleh responden. Terakhir, variabel Pemanfaatan Teknologi Mobile Banking (M) memiliki rata-rata 4,13, menunjukkan responden sangat mengapresiasi penggunaan teknologi mobile dalam investasi, meskipun ada satu aspek yang dinilai sedikit lebih rendah. Keseluruhan hasil menunjukkan bahwa kelima variabel telah diterima dengan sangat baik oleh responden, dengan beberapa aspek yang masih berpotensi untuk ditingkatkan.

## Uji Validitas Instrumen

Berikut hasil uji validitas instrument :

**Tabel 2. Uji Validitas**

Item	r-tabel	r-hitung	Sig.	Keterangan
X1.1	0,316	.783**	0,000	Valid
X1.2	0,316	.797**	0,000	Valid
X1.3	0,316	.754**	0,000	Valid
X1.4	0,316	.721**	0,000	Valid
X1.5	0,316	.683**	0,000	Valid
X1.6	0,316	.751**	0,000	Valid
X2.1	0,316	.948**	0,000	Valid
X2.2	0,316	.965**	0,000	Valid
X2.3	0,316	.948**	0,000	Valid
X2.4	0,316	.965**	0,000	Valid
X2.5	0,316	.756**	0,000	Valid
X2.6	0,316	.888**	0,000	Valid
X3.1	0,316	.865**	0,000	Valid
X3.2	0,316	.871**	0,000	Valid
X3.3	0,316	.853**	0,000	Valid
X3.4	0,316	.812**	0,000	Valid
X3.5	0,316	.730**	0,000	Valid
M1.1	0,316	.677**	0,000	Valid
M1.2	0,316	.685**	0,000	Valid
M1.3	0,316	.657**	0,000	Valid
M1.4	0,316	.832**	0,000	Valid
M1.5	0,316	.749**	0,000	Valid
M1.6	0,316	.783**	0,000	Valid
M1.7	0,316	.721**	0,000	Valid
M1.8	0,316	.759**	0,000	Valid
Y1.1	0,316	.943**	0,000	Valid
Y1.2	0,316	.943**	0,000	Valid
Y1.3	0,316	.887**	0,000	Valid
Y1.4	0,316	.655**	0,000	Valid
Y1.5	0,316	.801**	0,000	Valid

Sumber: Data primer diolah SPSS 25

Tabel di atas memperlihatkan bahwa hasil uji validitas menunjukkan seluruh indikator variabel dalam penelitian ini memiliki koefisien korelasi yang melebihi nilai r-tabel, yaitu 0,316 dengan derajat kebebasan (df) sebesar 37 ( $n = 40$ , sehingga  $df = 40 - 3$ ). Oleh karena itu, seluruh item pertanyaan pada masing-masing indikator dari setiap variabel dinyatakan valid.

### Uji Reliabilitas Instrumen

Berikut hasil uji reliabilitas instrument :

**Tabel 3. Uji reliabilitas**

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Standart Reliability	Keterangan
1	Promosi Investasi Emas (X1)	0,839	0,7	Reliabel
2	Program Investasi Emas (X2)	0,959	0,7	Reliabel
3	Kemudahan Investasi Emas (X3)	0,884	0,7	Reliabel
4	Peningkatan Laba (Y)	0,871	0,7	Reliabel
5	Teknologi Mobile banking (M)	0,906	0,7	Reliabel

Sumber: Data primer diolah SPSS 25

Berdasarkan Tabel di atas Variabel Promosi Investasi Emas (X1) memperoleh nilai sebesar 0,839, yang menunjukkan bahwa instrumen pada variabel ini cukup konsisten dan dapat diandalkan. Variabel Program Investasi Emas (X2) mencatat nilai tertinggi sebesar 0,959, mengindikasikan tingkat reliabilitas yang sangat kuat dalam mengukur aspek program investasi emas. Selanjutnya, variabel Kemudahan Investasi Emas (X3) memiliki nilai 0,884, yang berarti instrumen pada variabel ini sangat andal dan dapat digunakan secara konsisten. Variabel Peningkatan Laba (Y) mendapatkan nilai 0,871, yang menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan memiliki stabilitas tinggi dan mampu memberikan hasil pengukuran yang akurat. Terakhir, variabel Pemanfaatan Teknologi Mobile Banking (M) memiliki nilai 0,906, yang menegaskan bahwa alat ukur untuk variabel ini sangat dapat dipercaya dalam mengukur pemanfaatan teknologi mobile banking.

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji normalitas

Berikut hasil uji normalitas :

**Tabel 4. Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov**

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.73384505
Most Extreme Differences	Absolute	.154
	Positive	.154
	Negative	-.136
Test Statistic		.154
Asymp. Sig. (2-tailed)		.058 <sup>c</sup>

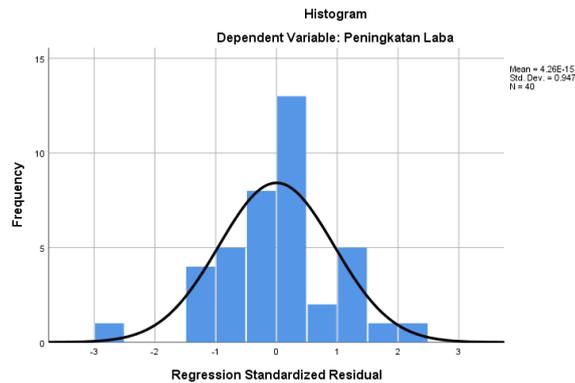
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

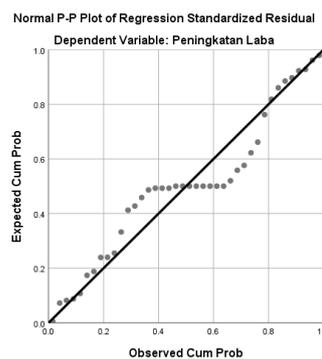
Sumber: Data primer diolah SPSS 25

Tabel di atas menyajikan hasil pengujian normalitas data dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov. Berdasarkan hasil tersebut, nilai signifikansi yang diperoleh adalah sebesar 0,058. Nilai ini lebih besar daripada batas signifikansi yang ditetapkan, yaitu 0,050. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data dalam model regresi ini berdistribusi normal. Kondisi ini menunjukkan bahwa asumsi normalitas residual telah terpenuhi, sehingga model regresi layak untuk digunakan dalam tahap pengujian statistik selanjutnya, seperti uji asumsi klasik lainnya maupun pengujian hipotesis.



**Gambar 3. Uji Normalitas Grafik Histogram**  
 Sumber: Data primer diolah SPSS 25

Hasil uji normalitas yang ditampilkan melalui grafik Histogram pada gambar 3 menunjukkan bahwa pola distribusi data menyerupai bentuk lonceng (*bell-shaped curve*). Bentuk ini merupakan karakteristik utama dari distribusi normal. Grafik tersebut mengindikasikan bahwa frekuensi data tersebar secara simetris di sekitar nilai tengah, di mana sebagian besar data terkonsentrasi di sekitar mean dan semakin sedikit data yang berada di kedua ujung. Semakin mirip bentuk histogram dengan kurva lonceng, maka semakin kuat indikasi bahwa data tersebut terdistribusi secara normal. Oleh karena itu, berdasarkan tampilan histogram tersebut, dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas.



**Gambar 4. Uji Normalitas P-Plot**  
 Sumber: Data primer diolah SPSS 25

Hasil uji normalitas yang ditampilkan melalui grafik Probability Plot (P-Plot) pada Gambar 4 memberikan indikasi visual mengenai distribusi data dalam penelitian ini. Dalam analisis normalitas menggunakan P-Plot, data dikatakan berdistribusi normal apabila titik-titik

data tersebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis tersebut secara konsisten. Berdasarkan tampilan pada gambar 4, terlihat bahwa sebagian besar titik berada dekat dengan garis diagonal dan mengikuti polanya dengan cukup baik. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat penyimpangan signifikan dari distribusi normal. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini telah memenuhi asumsi normalitas berdasarkan hasil uji melalui grafik *Probability Plot*.

#### Uji multikolonieritas

Berikut hasil uji multikolonieritas :

**Tabel 5. Uji Multikolonieritas**

Model		Coefficients <sup>a</sup>	
		Tolerance	VIF
1	Promosi Investasi Emas	.186	5.374
	Program Investasi Emas	.169	5.920
	Kemudahan Investasi Emas	.199	1.123
	Teknologi Mobile Banking	.142	2.866

a. Dependent Variable: Peningkatan Laba

Sumber: Data primer diolah SPSS 25

Berdasarkan Tabel 4. Hasil Uji Multikolonieritas, seluruh variabel independen memiliki nilai Tolerance di atas 0,1 dan VIF di bawah 10, sehingga tidak terdapat masalah multikolonieritas dalam model regresi. Variabel Promosi Investasi Emas memiliki Tolerance 0,186 dan VIF 5,374, sementara Program Investasi Emas memiliki Tolerance 0,169 dan VIF 5,920, yang menunjukkan hubungan dengan variabel lain, tetapi masih dalam batas wajar. Kemudahan Investasi Emas memiliki Tolerance 0,199 dan VIF 1,123, menunjukkan hubungan paling lemah dengan variabel lainnya. Sedangkan Teknologi Mobile Banking memiliki Tolerance 0,142 dan VIF 2,866, yang juga tidak mengalami korelasi tinggi. Dengan demikian, model regresi ini valid, dan variabel independen tidak menunjukkan adanya gejala multikolonieritas dalam model regresi, sehingga dapat dilanjutkan untuk pengujian selanjutnya.

#### Uji heteroskedastisitas

Berikut hasil uji heteroskedastisitas :

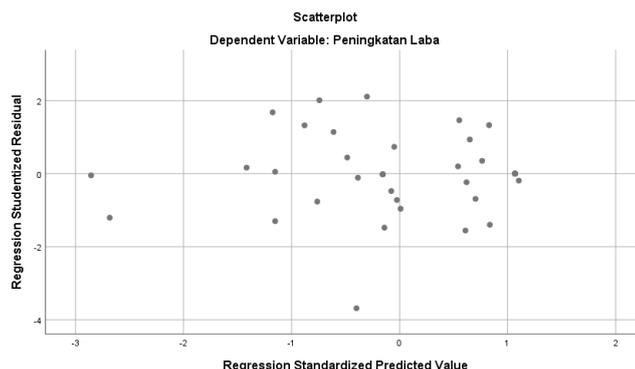
**Tabel 6. Uji Heteroskedastisitas Gletser**

Model		Coefficients <sup>a</sup>		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		Unstandardized Coefficients B	Std. Error			
1	(Constant)	1.660	.572		2.902	.006
	Promosi Investasi Emas	-.130	.049	-.895	-2.671	.311
	Program Investasi Emas	-.078	.031	-.872	-2.480	.818
	Kemudahan Investasi Emas	-.092	.081	-.523	-1.138	.263
	Teknologi Mobile Banking	.178	.076	1.658	2.349	.625

a. Dependent Variable: Abs\_Res

Sumber: Data primer diolah SPSS 25

Tabel di atas menyajikan hasil output dari uji heteroskedastisitas yang bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya gejala heteroskedastisitas dalam model regresi. Berdasarkan hasil uji tersebut, diketahui bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Nilai signifikansi ini menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan sistematis antara variabel independen dan variabel galat (residual), sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini bebas dari masalah heteroskedastisitas. Dengan terpenuhinya asumsi ini, maka model regresi dinyatakan layak untuk digunakan dalam pengujian berikutnya.



**Gambar 5. Uji Heteroskedastisitas Scatterplot**

Sumber: Data primer diolah SPSS 25

Gambar 5. memperlihatkan grafik scatterplot yang digunakan sebagai salah satu metode visual untuk mendeteksi adanya gejala heteroskedastisitas dalam model regresi. Dalam uji ini, apabila titik-titik pada grafik membentuk pola tertentu—seperti menyebar membentuk garis, lengkungan, atau bentuk terstruktur lainnya—maka hal tersebut mengindikasikan adanya heteroskedastisitas. Sebaliknya, jika sebaran titik-titik tampak acak dan tidak membentuk pola tertentu, maka model dapat dikatakan bebas dari heteroskedastisitas. Berdasarkan Gambar 5., terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak di sekitar garis horizontal pada sumbu Y, baik di atas maupun di bawah angka nol. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak mengandung heteroskedastisitas, dan dengan demikian layak untuk dilanjutkan ke tahap pengujian berikutnya.

## Analisis Data

### Analisis Regresi Linier Berganda

**Tabel 7. Analisis Regresi Linier Berganda**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	.038	1.303		.029	.007
	Promosi Investasi Emas	.141	.100	.124	1.719	.005
	Program Investasi Emas	.596	.033	.854	17.816	.000
	Kemudahan Investasi Emas	.121	.116	.088	1.836	.007

a. Dependent Variable: Peningkatan Laba

Sumber: Data primer diolah SPSS 25

Dari hasil analisis pada tabel 6. dapat disimpulkan bahwa model regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = 0,038 + 0,141X_1 + 0,596X_2 + 0,121X_3 + e$$

Nilai konstanta ( $\alpha$ ) sejumlah 0,038 maka dapat diartikan semua variabel bebas yaitu promosi investasi emas, program investasi emas dan kemudahan investasi emas dianggap konsisten atau tidak mengalami perubahan maka besarnya variabel dependen peningkatan laba adalah bernilai 0,038. Konstanta sebesar 0,038 dianggap berkorelasi positif. Konstanta positif berarti terjadi kenaikan laba pada saat dilakukan penelitian tersebut. Variabel Promosi Investasi Emas ( $X_1$ ) berkorelasi positif dengan peningkatan laba yang ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,141 yang menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1% variabel Promosi Investasi Emas maka peningkatan laba akan berubah sebesar 0,141 atau sebesar 14,1%. Variabel Program Investasi Emas ( $X_2$ ) berkorelasi positif dengan peningkatan laba yang ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,596 yang menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1% variabel Program Investasi Emas maka peningkatan laba akan berubah sebesar 0,596 atau sebesar 59,6%. Variabel Kemudahan Investasi Emas ( $X_3$ ) berkorelasi positif dengan peningkatan laba yang ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,121 yang menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1% variabel Kemudahan Investasi Emas maka peningkatan laba akan berubah sebesar 0,121 atau sebesar 12,1%.

**Analisis Moderated Regression Analysis**

Uji regresi moderasi ada tiga cara yaitu uji interaksi, uji nilai selisih mutlak dan uji residual.

**Tabel 8. Analisis Moderated Regression Analysis**

Model	Coefficients <sup>a</sup>					
		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	23.644	1.138		20.782	.000
	Promosi Investasi Emas_Teknologi Mobile Banking	.003	.002	.315	1.726	.003
	Program Investasi Emas_Teknologi Mobile Banking	.002	.002	.182	1.740	.005
	Kemudahan Investasi Emas_Teknologi Mobile Banking	.001	.002	.092	1.790	.007

a. Dependent Variable: Peningkatan Laba

Sumber: Data primer diolah SPSS 25

Dari hasil analisis pada tabel 8. dapat disimpulkan bahwa *moderated regression analysis* sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = 23,644 + 0,003X_1\_M1 + 0,002X_2\_M1 + 0,001X_3\_M1 + e$$

Nilai konstanta ( $\alpha$ ) sejumlah 23,644 maka dapat diartikan semua variabel bebas yaitu promosi investasi emas, program investasi emas dan kemudahan investasi emas yang dimoderasi oleh pemanfaatan teknologi *mobile banking* dianggap konsisten atau tidak mengalami perubahan maka besarnya variabel dependen peningkatan laba adalah bernilai 23,947. Konstanta sebesar 23,947 dianggap dengan positif. Konstanta positif berarti terjadi peningkatan laba pada saat dilakukan penelitian tersebut terkait dengan promosi investasi emas, program investasi emas dan kemudahan investasi emas yang dimoderasi oleh pemanfaatan teknologi *mobile banking*.

Variabel Promosi Investasi Emas (X1) dengan moderasi pemanfaatan teknologi *mobile banking* berkorelasi positif dengan peningkatan laba yang ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,003 yang menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1% variabel Promosi Investasi Emas dengan dimoderasi oleh pemanfaatan teknologi *mobile banking* maka peningkatan laba akan berubah sebesar 0,003 atau sebesar 3%. Variabel Program Investasi Emas (X2) dengan moderasi pemanfaatan teknologi *mobile banking* berkorelasi positif dengan peningkatan laba yang ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,002 yang menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1% variabel Program Investasi Emas dengan dimoderasi oleh pemanfaatan teknologi *mobile banking* maka peningkatan laba akan berubah sebesar 0,002 atau sebesar 2%. Variabel Kemudahan Investasi Emas (X3) dengan moderasi pemanfaatan teknologi *mobile banking* berkorelasi positif dengan peningkatan laba yang ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,003 yang menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1% variabel Kemudahan Investasi Emas dengan dimoderasi oleh pemanfaatan teknologi *mobile banking* maka peningkatan laba akan berubah sebesar 0,001 atau sebesar 1%.

## Uji Hipotesis Penelitian

### Uji t (Parsial)

Berikut hasil uji t :

**Tabel 9. Uji t (Parsial)**

Model		Coefficients <sup>a</sup>		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		Unstandardized Coefficients B	Std. Error			
1	(Constant)	.038	1.303		.029	.007
	Promosi Investasi Emas	.141	.100	.124	1.719	.005
	Program Investasi Emas	.596	.033	.854	17.816	.000
	Kemudahan Investasi Emas	.121	.116	.088	1.836	.007

a. Dependent Variable: Peningkatan Laba

Sumber: Data primer diolah SPSS 25

Berdasarkan hasil uji t (parsial) pada tabel di atas menunjukkan nilai signifikan variabel promosi investasi emas (X1) adalah  $0,005 < 0,05$  dan nilai t hitung adalah  $1,719 > 1,689$ , sesuai dengan temuan uji t yang dibahas di atas. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa promosi investasi emas berpengaruh signifikan terhadap peningkatan laba pada Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang. Berdasarkan hasil uji t (parsial) pada tabel di atas menunjukkan nilai signifikan

variabel program investasi emas (X2) adalah  $0,000 < 0,05$  dan nilai t hitung adalah  $17,816 > 1,689$ , sesuai dengan temuan uji t yang dibahas di atas. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa program investasi emas berpengaruh signifikan terhadap peningkatan laba pada Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang. Berdasarkan hasil uji t (parsial) pada tabel di atas menunjukkan nilai signifikan variabel kemudahan investasi emas (X3) adalah  $0,013 < 0,05$  dan nilai t hitung adalah  $1,8361 > 1,689$ , sesuai dengan temuan uji t yang dibahas di atas. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa kemudahan investasi emas berpengaruh signifikan terhadap peningkatan laba pada Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang.

**Tabel 10. Uji t Moderasi**

Model		Coefficients <sup>a</sup>		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		Unstandardized Coefficients B	Std. Error			
1	(Constant)	23.644	1.138		20.782	.000
	Promosi Investasi Emas_Teknologi Mobile Banking	.003	.002	.315	1.726	.003
	Program Investasi Emas_Teknologi Mobile Banking	.002	.002	.182	1.740	.005
	Kemudahan Investasi Emas_Teknologi Mobile Banking	.001	.002	.092	1.790	.007

a. Dependent Variable: Peningkatan Laba  
Sumber: Data primer diolah SPSS 25

Berdasarkan hasil uji t (parsial) pada tabel di atas menunjukkan nilai signifikan variabel promosi investasi emas (X1) yang dimoderasi oleh dengan moderasi pemanfaatan teknologi *mobile banking* yaitu sebesar  $0,003 < 0,05$  dan nilai t hitung adalah  $1,726 > 1,689$ , sesuai dengan temuan uji t yang dibahas di atas. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa promosi investasi emas berpengaruh signifikan terhadap peningkatan laba pada Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang dengan dimoderasi oleh pemanfaatan teknologi *mobile banking*. Berdasarkan hasil uji t (parsial) pada tabel di atas menunjukkan nilai signifikan variabel program investasi emas (X2) yang dimoderasi oleh dengan moderasi pemanfaatan teknologi *mobile banking*  $0,005 < 0,05$  dan nilai t hitung adalah  $1,740 > 1,689$ , sesuai dengan temuan uji t yang dibahas di atas. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa program investasi emas berpengaruh signifikan terhadap peningkatan laba pada Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang dengan dimoderasi oleh pemanfaatan teknologi *mobile banking*. Berdasarkan hasil uji t (parsial) pada tabel di atas menunjukkan nilai signifikan variabel kemudahan investasi emas (X1) yang dimoderasi oleh dengan moderasi pemanfaatan teknologi *mobile banking*  $0,001 < 0,05$  dan nilai t hitung adalah  $1,790 < 1,689$ , sesuai dengan temuan uji t yang dibahas di atas. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa kemudahan investasi emas berpengaruh signifikan terhadap peningkatan laba pada Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang dengan dimoderasi oleh pemanfaatan teknologi *mobile banking*.

## Uji Koefisien Determinasi R<sup>2</sup>

Tabel 11. Uji Koefisien Determinasi R<sup>2</sup>

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.968 <sup>a</sup>	.936	.931	1.08626

a. Predictors: (Constant), Kemudahan Investasi Emas, Program Investasi Emas, Promosi Investasi Emas

b. Dependent Variable: Peningkatan Laba

Sumber: Data primer diolah SPSS 25

Tabel uji Koefisien Determinasi R<sup>2</sup> *Adjusted R Square* memiliki nilai sebesar 0,931 sama dengan persentase 93,1%, menunjukkan bahwa peningkatan laba pada Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang, 93,1% dipengaruhi oleh variabel promosi investasi emas, program investasi emas dan kemudahan investasi emas, sedangkan sisanya 6,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Tabel 12. Uji Koefisien Determinasi R<sup>2</sup> Moderasi

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.495 <sup>a</sup>	.245	.182	3.74065

a. Predictors: (Constant), Kemudahan Investasi Emas\_Teknologi Mobile Banking, Program Investasi Emas\_Teknologi Mobile Banking, Promosi Investasi Emas\_Teknologi Mobile Banking

b. Dependent Variable: Peningkatan Laba

Sumber: Data primer diolah SPSS 25

Tabel uji Koefisien Determinasi R<sup>2</sup> *Adjusted R Square* memiliki nilai sebesar 0,182 sama dengan persentase 18,2%, menunjukkan bahwa peningkatan laba pada Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang, 81,8% dipengaruhi oleh variabel promosi investasi emas, program investasi emas dan kemudahan investasi emas dengan variabel moderasi pemanfaatan teknologi *mobile banking*, sedangkan sisanya 23,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hal tersebut di karenakan masih banyak nasabah yang belum mengenal teknologi *mobile banking*, dan alat komunikasi *handphone* nasabah yang belum *support* terhadap aplikasi tersebut.

## Pembahasan

### Pengaruh signifikan promosi investasi emas terhadap peningkatan laba pada Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, variabel promosi investasi emas (X1) berpengaruh positif terhadap peningkatan laba. Artinya setiap kenaikan 1% pada variabel promosi investasi emas maka terjadi peningkatan laba pada Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang akan berubah sebesar 0,038 atau sebesar 3,8%. Analisis data pengujian menghasilkan kesimpulan bahwa variabel Promosi Investasi Emas (X1) terlihat pengaruhnya terhadap variabel peningkatan laba pada Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang. Temuan analisis yang meliputi nilai beta positif (koefisien standar) 0,141, nilai signifikansi sebesar  $0,005 < 0,05$  dan nilai t-hitung

1,719 > t-tabel 1.689. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa H1 diterima. Dapat disimpulkan bahwa peningkatan laba pada Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh variabel promosi investasi emas.

Peningkatan laba pada Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang dipengaruhi oleh variabel promosi investasi emas yang efektif, Dimana emas sering dianggap sebagai investasi yang aman, terutama di tengah ketidakpastian ekonomi, sehingga banyak masyarakat memilih emas sebagai aset yang dapat melindungi nilai kekayaan mereka. Bank Syariah Indonesia (BSI) memiliki reputasi baik dalam hal keamanan dan kepatuhan terhadap prinsip syariah, membuat produk investasi emas mereka lebih menarik bagi nasabah. Selain itu, kenaikan harga emas global sering kali mendorong minat masyarakat untuk berinvestasi dalam emas karena mereka melihat peluang keuntungan yang lebih tinggi. Strategi promosi BSI yang efektif, termasuk kampanye pemasaran intensif melalui media sosial, seminar dan lokakarya, serta kemitraan dengan influencer dan komunitas, turut meningkatkan kesadaran dan minat terhadap produk investasi emas. Program insentif seperti potongan biaya administrasi atau bonus bagi nasabah juga menjadi faktor penarik yang signifikan.

Dari sisi dukungan teknologi, BSI menyediakan platform digital yang memudahkan nasabah untuk berinvestasi emas secara online, sehingga transaksi menjadi lebih cepat dan mudah. Kemudahan akses informasi mengenai harga emas dan analisis pasar yang disediakan oleh BSI membantu nasabah dalam membuat keputusan investasi yang lebih baik. Berdasarkan teori pemasaran (Marketing Mix - 4P's), produk investasi emas yang ditawarkan oleh BSI memenuhi kebutuhan dan preferensi nasabah terhadap investasi yang aman dan syariah-compliant. Harga emas yang kompetitif dan program insentif menambah daya tarik produk ini, sementara kemudahan akses melalui platform digital dan jaringan kantor cabang yang luas juga menjadi faktor penting. Strategi promosi yang efektif melalui berbagai saluran komunikasi meningkatkan kesadaran dan minat nasabah.

Selain itu, teori investasi seperti *Modern Portfolio Theory* mendukung penggunaan emas sebagai alat diversifikasi portofolio untuk mengurangi risiko investasi. Nasabah bank syariah cenderung menggabungkan investasi emas dengan produk lain untuk mencapai portofolio yang seimbang. Penelitian oleh Hakim (2019) menunjukkan bahwa promosi yang efektif terhadap produk investasi syariah dapat meningkatkan minat dan partisipasi nasabah, yang pada gilirannya meningkatkan laba bank syariah. Penelitian oleh Rahman dan Abdullah (2021) juga menyatakan bahwa investasi emas dalam konteks perbankan syariah memiliki daya tarik yang kuat karena stabilitas harga dan kepatuhan terhadap prinsip syariah. Dengan demikian, promosi investasi emas yang dilakukan oleh BSI KCP Lumajang terbukti menjadi faktor penting yang berkontribusi signifikan terhadap peningkatan laba bank syariah.

### **Pengaruh signifikan program investasi emas terhadap peningkatan laba pada Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang**

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, variabel program investasi emas (X2) berpengaruh positif terhadap peningkatan laba. Artinya setiap kenaikan 1% pada variabel program investasi emas maka terjadi peningkatan laba pada Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang akan berubah sebesar 0,596 atau sebesar 59,6%. Analisis data pengujian menghasilkan

kesimpulan bahwa variabel Program Investasi Emas (X2) terlihat pengaruhnya terhadap variabel peningkatan laba pada Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang. Temuan analisis yang meliputi nilai beta positif (koefisien standar) 0,596, nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $t$ -hitung  $17,816 > t$ -tabel 1.689. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa H2 diterima. Dapat disimpulkan bahwa peningkatan laba pada Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh variabel program investasi emas.

Peningkatan laba pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Lumajang dipengaruhi secara signifikan oleh variabel program investasi emas. Emas sering dianggap sebagai investasi yang aman, terutama di masa ketidakpastian ekonomi. Banyak masyarakat memilih emas sebagai aset yang dapat melindungi nilai kekayaan mereka. Program investasi emas BSI, seperti Tabungan Emas dan Cicil Emas, menjadi sangat populer karena menawarkan kemudahan dan keamanan investasi sesuai prinsip syariah. Contohnya, program Tabungan Emas memungkinkan nasabah menabung dalam bentuk emas dengan nominal kecil, sementara program Cicil Emas memungkinkan mereka membeli emas dengan skema cicilan tanpa bunga, yang sesuai dengan prinsip syariah. Strategi promosi yang efektif, seperti kampanye pemasaran melalui media sosial, seminar dan kerja sama dengan komunitas lokal, juga meningkatkan kesadaran dan minat masyarakat terhadap program ini.

Dukungan teknologi dari BSI, seperti aplikasi *mobile banking* yang memudahkan transaksi dan monitoring investasi emas, semakin memudahkan nasabah. Dari perspektif teori pemasaran (Marketing Mix - 4P's), produk investasi emas BSI memenuhi kebutuhan nasabah terhadap investasi aman dan *syariah-compliant*, harga yang kompetitif, kemudahan akses melalui platform digital dan promosi yang efektif. Berdasarkan *Modern Portfolio Theory*, emas digunakan sebagai alat diversifikasi portofolio untuk mengurangi risiko investasi. Penelitian oleh Mufaini dan Mutia (2024) menunjukkan bahwa produk investasi emas yang dipromosikan secara intensif oleh bank syariah dapat meningkatkan kepercayaan dan partisipasi nasabah, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan laba bank.

Penelitian lainnya oleh Akbar Sandi (2024) menyatakan bahwa investasi emas dalam konteks perbankan syariah menarik perhatian nasabah karena nilai stabilnya dan kepatuhan terhadap prinsip syariah. Penelitian lainnya oleh Akbar (2024) menyatakan bahwa investasi emas dalam konteks perbankan syariah menarik perhatian nasabah karena nilai stabilnya dan kepatuhan terhadap prinsip syariah. Dengan demikian, kemudahan yang ditawarkan dalam program investasi emas oleh BSI KCP Lumajang terbukti berkontribusi signifikan terhadap peningkatan laba bank syariah. Dengan demikian, promosi dan implementasi program investasi emas oleh BSI KCP Lumajang terbukti berkontribusi signifikan terhadap peningkatan laba bank syariah.

### **Pengaruh signifikan kemudahan investasi emas terhadap peningkatan laba pada Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang**

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, variabel kemudahan investasi emas (X3) berpengaruh positif terhadap peningkatan laba. Artinya setiap kenaikan 1% pada variabel kemudahan investasi emas maka terjadi peningkatan laba pada Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang akan berubah sebesar 0,121 atau sebesar 12,1%. Analisis data pengujian menghasilkan

kesimpulan bahwa variabel Kemudahan Investasi Emas (X3) terlihat pengaruhnya terhadap variabel peningkatan laba pada Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang. Temuan analisis yang meliputi nilai beta positif (koefisien standar) 0,121, nilai signifikansi sebesar  $0,007 < 0,05$  dan nilai t-hitung  $1,836 > t\text{-tabel } 1,689$ . Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa H3 diterima. Dapat disimpulkan bahwa peningkatan laba pada Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh variabel kemudahan investasi emas.

Peningkatan laba pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Lumajang dipengaruhi secara signifikan oleh variabel kemudahan investasi emas. Nasabah sering mencari cara yang mudah dan praktis untuk berinvestasi dan BSI menjawab kebutuhan ini dengan menyediakan berbagai kemudahan dalam program investasi emas mereka. Misalnya, nasabah dapat membeli emas dengan nominal kecil melalui Tabungan Emas, yang memungkinkan mereka menabung emas secara bertahap. Selain itu, program Cicil Emas memungkinkan nasabah membeli emas dengan skema cicilan tanpa bunga, yang sesuai dengan prinsip syariah, sehingga lebih terjangkau bagi banyak kalangan. Strategi promosi yang efektif, termasuk kampanye melalui media sosial, seminar edukatif dan kerja sama dengan komunitas lokal, juga meningkatkan kesadaran dan minat masyarakat terhadap program ini.

Dukungan teknologi dari BSI, seperti aplikasi *mobile banking* yang memudahkan transaksi dan monitoring investasi emas, semakin memudahkan nasabah. Platform digital ini memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja, tanpa harus datang ke kantor cabang. Berdasarkan Modern Portfolio Theory, emas digunakan sebagai alat diversifikasi portofolio untuk mengurangi risiko investasi. Penelitian oleh Vaerus (2022) menunjukkan bahwa produk investasi emas yang dipromosikan secara intensif oleh bank syariah dapat meningkatkan kepercayaan dan partisipasi nasabah, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan laba bank. Penelitian Saptawati, Y. (2019) variabel kemudahan, keamanan, manfaat secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dalam menggunakan *mobile banking*, Lutfiani, N.(2022), persepsi kemudahan penggunaan secara parsial berpengaruh positif dengan nilai signifikansi  $0,0001 < 0,05$  dengan nilai koefisien sebesar 0,024 terhadap keputusan menggunakan *mobile banking*.

#### **Pengaruh signifikan promosi investasi emas dengan memanfaatkan teknologi *mobile banking* terhadap peningkatan laba pada Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang**

Berdasarkan hasil *moderated regression analysis* (MRA), variabel promosi investasi emas (X1) dengan memanfaatkan teknologi *mobile banking* (M1) berpengaruh positif terhadap peningkatan laba (Y1). Artinya setiap kenaikan 1% pada variabel promosi investasi emas dengan memanfaatkan teknologi *mobile banking* maka terjadi peningkatan laba pada Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang akan berubah sebesar 0,003 atau sebesar 3%. Analisis data pengujian menghasilkan kesimpulan bahwa variabel Promosi Investasi Emas (X1) dengan memanfaatkan teknologi *mobile banking* (M1) terlihat pengaruhnya terhadap variabel peningkatan laba (Y1) pada Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang. Temuan analisis yang meliputi nilai beta positif (koefisien standar) 0,003, nilai signifikansi sebesar  $0,003 < 0,05$  dan nilai t-hitung  $1,726 < t\text{-tabel } 1,689$ . Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa H4 diterima. Dapat disimpulkan bahwa

peningkatan laba pada Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh variabel promosi investasi emas dengan memanfaatkan teknologi *mobile banking*.

Menurut Apriani (2025) Promosi investasi emas merupakan serangkaian aktivitas yang dirancang untuk meningkatkan kesadaran dan minat publik terhadap emas sebagai instrumen investasi. Dent menjelaskan bahwa promosi ini sering melibatkan edukasi tentang manfaat diversifikasi portofolio dengan emas, yang dapat bertindak sebagai lindung nilai terhadap inflasi dan ketidakstabilan pasar. Murphy dalam Khairunisa (2019) menjelaskan bahwa promosi investasi emas tidak hanya mencakup penyampaian informasi tentang nilai intrinsik emas, tetapi juga penggunaan analisis teknikal untuk mengidentifikasi peluang investasi. Archer (2012) menyebutkan bahwa promosi investasi emas bertujuan untuk memberikan pengetahuan tentang keunggulan emas sebagai aset yang stabil dan relatif bebas dari risiko sistemik. Strategi promosi meliputi pengembangan produk investasi berbasis emas, seperti ETF emas, serta pengembangan materi edukasi yang membahas sejarah dan fungsi emas dalam investasi.

Peningkatan laba pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Lumajang dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh promosi investasi emas dengan memanfaatkan teknologi *mobile banking*. Promosi investasi emas berperan penting dalam menarik lebih banyak nasabah, meningkatkan transaksi dan membangun kepercayaan nasabah terhadap produk investasi yang ditawarkan oleh BSI. Teknologi *mobile banking* memudahkan nasabah untuk mengakses informasi, melakukan transaksi dengan cepat, serta memungkinkan bank untuk memberikan promosi yang personal dan tepat sasaran. Teori inovasi teknologi menjelaskan bahwa adopsi teknologi perbankan seperti *mobile banking* dapat meningkatkan efisiensi operasional dan pengalaman nasabah, yang pada gilirannya dapat meningkatkan profitabilitas bank. Selain itu, teori pemasaran relasional menekankan pentingnya membangun hubungan jangka panjang dengan nasabah melalui promosi yang efektif dan layanan yang handal untuk meningkatkan loyalitas dan laba bank.

Dukungan empiris dari penelitian terdahulu memperkuat argumen ini. Studi dalam International Journal of Bank Marketing menemukan bahwa adopsi teknologi *mobile banking* secara signifikan meningkatkan kepuasan nasabah dan berdampak positif terhadap kinerja keuangan bank. Penelitian di Journal of Islamic Finance menunjukkan bahwa investasi emas yang dipromosikan oleh bank syariah berkontribusi secara signifikan terhadap peningkatan pendapatan dan laba bank melalui peningkatan minat nasabah dalam produk investasi yang sesuai dengan prinsip syariah. Selain itu, studi di Journal of Islamic Marketing menemukan bahwa strategi pemasaran yang efektif, termasuk promosi investasi emas, secara signifikan mempengaruhi profitabilitas bank syariah dengan meningkatkan basis nasabah dan volume investasi. Dengan demikian, promosi investasi emas yang didukung oleh teknologi *mobile banking* terbukti menjadi strategi yang efektif dalam meningkatkan laba BSI KCP Lumajang. Dengan memanfaatkan teknologi *mobile banking* untuk mempromosikan investasi emas, BSI KCP Lumajang dapat meningkatkan laba secara signifikan. Ini didukung oleh teori inovasi teknologi dan pemasaran relasional, serta bukti empiris dari penelitian terdahulu yang menunjukkan dampak positif dari promosi investasi emas dan penggunaan teknologi *mobile banking* terhadap kinerja keuangan bank.

### **Pengaruh signifikan program investasi emas dengan memanfaatkan teknologi *mobile banking* terhadap peningkatan laba pada Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang**

Berdasarkan hasil *moderated regression analysis* (MRA), variabel program investasi emas (X2) dengan memanfaatkan teknologi *mobile banking* (M1) berpengaruh positif terhadap peningkatan laba (Y1). Artinya setiap kenaikan 1% pada variabel program investasi emas dengan memanfaatkan teknologi *mobile banking* maka terjadi peningkatan laba pada Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang akan berubah sebesar 0,002 atau sebesar 2%. Analisis data pengujian menghasilkan kesimpulan bahwa variabel Program Investasi Emas (X2) dengan memanfaatkan teknologi *mobile banking* (M1) terlihat pengaruhnya terhadap variabel peningkatan laba (Y1) pada Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang. Temuan analisis yang meliputi nilai beta positif (koefisien standar) 0,002, nilai signifikansi sebesar  $0,005 < 0,05$  dan nilai t-hitung  $1,182 > t$ -tabel 1,689. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa H5 diterima. Dapat disimpulkan bahwa peningkatan laba pada Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh variabel program investasi emas dengan memanfaatkan teknologi *mobile banking*.

Peningkatan laba pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Lumajang dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh program investasi emas dengan memanfaatkan teknologi *mobile banking*. Program investasi emas ini bertujuan untuk menarik nasabah baru, meningkatkan frekuensi dan volume transaksi, serta membangun kepercayaan nasabah terhadap produk investasi yang ditawarkan oleh BSI. *Mobile banking* menjadi alat yang sangat efektif dalam mendukung program ini karena menyediakan akses yang mudah dan cepat bagi nasabah untuk berinvestasi emas kapan saja dan di mana saja. Program investasi emas di BSI memberikan beberapa keuntungan yang jelas bagi nasabah. Pertama, emas sebagai aset investasi dikenal stabil dan dapat diandalkan, terutama dalam kondisi ekonomi yang tidak menentu. Kedua, melalui *mobile banking*, nasabah dapat melakukan transaksi pembelian dan penjualan emas secara real-time tanpa harus mengunjungi kantor cabang. Ini memberikan kemudahan dan fleksibilitas yang tinggi, yang pada gilirannya meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah. Ketiga, dengan adanya fitur-fitur seperti notifikasi harga emas terkini dan analisis pasar, nasabah merasa lebih terinformasi dan percaya diri dalam mengambil keputusan investasi.

Teknologi *mobile banking* berperan penting dalam mendukung program investasi emas dengan cara menyediakan aksesibilitas yang memudahkan nasabah untuk mengakses informasi tentang produk investasi emas kapan saja dan di mana saja melalui aplikasi *mobile banking*. Ini memudahkan nasabah untuk memantau pergerakan harga emas dan melakukan transaksi dengan cepat. Selain itu, kemudahan transaksi melalui *mobile banking* memungkinkan nasabah melakukan transaksi pembelian atau penjualan emas dengan cepat, yang meningkatkan frekuensi dan volume transaksi serta mengurangi biaya transaksi karena tidak perlu mengunjungi kantor cabang. Teknologi ini juga memungkinkan bank untuk memberikan promosi yang lebih personal dan tepat sasaran berdasarkan data perilaku nasabah, seperti nasabah yang sering mencari informasi tentang investasi emas dapat menerima promosi khusus yang mendorong mereka untuk berinvestasi lebih banyak.

Menurut Lutz dan McDonald (1999) menjelaskan bahwa program investasi emas sering kali melibatkan berbagai metode untuk membeli dan menyimpan emas. Emas, sebagai aset investasi, dianggap sebagai pelindung nilai terhadap inflasi dan ketidakstabilan ekonomi. Program investasi emas dapat berupa pembelian fisik emas (batangan atau koin), investasi dalam produk yang berbasis emas atau melalui instrumen keuangan yang terhubung dengan harga emas. Penekanan diberikan pada pentingnya emas sebagai alat diversifikasi dalam portofolio investasi. McMillan (2004) menguraikan bahwa investasi emas dapat dilakukan tidak hanya dengan membeli emas fisik tetapi juga melalui berbagai instrumen derivatif seperti opsi emas dan futures.

Dengan memanfaatkan teknologi *mobile banking* untuk mendukung program investasi emas, BSI KCP Lumajang dapat meningkatkan laba secara signifikan. Program ini tidak hanya menarik lebih banyak nasabah, tetapi juga meningkatkan frekuensi dan volume transaksi, serta membangun kepercayaan nasabah terhadap produk investasi yang ditawarkan oleh BSI. Teori inovasi teknologi dan pemasaran relasional, bersama dengan bukti empiris dari penelitian terdahulu, menunjukkan bahwa teknologi *mobile banking* dan program investasi emas bersama-sama menciptakan sinergi yang kuat dalam meningkatkan kinerja keuangan bank. Dengan demikian, program investasi emas yang didukung oleh teknologi *mobile banking* terbukti menjadi strategi yang efektif dalam meningkatkan laba BSI KCP Lumajang.

#### **Pengaruh signifikan kemudahan investasi emas dengan memanfaatkan teknologi *mobile banking* terhadap peningkatan laba pada Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang**

Berdasarkan hasil *moderated regression analysis* (MRA), variabel kemudahan investasi emas (X3) dengan memanfaatkan teknologi *mobile banking* (M1) berpengaruh positif terhadap peningkatan laba (Y1). Artinya setiap kenaikan 1% pada variabel kemudahan investasi emas dengan memanfaatkan teknologi *mobile banking* maka terjadi peningkatan laba pada Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang akan berubah sebesar 0,001 atau sebesar 1%. Analisis data pengujian menghasilkan kesimpulan bahwa variabel Kemudahan Investasi Emas (X2) dengan memanfaatkan teknologi *mobile banking* (M1) terlihat pengaruhnya terhadap variabel peningkatan laba (Y1) pada Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang. Temuan analisis yang meliputi nilai beta positif (koefisien standar) 0,001, nilai signifikansi sebesar  $0,007 < 0,05$  dan nilai t-hitung  $1,790 < t\text{-tabel } 1,689$ . Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa  $H_6$  diterima. Dapat disimpulkan bahwa peningkatan laba pada Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh variabel kemudahan investasi emas dengan memanfaatkan teknologi *mobile banking*.

Peningkatan laba pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Lumajang dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh variabel kemudahan investasi emas dengan memanfaatkan teknologi *mobile banking*. Program ini dirancang untuk memberikan kemudahan kepada nasabah dalam berinvestasi emas, yang tidak hanya menarik nasabah baru tetapi juga meningkatkan frekuensi dan volume transaksi, serta memperkuat kepercayaan nasabah terhadap produk investasi yang ditawarkan oleh BSI. Dengan *mobile banking*, nasabah dapat mengakses layanan perbankan kapan saja dan di mana saja, sehingga memberikan fleksibilitas dan kenyamanan yang lebih besar dalam melakukan transaksi investasi emas. Kemudahan investasi emas di BSI memberikan

beberapa keuntungan nyata bagi nasabah. Pertama, emas sebagai aset investasi dikenal stabil dan dapat diandalkan, terutama dalam kondisi ekonomi yang tidak menentu.

Investasi emas menawarkan perlindungan terhadap inflasi dan fluktuasi nilai tukar, sehingga menarik minat nasabah yang mencari investasi aman. Kedua, melalui *mobile banking*, nasabah dapat melakukan transaksi pembelian dan penjualan emas secara real-time tanpa harus mengunjungi kantor cabang. Hal ini memberikan kemudahan dan fleksibilitas yang tinggi, yang pada gilirannya meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah. Ketiga, dengan adanya fitur-fitur seperti notifikasi harga emas terkini, analisis pasar dan layanan konsultasi investasi, nasabah merasa lebih terinformasi dan percaya diri dalam mengambil keputusan investasi. Semua fitur ini meningkatkan keterlibatan nasabah dan mendorong mereka untuk lebih aktif bertransaksi.

Program kemudahan investasi emas ini dirancang untuk menarik nasabah baru, meningkatkan frekuensi dan volume transaksi, serta membangun kepercayaan nasabah terhadap produk investasi yang ditawarkan oleh BSI. *Mobile banking* menjadi alat yang sangat efektif dalam mendukung program ini karena menyediakan akses yang mudah dan cepat bagi nasabah untuk berinvestasi emas kapan saja dan di mana saja. Teknologi *mobile banking* memainkan peran penting dalam mendukung kemudahan investasi emas di BSI. Beberapa aspek utama yang mendukung hal ini antara lain aksesibilitas, di mana *mobile banking* memungkinkan nasabah untuk mengakses informasi tentang produk investasi emas kapan saja dan di mana saja, memudahkan nasabah untuk memantau pergerakan harga emas dan melakukan transaksi dengan cepat. Dengan akses yang mudah ini, nasabah tidak perlu mengunjungi kantor cabang untuk mendapatkan informasi atau melakukan transaksi, yang menghemat waktu dan biaya.

Kemudahan investasi emas mengacu pada berbagai faktor yang membuat proses investasi dalam emas menjadi lebih sederhana, aman dan mudah diakses oleh berbagai kalangan masyarakat. Termasuk kemudahan dalam membeli, menyimpan dan menjual emas, serta aksesibilitas informasi terkait harga dan pasar emas. Menurut Lawrence (2022), salah satu keunggulan investasi emas adalah likuiditas tinggi dan kemudahan dalam proses jual beli, yang menjadikannya pilihan investasi yang praktis bagi banyak orang. Selain itu, dengan perkembangan teknologi, platform digital kini memungkinkan investor untuk membeli emas secara online, membuat investasi emas menjadi lebih terjangkau dan mudah diakses. Ahmed (2019) menambahkan bahwa investasi emas memiliki keunggulan dalam hal keamanan nilai, terutama dalam situasi ekonomi yang tidak stabil, karena emas cenderung mempertahankan nilainya dibandingkan dengan aset lainnya.

Selain itu, kemudahan transaksi melalui *mobile banking* memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi pembelian atau penjualan emas dengan mudah dan cepat, meningkatkan frekuensi dan volume transaksi karena nasabah dapat bertransaksi kapan saja tanpa terikat pada jam operasional kantor cabang. Kemudahan ini juga mengurangi biaya transaksi karena nasabah tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan untuk mengunjungi kantor cabang. Terakhir, personalisasi promosi melalui teknologi *mobile banking* memungkinkan bank untuk memberikan promosi yang lebih personal dan tepat sasaran berdasarkan data perilaku nasabah. Misalnya, nasabah yang sering mencari informasi tentang investasi emas dapat menerima promosi khusus

yang mendorong mereka untuk berinvestasi lebih banyak. Personalisasi ini membuat promosi lebih relevan dan efektif, yang pada akhirnya meningkatkan transaksi dan laba bank.

Dengan memanfaatkan teknologi *mobile banking* untuk mendukung program kemudahan emas, BSI KCP Lumajang dapat meningkatkan laba secara signifikan. Program ini tidak hanya menarik lebih banyak nasabah tetapi juga meningkatkan frekuensi dan volume transaksi serta membangun kepercayaan nasabah terhadap produk investasi yang ditawarkan oleh BSI. Teori inovasi teknologi dan pemasaran relasional, bersama dengan bukti empiris dari penelitian terdahulu, menunjukkan bahwa teknologi *mobile banking* dan program kemudahan emas bersama-sama menciptakan sinergi yang kuat dalam meningkatkan kinerja keuangan bank. Dengan demikian, program kemudahan emas yang didukung oleh teknologi *mobile banking* terbukti menjadi strategi yang efektif dalam meningkatkan laba BSI KCP Lumajang, menarik lebih banyak nasabah, serta meningkatkan frekuensi dan volume transaksi.

## SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa promosi investasi emas program investasi emas dan kemudahan investasi emas terbukti memiliki pengaruh yang signifikan dalam meningkatkan laba Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang. Pemanfaatan teknologi *mobile banking* memoderasi hubungan antara promosi investasi emas, program investasi emas, serta kemudahan investasi emas terhadap peningkatan laba bank BSI KCP Lumajang, yang dikategorikan sebagai quasi moderator. Saran penelitian, Bank BSI KCP Lumajang perlu mengoptimalkan fitur *mobile banking* dan meningkatkan edukasi serta literasi keuangan nasabah terkait investasi emas untuk mendorong peningkatan laba secara berkelanjutan. Penelitian selanjutnya untuk mengembangkan model teoritis dengan pendekatan *structural equation modeling* (SEM) dan mengintegrasikan teori-teori baru yang relevan dengan perkembangan teknologi digital dan strategi investasi modern.

## DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M. S. (2024). Analisis niat untuk berinvestasi emas pada generasi milenial muslim pada bank syariah di indonesia. *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 8(01).
- Apriani, R., & Nurushshobah, N. (2025). Strategi Pemasaran Cicil Emas Dan Tabungan Emas Sebagai Produk Unggulan Di Lembaga Keuangan Syari'ah: Studi Kasus pada Bank Syari'ah Indonesia dan Pegadaian Syari'ah di NTB. *IQTISHOD: Jurnal Pemikiran Dan Hukum Ekonomi Syariah*, 4(1), 68–94.
- Archer, M. D. (2012). *Getting Started in Currency Trading,+ Companion Website: Winning in Today's Market* (Vol. 95). John Wiley & Sons.
- Azan, M. (2022). *Pengaruh promosi Terhadap Peningkatan Jumlah nasabah Pada Produk Tabungan Emas (Studi Pada Pegadaian Syariah Cabang Palu Plaza)*. Universitas Islam Negeri Datokarama Palu.
- Barus, A. C., Firza, S. U., Halim, F., & Ginting, L. T. B. (2024). Investment volatility during red sea crisis: Study in Asean country. *Edelweiss Applied Science and Technology*, 8(4), 1065–1076.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2017). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Thousand Oaks, Calif: Sage publications.
- Edi Wijaya Kusuma, I. M., & Dewi, L. G. K. (2019). Pengaruh Kinerja Lingkungan pada Nilai

- Perusahaan dengan Good Corporate Governance Sebagai Variabel Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi*, 26(3), 2183. <https://doi.org/10.24843/EJA.2019.v26.i03.p19>
- Harahap, S. (2024). Peran Ekonomi Syariah Dan Ekonomi Kreatif Sebagai Sumber Pertumbuhan Ekonomi. *Al-Masharif: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Keislaman*, 12(2).
- Indriani, E. (2022). *Pengaruh Strategi Pemasaran dan Harga Emas Terhadap Minat Masyarakat dalam Menggunakan Produk Tabungan Emas*. Jakarta: Universitas Islam Indonesia.
- Irawan, H., Dianita, I., & Mulya, A. D. S. (2021). Peran bank syariah Indonesia dalam pembangunan ekonomi nasional. *Jurnal Asy-Syarikah: Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3(2), 147–158.
- Khairunisa, N. S., Safitri, D. R., Angelia, D., Taufan, M., & Sihalo, E. D. (2019). Produktivitas dan depresi di Indonesia: Analisis data Indonesia family life survey 2014. *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan*, 27(2), 75–84.
- Kurniawan, D., Maulana, A., & Shihab, M. S. (2023). Faktor-faktor yang mempengaruhi niat beli emas melalui mobile banking. *Referensi Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 11(2), 34–49.
- Lawrence, S. (2022). Gold Rush Archaeology. *The Oxford Handbook of Industrial Archaeology*, 95.
- LUTFIANI, N. (2022). *Pengaruh Keamanan, Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.
- McDonald, H. B. M. dan W. J. K. (1999). *Marketing Plans That Work* (1st ed.). Jakarta: Erlangga.
- McMillan, L. G. (2004). *McMillan on options* (Vol. 229). John Wiley & Sons.
- Meidi, A. R., Amir, A., & Isnaeni, N. (2024). Pengaruh Pendapatan, Pengetahuan, Promosi dan Harga Emas Terhadap Keputusan Mitra Bank Berinvestasi Emas di BSI Kota Jambi. *SANTRI: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 2(4), 142–155.
- Mufaini, L. A., Mutia, A., & Ismadharliani, A. (2024). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat dalam Menggunakan Tabungan Emas (Studi pada Bank Syariah Indonesia KCP Muara Bulian). *Bertuah Jurnal Syariah Dan Ekonomi Islam*, 5(3), 512–523.
- Nawawi, Z. M., & Yusliani, Y. (2025). Analisis Strategi Pemasaran Produk Cicil Emas di Tengah Fluktuasi Harga: Studi Kasus BSI KCP Kejuruan Muda. *Journal Economic Excellence Ibnu Sina*, 3(2), 60–69.
- Prihatni, R., Baroto, Y., Simbolon, H. O., Amalia, D., Meirsha, I. D. M. T., Azis, S. A., & Sastraatmadja, A. H. M. (2024). *Analisis Literasi Keuangan Dan Inklusi Keuangan Di Indonesia: Strategi untuk Meningkatkan Kesejahteraan Finansial Masyarakat*. Bandung: Penerbit Widina.
- Rahmah, A. T., & Fasa, M. I. (2024). Pengaruh Transformasi Digital Dan Pengembangan Financial Technology (Fintech) Terhadap Inovasi Layanan Perbankan Syariah. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 2(10).
- Rahman, S. (2021). Pengaruh tingkat harga dan Strategi pemasaran produk Tabungan Emas terhadap minat bertransaksi di Pegadaian Syariah Cabang Gorontalo. *MUTAWAZIN (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 2(1), 71–83.
- Rida, A. (2020). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Produk Tabungan Emas Di Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh*. Aceh: UIN Ar-Raniry.
- Safitri, C., & Fasa, M. I. (2024). Strategi Digital Marketing Dalam Meningkatkan Aksesibilitas Layanan Bank Syariah Di Era 4.0. *Jurnal Intelek Dan Cendekiawan Nusantara*, 1(5).
- Santoso, A. E., & Sopingi, I. (2025). Implementasi Akad Murabahah dan Dampaknya Pada Produk Cicil Emas di Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Kediri Pare. *JIES: Journal of Islamic Economics Studies*, 6(1), 13–23.
- Saptawati, Y. (2019). *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Keamanan & Manfaat Mobile Banking Terhadap*

- Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Bulukumba.*
- Shakil, M. H., Mustapha, I. haq M., Tasnia, M., & Saiti, B. (2018). Is gold a hedge or a safe haven? An application of ARDL approach. *Journal of Economics, Finance and Administrative Science*, 23(44), 60–76.
- Sugiyono, S. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Syam, N. (2022). *Model Analisis Teori Sosial*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Syarofi, M. (2020). Pengaruh Pendapatan dan Konsumsi Rumah Tangga Terhadap Kesejahteraan Keluarga Petani Cabai Dusun Karangsono Desa Grenden Kecamatan Puger Kabupaten Jember. *Al-Tsaman: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 2(1), 21–40.
- Vaerus, L., & Nuriyah, A. (2022). Strategi Pemasaran Produk Gadai Emas pada Bank Syariah Indonesia KCP Pancor. *Manfaat: Journal of Islamic Business and Management*, 2(2), 1–16.
- Wiguna, C., & Thohari, A. N. A. (2019). Analisis Value chain Dalam Desain Alert System Pengajuan Jabatan Fungsional Dosen. *Jurnal Informatika*, 4(1), 11–15.
- Yeniley, U. (2025). The Role of Gold ETFs in Market Stability, Price Discovery, and Economic Dynamics during Crises. *Asian Journal of Economics, Business and Accounting*, 25(1), 60–74.