



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

SKRIPSI TERAPAN



“PENGARUH *DIRECT* MARKETING, KEPERCAYAAN DAN PENGETAHUAN PRODUK TERHADAP MINAT NASABAH BERINVESTASI PADA PRODUK CICIL EMAS”
STUDI KASUS PADA BANK MANDIRI SYARIAH KC DEPOK

Disusun Oleh:
Muhammad Syahrul Prayitno
NIM.4417020057

**PROGRAM STUDI D4 KEUANGAN DAN PERBANKAN
SYARIAH**

**JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

2020/2021



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

SKRIPSI TERAPAN



“PENGARUH *DIRECT MARKETING*, KEPERCAYAAN DAN PENGETAHUAN PRODUK TERHADAP MINAT NASABAH BERINVESTASI PADA PRODUK CICIL EMAS”
(STUDI KASUS PADA BANK MANDIRI SYARIAH KC DEPOK)

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Pendidikan Sarjana Terapan Pada Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta

Disusun Oleh:
Muhammad Syahrul Prayitno
NIM. 4417020057

PROGRAM STUDI D4 KEUANGAN DAN PERBANKAN SYARIAH

JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

AGUSTUS 2021



Hak Cipta :

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

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan bahwa yang tertulis di dalam skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri bukan jiplakan orang lain baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat, gagasan, atau temuan orang lain yang terdapat dalam skripsi ini telah saya kutip dan saya rujuk sesuai dengan etika ilmiah.

Nama : Muhammad Syahrul Prayitno

NIM : 4417020057

Tanda Tangan :



Tanggal : 10 Agustus 2021

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Muhammad Syahrul Prayitno

NIM : 4417020057

Program Studi : Keuangan dan Perbankan Syariah

Judul Skripsi : Pengaruh *Direct Marketing*, Kepercayaan dan Pengetahuan Produk terhadap Minat Nasabah Berinvestasi Emas

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan pada Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta

DEWAN PENGUJI

Ketua Penguji : Aminah, S.E.,M.M. ()

Anggota Penguji : Dr. Sylvia Rozza, S.E.,M.M. ()

DISAHKAN OLEH KETUA JURUSAN AKUNTANSI

Ditetapkan di : Depok

Tanggal : 10 Agustus 2021

Ketua Jurusan Akuntansi



(Dr. Sabar Warsini, S.E, M.M.)

NIP.196404151990032002

Hak Cipta :

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



Hak Cipta :

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

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Muhammad Syahrul Prayitno

NIM : 4417020057

Program Studi : Keuangan dan Perbankan Syariah

Judul Skripsi : Pengaruh *Direct Marketing*, Kepercayaan dan Pengetahuan Produk terhadap Minat Nasabah Berinvestasi Emas

Disetujui oleh :

Pembimbing 1

(Dr. Sylvia Rozza, S.E., M.M.)
NIP. 19620081991032001

Pembimbing 2

(Ady Arman, S.Pd., M.KI.)
NIP. 198004082015041001

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

Ketua Program Studi

(Ida Syafrida, S.E., M.Si.)

NIP. 197602042005012001



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademis Politeknik Negeri Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Syahrul Prayitno
NIM : 4417010057
Program Studi : Sarjana Terapan Keuangan dan Perbankan Syariah
Jurusan : Akuntansi
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Jakarta **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Pengaruh *Direct Marketing*, Kepercayaan dan Pengetahuan Produk Terhadap Minat Nasabah Berinvestasi Emas (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri KC Depok)”

Dengan hak bebas royalti noneksklusif ini Politeknik Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia atau mengformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok

Pada tanggal : 10 Agustus 2021

Yang menyatakan,

Muhammad Syahrul Prayitno

Hak Cipta :

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



KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamin, puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberi rahmat, nikmat, karunia dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Skripsi ini berjudul “Pengaruh *Direct Marketing*, Kepercayaan dan Pengetahuan Produk Terhadap Minat Nasabah Berinvestasi Emas (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri KC Depok)”.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat kelulusan Program Diploma IV Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta. Dalam penyelesaian skripsi terapan ini penulis mendapatkan banyak bantuan dan nasihat dari berbagai pihak dan terlebih kedua orang tua yang saya cintai mama dan papa serta saudara kandung tercinta uni dan uda yang selama ini selalu memberikan dukungan baik moral maupun materil serta doa-doa yang tak pernah putus sehingga dapat diselesaikannya skripsi terapan ini. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih hanya Allah yang dapat membalas dan pada kesempatan ini juga penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. sc. H. Zainal Nur Arifin, Dipl-Ing. HTL., M.T. selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Ibu Dr. Sabar Warsini, S.E., M.M. selaku Ketua Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta.
3. Ibu Ida Syafrida, S.E., M.Si., selaku Kepala Program Studi Sarjana Terapan Keuangan dan Perbankan Syariah selaku dosen pada beberapa mata kuliah kompetensi program studi. Terima Kasih atas dedikasi yang telah diberikan selama perkuliahan.
4. Ibu Dr. Sylvia Rozza, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, saran, support serta arahan dalam penyusunan skripsi dengan sangat baik.

Hak Cipta :

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



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

5. Bapak Ady Arman, S.Pd., M.KI, selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran, semangat serta arahan dalam penyusunan skripsi dengan sangat baik.
6. Seluruh dosen Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta, khususnya dosen Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat.
7. Seluruh staf administrasi dan karyawan yang telah baik dan sabar dalam memberikan pelayanan kepada mahasiswa.
8. Keluarga tercinta, ayah Ritwan dan ibu Supriyanti dan kedua adikku yaitu Selly dan Nada yang senantiasa selalu mendoakan, memberikan dukungan baik secara materi dan non materi serta memberikan semangat tiada henti.
9. Fairuz Atikah Mufidah dan teman - teman TLB SQUAD yang selalu menyemangati, memberi saran serta bantuan selama masa perkuliahan hingga selesainya skripsi ini.
10. Teman-teman Keuangan dan Perbankan Syariah 2017 dan UKM Catur PNJ yang selalu saling menyemangati serta berbagi informasi.
11. Seluruh pihak yang membantu dalam pengerjaan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu persatu.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi rekan mahasiswa-mahasiswi yang membutuhkannya dalam menambah wawasan.

Depok, 10 Agustus 2021
Penulis

Muhammad Syahrul Prayitno
NIM : 4417020057



Muhammad Syahrul Prayitno
Keuangan dan Perbankan Syariah

Pengaruh *Direct Marketing*, Kepercayaan dan Pengetahuan Produk terhadap Minat Nasabah Berinvestasi Emas (Studi Kasus BSM KC Depok)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Direct Marketing*, Kepercayaan dan Pengetahuan Produk terhadap minat nasabah berinvestasi emas. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Data penelitian ini menggunakan data primer melalui kuesioner yang dibagikan kepada 60 responden yang merupakan nasabah berinvestasi emas di Bank Syariah Mandiri KC Depok. Hasil penelitian dengan uji regresi linear berganda menunjukkan bahwa *direct marketing*, kepercayaan dan pengetahuan produk memiliki hubungan yang positif dan signifikan secara simultan. Secara parsial *direct marketing* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi emas sedangkan, kepercayaan dan pengetahuan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi emas. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi Bank Syariah Mandiri dalam menyusun strategi promosi untuk meningkatkan minat masyarakat untuk berinvestasi emas.

Kata kunci : *Direct Marketing*, Kepercayaan, Pengetahuan Produk, dan Minat Nasabah Berinvestasi Emas

Hak Cipta :

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



Muhammad Syahrul Prayitno
Islamic and Banking Finance

**The Effect of *Direct Marketing, Trust and Product Knowledge on Customer's
in Investing Gold (Case Study at Bank Mandiri Syariah KC Depok)***

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of Direct Marketing, Trust and Product Knowledge on customer interest in investing in gold. The method used in this research is quantitative. This research data uses primary data through questionnaires distributed to 60 respondents who are customers of investing in gold at Bank Syariah Mandiri KC Depok. The results of the study using multiple linear regression tests showed that direct marketing, trust and product knowledge had a positive and significant relationship simultaneously. Partially, the direct marketing has no positive and insignificant effect on the interest in investing in gold, while the trust and the product knowledge have a positive and significant effect on the interest in investing in gold. The results of this study are expected to be useful for Bank Syariah Mandiri in developing promotional strategies to increase public interest in investing in gold.

Keyword : *Direct Marketing, Trust and Product Knowledge on Customer Interest in Investing in Gold.*

Hak Cipta :

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



Hak Cipta :

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

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	v
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian.....	5
1.3 Pertanyaan Penelitian	6
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	7
1.6 Sistematika Penulisan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 <i>Direct Marketing</i>	10
2.1.2 Kepercayaan.....	12
2.1.3 Pengetahuan Produk	15
2.1.4 Minat.....	16
2.1.5 Investasi Cicil Emas.....	18
2.2 Penelitian Terdahulu	20
2.3 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis	24
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	26
3.1 Jenis Penelitian.....	26
3.2 Objek Penelitian	26
3.3 Metode Pengambilan Sampel.....	26
3.4 Jenis dan Sumber Data Penelitian	27
3.5 Metode Pengumpulan Data Penelitian	27
3.6 Operasionalisasi Variabel	28
3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner.....	31
3.7.1 Uji Validitas Kuesioner	31
3.7.2 Uji Reliabilitas Kuesioner.....	32
3.7.3 Uji Asumsi Klasik	32
3.7.4 Analisis Linier Berganda	33
3.7.5 Uji Hipotesis	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	35
4.1 Hasil Penelitian	35



Hak Cipta :

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

4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	35
4.1.2 Karakteristik Responden.....	36
4.2 Pembahasan.....	39
4.2.1 Uji Validitas dan Reliabilitas (Pre-test)	39
4.2.2 Uji Validitas dan Reliabilitas	40
4.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	42
4.2.4 Analisis Linier Berganda	44
4.2.5 Uji Hipotesis	45
4.3 Pembahasan Hipotesis.....	47
4.3.1 Pengaruh <i>Direct Marketing</i> terhadap Minat Berinvestasi Emas	47
4.3.2 Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Berinvestasi Emas	48
4.3.3 Pengaruh Pengetahuan Produk terhadap Minat Berinvestasi Emas	49
4.3.4 Pengaruh <i>Direct Marketing</i> , Kepercayaan dan Pengetahuan Produk terhadap Minat Berinvestasi Emas	50
BAB V PENUTUP.....	51
5.1 Kesimpulan	51
5.2 Saran.....	52
DAFTAR PUSTAKA.....	53
LAMPIRAN.....	56

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Nasabah Cicil Emas	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	27
Tabel 3.2 Skala Likert	31
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	37
Tabel 4.2 Usia Responden.....	37
Tabel 4.3 Tempat Tinggal Responden	37
Tabel 4.4 Lama Menjadi Nasabah BSM	38
Tabel 4.5 Lama Menjadi Nasabah Cicil Emas.....	38
Tabel 4.6 Uji Validitas Responden (Pre-Test)	39
Tabel 4.7 Uji Reliabilitas Responden (Pre- Test)	40
Tabel 4.8 Uji Validitas	41
Tabel 4.9 Uji Reliabilitas	42
Tabel 4.10 Uji Normalitas.....	42
Tabel 4.11 Uji Multikolinieritas.....	43
Tabel 4.12 Uji Linier Berganda	44
Tabel 4.13 Uji T (Parsial).....	45
Tabel 4.14 Uji F (Simultan)	46
Tabel 4.15 Uji Koefisien Determinasi	47

Hak Cipta :

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

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



Hak Cipta :

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

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Hipotesis Penelitian.....23





Hak Cipta :

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

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	57
Lampiran 2 Hasil Uji Validitas	61
Lampiran 3 Hasil Uji Reliabilitas	64
Lampiran 4 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	65
Lampiran 5 Hasil Uji Regresi	66





Hak Cipta :

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

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Awal mula adanya perkembangan industri perbankan syariah Indonesia dimulai dengan adanya aspirasi yang dilakukan oleh masyarakat Indonesia yang mayoritas beragama Islam untuk memiliki sebuah alternatif sistem perbankan yang Islami. Perkembangan dunia perbankan terus mengalami kemajuan yang signifikan. Kegiatan bank syariah pada dasarnya merupakan perluasan jasa perbankan bagi masyarakat yang membutuhkan dan menghendaki pembayaran imbalan yang tidak didasarkan pada sistem bunga melainkan atas prinsip bagi hasil yang sesuai prinsip syariah (Rivai, 2010). Perkembangan perbankan yang didasarkan kepada konsep dan prinsip ekonomi Islam merupakan suatu inovasi dalam sistem perbankan internasional. Disamping itu manusia juga memiliki keinginan untuk berinvestasi, yang biasanya dapat berupa tanah, bangunan atau logam mulia yang menjaga harta kekayaan mereka di tengah merosotnya nilai uang.

Pembiayaan merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan oleh bank syariah, selain kegiatan penghimpunan dana melalui investasi, simpanan dan pembukaan rekening tabungan. Pembiayaan atau *financing* juga merupakan salah satu bentuk pendanaan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun lembaga. Dengan kata lain pembiayaan adalah pendanaan yang dikeluarkan untuk mendukung investasi yang telah direncanakan (Arifin, 2010).

Emas merupakan salah satu jenis logam mulia yang paling banyak peminat khususnya karena menjadi salah satu alternatif investasi jangka panjang. Hal ini terjadi karena investasi emas tergolong mudah dan minim terjadinya risiko yang besar.

Menurut Baur dan Lucey (2010) investasi emas memiliki kelebihan jika dibandingkan dengan investasi yang lain yaitu memiliki nilai yang melekat pada benda itu dan nilai yang nyata sesuai benda fisiknya. Peluang bisnis yang menguntungkan dalam investasi emas membuat banyak perusahaan berlomba-



Hak Cipta :

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

lomba dalam meluncurkan produk emas, diantaranya perbankan di Indonesia. Dalam hal ini perbankan di Indonesia bersaing dalam memasarkan dan mengeluarkan produk emas seperti gadai emas, tabungan emas, maupun pembiayaan emas.

Logam mulia emas yang sering disebut *barometer of fear* yang berarti ketika orang merasa cemas dengan situasi perekonomian saat ini sehingga mereka mengambil keputusan untuk membeli emas untuk melindungi kekayaannya. Situasi yang dimaksud adalah terjadinya inflasi, dimana logam emas merupakan sarana penyimpanan yang baik dan tahan pada saat terjadinya inflasi dan deflasi (Arumdati, 2011).

Produk pembiayaan yang banyak diminati nasabah pada Bank Syariah Mandiri salah satunya adalah produk cicil emas. Cicil emas adalah pembiayaan kepemilikan emas dengan menggunakan akad murabahah yang artinya akad penyediaan barang berdasarkan sistem jual beli dan bank sebagai penjual menyediakan kebutuhan nasabah dengan harga perolehan ditambah keuntungan yang disepakati. Jenis emas yang dibiayai adalah emas lantakan (batangan) minimal 5 gram maksimal 250 gram. Nilai pembiayaan jenis emas batangan maksimal 80% dari harga beli dengan uang muka 20% dan biaya administrasi 1% dari pembiayaan cicil emas. Nilai maksimal pembiayaan cicil emas adalah Rp150.000.000 (Syariah Mandiri, 2020).

Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) Nomor: 77/DSN-MUI/V/2010 tentang jual beli emas secara tidak tunai menjelaskan bahwa pada cicil emas itu diperbolehkan selama emas tidak menjadi alat tukar (uang), baik melalui jual beli biasa atau jual beli murabahah. Dalam transaksi ini ada tiga batasan dan ketentuan sebagai berikut:

- Harga jual (*tsaman*) tidak boleh bertambah selama jangka waktu perjanjian meskipun ada perpanjangan waktu setelah jatuh tempo.
- Emas yang dibeli dengan pembayaran tidak tunai boleh dijadikan jaminan (*rahn*).
- Emas yang dijadikan jaminan sebagaimana dimaksud dalam angka tidak boleh diperjualbelikan atau dijadikan obyek akad lain yang menyebabkan perpindahan kepemilikan (DSN-MUI, 2010).

Menurut surat edaran BI Nomor 14/7/DPBS tanggal 29 Februari 2012 tentang produk Qardh beragunan emas bagi bank Syariah dan unit usaha Syariah, BI berupaya untuk menghindari unsur spekulasi dan risiko atau permasalahan yang mungkin timbul dalam bisnis gadai emas dan investasi emas. Berdasarkan keputusan BI tersebut, investasi emas hanya dapat dilakukan di bank Syariah dan unit usaha Syariah.

Produk cicil emas termasuk salah satu yang diminati oleh nasabah pada Bank Syariah Mandiri KC Depok. Hal ini bisa dilihat pada tabel perkembangan produk cicil emas pada tahun 2017/2020 di bawah ini:

Tabel 1.1
Produk cicil emas Bank Syariah
Mandiri KC Depok

Tahun	Jumlah nasabah	Harga Emas (Rp)/Gr
2017	81 orang	874.618
2018	96 orang	873.915
2019	108 orang	872.910
2020	150 orang	874.910

Sumber: Bank Syariah Mandiri

Berdasarkan tabel di atas, pada tahun 2017 jumlah nasabah cicil emas sebanyak 81 orang dengan persentase 18,6%. Pada tahun 2018 jumlah nasabah sebanyak 96 orang dengan persentase 22%. Tahun 2019 jumlah nasabah sebanyak 108 orang dengan persentase 24,8%, dan pada tahun 2020 jumlah nasabah meningkat sebanyak 150 orang dengan persentase 34,4%. Jumlah nasabah dan total pecahan emas di Bank Syariah Mandiri KC Depok saat ini mengalami peningkatan walaupun belum signifikan. Peningkatan tertinggi investasi cicil emas ini terjadi pada tahun 2020 yaitu sebesar 150 orang. Penjualan produk cicil emas ini sangat berkaitan erat dengan strategi promosi yang digunakan oleh Bank Syariah Mandiri KC Depok. Jadi, untuk meningkatkan penjualan produk cicil emas, maka diperlukan strategi promosi yang tepat agar mencapai target dan tujuan yang sudah ditetapkan.

Menurut Tjiptono (2015), *Direct Marketing* merupakan alat promosi yang bersifat interaktif dengan memanfaatkan satu atau berbagai macam media



Hak Cipta :

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

iklan yang bertujuan untuk menimbulkan respon yang terukur. Kegiatan promosi ini dilaksanakan mulai pada perencanaan, penentuan produk, harga, distribusi, dan cara mempromosikannya dengan maksud memuaskan kepentingan nasabah. Dalam kegiatan promosi sangat diperlukan konsep dan strategi. Strategi inilah yang kemudian digunakan untuk memenuhi tujuan bank, baik jangka pendek maupun jangka panjang. Strategi yang tepat harus disesuaikan dengan kebutuhan dan kemampuan nasabah. Strategi promosi merupakan ujung tombak bagi bank untuk mengenalkan dan memasarkan keunggulan produknya. Tetapi strategi promosi tidak akan optimal apabila produk yang ditawarkan diduga kurang memiliki daya saing dibandingkan dengan produk pesaing. Berdasarkan Pra Survey yang dilakukan peneliti diketahui bahwa dari alat-alat promosi yang digunakan BSM KC Depok untuk mempromosikan produk cicil emas, *Direct Marketing* adalah yang paling banyak digunakan pada produk cicil emas. Salah satu bentuknya melalui brosur dan katalog. Namun masyarakat belum sepenuhnya memahami produk cicil emas sehingga Bank Syariah Mandiri diduga kurang optimal dalam melakukan *direct marketing* atau pemasaran secara langsung.

Menurut Priansa (2017), kepercayaan merupakan suatu pondasi dari suatu bisnis untuk membangun dan menciptakan loyalitas konsumen. Kepercayaan konsumen hadir ketika mereka mendapatkan kepastian dari penyedia jasa. Berdasarkan survey wawancara dengan nasabah di Bank Syariah Mandiri KC Depok, kepercayaan nasabah akan produk ini masih belum sepenuhnya utuh. Karena minimnya informasi yang diberikan penyelia jasa. Hal ini diduga dapat menjadi salah satu yang mempengaruhi minat nasabah untuk berinvestasi cicil emas.

Menurut Suwarman (2015), pengetahuan produk adalah suatu kumpulan yang mana didalamnya terdapat berbagai macam informasi mengenai produk tersebut. Pengetahuan produk juga sangat diperlukan untuk memudahkan penyampaian pesan dan informasi agar dapat menarik minat nasabah dalam investasi cicil emas. Jika nasabah sudah merasa cukup akan informasi tentang produk cicil emas maka tidak sulit untuk menarik minat nasabah baru untuk menggunakan produk cicil emas di Bank Syariah Mandiri. Berdasarkan survey



Hak Cipta :

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



Hak Cipta :

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

peneliti terhadap masyarakat dan nasabah bank dapat diketahui bahwa nasabah masih mempunyai informasi yang minim dan ragu terhadap produk cicil emas di BSM KC Depok. Sehingga, kurangnya pengetahuan diduga dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan nasabah dalam menggunakan produk cicil emas.

Beberapa penelitian yang relevan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut. Penelitian Meiditya (2020) menunjukkan bahwa promosi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi cicil emas. Alat promosi yang paling dominan digunakan untuk mempromosikan Bank Syariah Mandiri adalah *personal selling* dan *advertising*. Sementara penelitian Khazanah (2016) menunjukkan bahwa pendapatan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan menjadi seorang nasabah. Karena semakin tinggi tingkat pendapatan seseorang maka ia lebih mementingkan keamanan modalnya dibandingkan nisbah bagi hasilnya.

Dari latar belakang yang sudah dipaparkan oleh penulis. Penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“Pengaruh *Direct Marketing*, Kepercayaan dan Pengetahuan Produk Terhadap Minat Nasabah Berinvestasi pada Produk Cicil Emas: Studi Kasus pada Bank Syariah Indonesia KC Depok”**.

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Saat ini produk cicil emas merupakan salah satu produk yang sedang mengalami peningkatan minat nasabah setiap tahunnya karena dapat dimanfaatkan sebagai investasi jangka panjang. Berdasarkan Pra Survey yang dilakukan peneliti diketahui bahwa dari alat-alat promosi yang digunakan BSM KC Depok, untuk mempromosikan produk cicil emas, *direct marketing* adalah yang paling banyak digunakan pada produk cicil emas di BSM KC Depok. Namun masyarakat belum sepenuhnya memahami produk cicil emas sehingga Bank Syariah Mandiri diduga kurang optimal dalam melakukan *direct marketing* atau pemasaran secara langsung.



Hak Cipta :

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

2. Kepercayaan menjadi indikator penting dalam mempengaruhi keputusan menggunakan suatu produk. Kepercayaan konsumen hadir ketika mereka mendapatkan kepastian dari penyedia jasa. Akan tetapi, kepercayaan nasabah pada investasi cicil emas diduga belum utuh di tengah banyaknya pesaing antar bank Syariah yang juga mempunyai produk cicil emas.
3. Pengetahuan produk sangat berpengaruh untuk memudahkan penyampaian pesan dan informasi agar nasabah merasa tercukupi atas informasi seputar investasi cicil emas. Jika nasabah sudah cukup mempunyai informasi terkait produk investasi cicil emas yang dipromosikan dengan *direct marketing* sehingga dikenal dengan nama produk E-Emas, maka akan memudahkan pihak bank menarik nasabah untuk berinvestasi. Kurangnya pengetahuan diduga sebagai sebab munculnya keraguan atas investasi cicil emas yang sesuai dengan syariat Islam.

1.3 Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana pengaruh *Direct Marketing* terhadap minat nasabah dalam berinvestasi emas pada Bank Syariah Mandiri KC Depok?
2. Bagaimana pengaruh Kepercayaan terhadap minat nasabah dalam berinvestasi emas pada Bank Syariah Mandiri KC Depok?
3. Bagaimana pengaruh Pengetahuan Produk terhadap minat nasabah berinvestasi emas pada Bank Syariah Mandiri KC Depok?
4. Bagaimana pengaruh Direct Marketing, Kepercayaan dan Pengetahuan Produk secara simultan terhadap minat nasabah berinvestasi cicil emas pada Bank Syariah Mandiri KC Depok?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh *Direct Marketing* terhadap minat nasabah dalam berinvestasi emas pada Bank Syariah Mandiri KC Depok.
2. Untuk menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap minat nasabah dalam berinvestasi emas pada Bank Syariah Mandiri KC Depok.
3. Untuk menganalisis pengaruh pengetahuan produk terhadap minat nasabah berinvestasi emas pada Bank Syariah Mandiri KC Depok.

4. Untuk menganalisis pengaruh *Direct Marketing*, Kepercayaan dan Pengetahuan Produk secara simultan (Bersama sama) terhadap minat nasabah berinvestasi cicil emas pada Bank Syariah Mandiri KC Depok.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis bagi beberapa pihak yang terkait didalamnya sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Dapat memberikan manfaat sebagai referensi bagi pengembangan ilmu terkait topik yang sama dengan penelitian dan dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam penyusunan penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini digunakan untuk mengaplikasikan ilmu ekonomi yang berfokus pada ekonomi Islam khususnya perbankan Syariah, serta dapat meningkatkan mengenai pengaruh promosi *direct marketing*, kepercayaan dan pengetahuan produk terhadap minat nasabah berinvestasi pada produk cicil emas

b. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran dan penjelasan mengenai manfaat dari promosi, kepercayaan dan pengetahuan produk terhadap minat nasabah pada produk cicil emas.

c. Bagi Bank Syariah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dan informasi tambahan bagi Lembaga perbankan Syariah dalam menghimpun dana dan mengelola dana dan dapat menarik minat nasabah untuk memakai jasa perbankan Syariah. Serta dapat digunakan sebagai bahan evaluasi yang selanjutnya dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam memecahkan suatu permasalahan yang relevan.



Hak Cipta :

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



1.6 Sistematika Penulisan

Untuk lebih mempermudah penulis dalam penyelesaian permasalahan yang diteliti dengan tujuan agar nantinya penulis lebih terfokus dalam melakukan sebuah penelitian dan mudah dipahami, kemudian penulis menguraikan sistematika penulisan yang terdiri dari tiga bab, yaitu:

- | | |
|-------|---|
| BAB 1 | <p>PENDAHULUAN</p> <p>Bab 1 memuat pendahuluan yang terdiri dari latar belakang penelitian yang menjelaskan sebab timbulnya masalah, rumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan yang menggambarkan kerangka pembahasan antar bab yang saling berhubungan dan berkaitan satu dengan lainnya.</p> |
| BAB 2 | <p>KAJIAN PUSTAKA</p> <p>Dalam bab ini akan diuraikan mengenai landasan teori yang berhubungan dengan penelitian, penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini, beserta kerangka berfikir dari pengembangan hipotesis</p> |
| BAB 3 | <p>METODOLOGI PENELITIAN</p> <p>Dalam bab ini akan berisikan mengenai metodologi penelitian yang digunakan, jenis penelitian, objek penelitian, metode pengambilan sampel, jenis dan sumber data penelitian, metode pengumpulan data dan metode analisis data.</p> |
| BAB 4 | <p>HASIL PENELITIAN</p> <p>Dalam bab ini penulis mendeskripsikan profil perusahaan yang menjadi sampel dari penelitian, deskripsi variabel penelitian mengenai variabel dependen dan independen, serta menjabarkan hasil penelitian berupa data angka dan penjelasannya.</p> |

Hak Cipta :

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

BAB 5

PENUTUP

Dalam bab ini berisi kesimpulan pembahasan dari awal hingga akhir yang dilanjutkan dengan pemberian saran yang berkaitan dengan penelitian ini.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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



Hak Cipta :

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

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pengolahan data dan hasil analisis data yang dijelaskan pada bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Direct Marketing* tidak memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat berinvestasi emas di Bank Syariah Mandiri KC Depok. Artinya nasabah melihat dan mengetahui bahwa BSM penting untuk melakukan pemasaran secara online untuk produk cicil emas dengan memanfaatkan media sosial seperti twitter, instagram ataupun facebook. Oleh karena itu BSM penting untuk menggiatkan pemasaran secara online pada produk cicil emas.
2. Kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah berinvestasi emas di Bank Syariah Mandiri KC Depok. Indikator paling kuat yang mempengaruhi yaitu, nasabah percaya bahwa BSM jujur dan transparan dalam memberikan segala informasi tentang produk cicil emas. Sedangkan hal yang tidak berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah adalah dikarenakan ketidakpahaman mereka dalam hal itu.
3. Pengetahuan Produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah berinvestasi emas di Bank Syariah Mandiri KC Depok. Indikator paling kuat yang mempengaruhi yaitu, nasabah memahami manfaat produk cicil emas dan item yang kurang berpengaruh yaitu nasabah belum sepenuhnya memahami persyaratan untuk berinvestasi emas di Bank Syariah Mandiri.
4. Variabel *direct marketing* (X_1), Kepercayaan (X_2), dan Pengetahuan Produk (X_3) secara simultan menunjukkan hasil berpengaruh positif dan signifikan.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan, maka penulis menyampaikan saran yang dapat menjadi masukan baik perusahaan maupun penelitian selanjutnya.

Disarankan kepada BSM agar meningkatkan minat masyarakat terhadap investasi emas di Bank Syariah Mandiri, terutama ketika ingin menasar masyarakat berusia muda atau para milenial. Artinya untuk menambah dan meningkatkan minat masyarakat, hendaklah Bank Syariah Mandiri KC Depok terus melakukan kegiatan promosi agar menarik minat untuk berinvestasi emas dengan memanfaatkan sosial media seperti instagram, facebook, twitter dan memasarkan produk cicil emas melalui media iklan. Kemudian kepercayaan nasabah terhadap produk cicil emas ini masih bisa ditingkatkan, karena penelitian ini masih ditemukan nasabah yang kurang mengetahui bahwa BSM melakukan pelayan yang baik. Maka disarankan para marketing pembiayaan cicil emas untuk terus meningkatkan kualitas dan kinerjanya agar semakin besar rasa kepercayaan yang tumbuh pada produk ini.

Hak Cipta :

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





DAFTAR PUSTAKA

- Adji, Jennifer dan Hatane Semuel. (2014). *Pengaruh Satisfaction dan Trust Terhadap Minat Beli Konsumen (Purchase Intention) Di Starbucks the Square Surabaya*. Jurnal Manajemen Pemasaran Petra. Vol. 2, No. 1
- Afzal, Arie dan Abdul Rohman. 2012. “*Pengaruh Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan, dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan*”. Diponegoro Journal of Accounting, Volume.1, No.2. Hal 1-9
- Agus, Hermawan. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Akbar dan Parvez. (2009). *Impact of Service Quality, Trust, and Customer Satisfaction on Customers Loyalty*, ABAC Journal. Vol. 29, No. 1.
- Al Arif, M. Nur Rianto. (2010). *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Alfabeta: Bandung.
- Al - Qur'an dan Terjemahannya. (2018). Jakarta: PT Suara Agung.
- Annual Report. (2021, Maret 7). Gambaran Umum Bank Syariah Mandiri. https://www.mandirisyariah.co.id/assets/pdf/annualreport/Bank-Syariah_mandiri-Annual-Report2021
- Ardianto, Elvinaro dan Soemirat, Soleh. (2015). Dasar- Dasar Public Relation. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Arumdati, D. (2011). *Cara Kaya Dengan Investasi Emas*. Ed. 1. Yogyakarta: Araska Publisher
- Baur, D.G. and B.M. Lucey (2010), *Flights and contagion – An empirical analysis of stock-bond correlations*, *Journal of Financial Stability*. h. 339-352
- Cicil Emas. (2021, Maret 08). Retrieved from Bank Syariah Mandiri: <https://www.mandirisyariah.co.id/consumer-banking/emas/cicil-emas>
- Dwi, Kusuma dan Nindria .(2014). “ *Pengaruh Pengetahuan Produk terhadap Niat Beli Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening*.” *Jurnal Ilmu Manajemen*. Vol 2, No. 4

Hak Cipta :

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



Hak Cipta :

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

- Devano Agusli, Yohanes Sondang. (2013). “Analisa Pengaruh Dimensi Ekuitas Merek terhadap Minat Beli Konsumen Hotel Midtown Surabaya” dalam jurnal Manajemen Pemasaran Petra, Vol. 1, No. 2 h. 3
- Fatwa. (2021, Maret 5). Dewan Syariah Nasional. Retrieved from Jual Beli Emas Secara Tidak Tunai: <https://dsnmui.or.id/kategori/fatwa/page/6/>
- Rangkuti, Fredy. (2009). Strategi Promosi Yang Kreatif & Analisis Kasus Integrated Marketing Communication. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ghazali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Huda, Nurul dan Mustafa Edwin Nasution. (2008). Investasi Pada Pasar Modal Syariah. Jakarta: Kencana.
- Kasmir dan Jakfar. (2012). “Studi Kelayakan Bisnis Cetakan Kedelapan”. Jakarta: Prenadia Group.
- Kotler, Philip dan Lane, Keller. (2008). Manajemen Pemasaran, PT Gelora Aksara Pratama: Erlangga.
- Kotler. (2012). Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. (2011). Principle Of Marketing. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P dan Armstrong. (2012). Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jakarta: Erlangga
- Kussujaniatun, Sri. (2011). “ Pengaruh Pengetahuan Produk, Nilai dan Kualitas Yang Dipersepsikan terhadap Kepuasan Pelanggan Toyota”. Jurnal Bisnis dan Manajemen. Vol 5, No.1.
- Mardani. (2015). Hukum Sistem Ekonomi Islam cetakan ke-1, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Priansa, Doni Juni. (2017). Komunikasi Pemasaran Terpadu. Bandung: CV Pustaka Setia.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

- Priansa, Doni Juni. (2017). *Perilaku Konsumen : Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung : Alfabeta
- Riana, D. M. (2019). *Pengaruh Promosi dan Motivasi Terhadap Minat Nasabah Pada Produk Murabahah Logam Mulia Investasi Abadi (Mulia) Studi Pada Pegadaian Syariah UPS Pasar Tamin Bandar Lampung*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Sugiyono. (2013). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistiyari, I. N. (2012). *Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Oriflame*. Universitas Diponegoro: Semarang.
- Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen*. Edisi Kedua. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sunyoto, Danang. (2013) “Dasar Dasar Manajemen Pemasaran, Konsep, Strategi dan Kasus.” Yogyakarta: Penerbit Caps.
- Suryanto, M. (2007). “Marketing Strategi Top Brand Indonesia”. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Suryawardana, E. and T. E. Yani. (2015). "Analisis Pengaruh Reputasi, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum (Spbu) Di Kota Semarang." Vol.17.
- Tjiptono, Fandi. (2015). *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, CV. ANDI OFFSET, Yogyakarta.
- Veitzhal, Rivai. (2010). *Islamic Banking: Sistem Bank Islam Bukan Hanya Solusi Menghadapi Krisis Namun Solusi dalam Menghadapi Berbagai Persoalan Perbankan dan Ekonomi Global*, (Jakarta: PT Bumi Aksara) h. 29.



Hak Cipta :

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



Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Kuesioner Penelitian

“Pengaruh *Direct Marketing*, Kepercayaan dan Pengetahuan Produk terhadap Minat Nasabah Berinvestasi Cicil Emas (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri KC Depok)”

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Kepada Yth,

Nasabah Bank Syariah Mandiri

Dengan Hormat,

Perkenalkan saya Syahrul, mahasiswa tingkat akhir Politeknik Negeri Jakarta, Jurusan Akuntansi, Program Studi Keuangan dan Perbankan Syariah. Saat ini saya sedang mengumpulkan data untuk keperluan skripsi dengan melakukan penelitian mengenai Pengaruh *Direct Marketing*, Kepercayaan dan Pengetahuan Produk terhadap Minat Nasabah Investasi Cicil Emas.

Sehubungan dengan hal ini, saya memohon ketersediaan Bapak/Ibu/Sdr/i untuk berpartisipasi dalam penelitian ini dengan mengisi kuesioner. Pengisian kuesioner ini memakan waktu sekitar 3 – 5 menit. Hasil kuesioner ini akan dijaga kerahasiaannya dan hanya akan digunakan untuk keperluan penelitian. Atas partisipasinya, saya mengucapkan terima kasih. Sebelum mengisi pernyataan berikut, kami mohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/i untuk membaca terlebih dahulu petunjuk pengisian dan keterangan menjawab kuesioner:

Sebelum mengisi pernyataan berikut, kami mohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/i untuk membaca terlebih dahulu petunjuk pengisian dan keterangan menjawab kuesioner:

Petunjuk Pengisian	Keterangan		
	1. Bacalah terlebih dahulu pertanyaan dan pernyataan dengan cermat sebelum anda memulai jawabannya.	SS	Sangat Setuju
S		Setuju	Skor 4
KS		Kurang Setuju	Skor 3
2. Pilihlah jawaban yang sesuai dengan pendapat anda.	TS	Tidak Setuju	Skor 2
	STS	Sangat Tidak Setuju	Skor 1
3. Jawablah pertanyaan ini dengan jujur dan benar			

Kriteria responden:

Hak Cipta :

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

- Nasabah Bank Syariah Mandiri pengguna produk cicil emas

A. Identitas Responden

Nama	
Jenis Kelamin	<input type="radio"/> Pria <input type="radio"/> Wanita
Usia	<input type="radio"/> 20 – 25 Tahun <input type="radio"/> 26 – 31 Tahun <input type="radio"/> 32 – 37 Tahun <input type="radio"/> 38 – 43 Tahun <input type="radio"/> > 44 Tahun
Tempat Tinggal	<input type="radio"/> Depok <input type="radio"/> Jakarta <input type="radio"/> Bogor <input type="radio"/> Lainnya
Lama menjadi nasabah di Bank Syariah Mandiri	<input type="radio"/> < 1 Tahun <input type="radio"/> 1 – 3 Tahun <input type="radio"/> 3 – 5 Tahun <input type="radio"/> > 5 Tahun
Lama menjadi pengguna produk cicil emas	<input type="radio"/> < 1 Tahun <input type="radio"/> 1 – 3 Tahun <input type="radio"/> 3 – 5 Tahun <input type="radio"/> > 5 Tahun

B. Direct Marketing

No.	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Petugas bank telah memberikan penjelasan tentang informasi produk cicil emas secara menarik.					
2.	Petugas bank telah memberikan penjelasan tentang informasi produk cicil emas secara informative.					
3.	Petugas bank memiliki pengetahuan yang cukup dalam memberikan penjelasan tentang produk cicil emas.					
4.	Saya mendapatkan informasi tentang produk cicil emas dari brosur atau katalog BSM.					



Hak Cipta :

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



Hak Cipta :

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

5	Brosur dan katalog produk cicil emas memiliki penampilan yang menarik.					
6	Brosur dan katalog produk cicil emas memiliki penampilan yang informatif.					
7	Setelah membaca dan memahami brosur katalog cicil emas BSM saya tertarik dengan produk tersebut.					
8	Saya setuju jika dikatakan bahwa bank penting melakukan pemasaran secara online untuk produk cicil emas.					

C. Kepercayaan

No.	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Bank Mandiri Syariah memberikan pelayanan yang baik untuk produk cicil emas.					
2	Bank Mandiri Syariah mampu menyediakan produk cicil emas sesuai dengan kebutuhan nasabah.					
3	Saya percaya bahwa BSM jujur dalam memberikan segala informasi atau berita kepada nasabah tentang produk cicil emas.					
4	Saya percaya bahwa BSM transparan dalam memberikan segala informasi atau berita kepada nasabah tentang produk cicil emas.					
5	Saya percaya bahwa BSM mampu menjaga kerahasiaan data nasabah cicil emas.					
6	Saya percaya bahwa BSM mampu menjaga keamanan data nasabah cicil emas.					

D. Pengetahuan Produk

No.	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Saya mengetahui tentang produk cicil emas di bank mandiri syariah.					
2	Saya memahami manfaat dari produk cicil emas BSM.					
3	Saya memahami keunggulan menggunakan produk cicil emas.					



Hak Cipta :

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

4	Saya memahami keuntungan menggunakan produk cicil emas.					
5	Saya mengetahui persyaratan untuk berinvestasi produk cicil emas ini.					

E. Minat

No.	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Saya berminat investasi produk cicil emas di BSM karena saya mempunyai informasi tentang investasi emas.					
2	Saya mengajukan pembiayaan cicil emas di BSM karena persyaratannya yang mudah.					
3	Saya mengajukan pembiayaan cicil emas di BSM sebagai investasi dimasa depan.					
4	Saya akan merekomendasikan produk cicil emas ini sebagai salah satu investasi yang mempunyai keunggulan di masa depan.					
5	Saya akan merekomendasikan produk cicil emas ini sebagai salah satu investasi yang mempunyai manfaat di masa depan.					

Lampiran 2 Uji Validitas

1. Direct Marketing (X₁)

		Correlations								
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	1	,601**	,603**	,605**	,465**	,362**	,460**	,534**	,751**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,004	,000	,000	,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X1.2	Pearson Correlation	,601**	1	,538**	,451**	,471**	,567**	,539**	,712**	,795**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X1.3	Pearson Correlation	,603**	,538**	1	,497**	,493**	,367**	,544**	,431**	,732**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,004	,000	,001	,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X1.4	Pearson Correlation	,605**	,451**	,497**	1	,525**	,582**	,492**	,294*	,726**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,023	,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X1.5	Pearson Correlation	,465**	,471**	,493**	,525**	1	,688**	,716**	,447**	,797**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X1.6	Pearson Correlation	,362**	,567**	,367**	,582**	,688**	1	,592**	,412**	,753**
	Sig. (2-tailed)	,004	,000	,004	,000	,000		,000	,001	,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X1.7	Pearson Correlation	,460**	,539**	,544**	,492**	,716**	,592**	1	,566**	,813**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X1.8	Pearson Correlation	,534**	,712**	,431**	,294*	,447**	,412**	,566**	1	,723**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,001	,023	,000	,001	,000		,000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60
TOTAL	Pearson Correlation	,751**	,795**	,732**	,726**	,797**	,753**	,813**	,723**	1

Hak Cipta :

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



Hak Cipta :

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

Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
N	60	60	60	60	60	60	60	60	60

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

2. Kepercayaan (X₂)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	1	,623**	,615**	,589**	,387**	,406**	,767**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,002	,001	,000
	N	60	60	60	60	60	60	60
X2.2	Pearson Correlation	,623**	1	,571**	,691**	,519**	,534**	,825**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	60	60	60	60	60	60	60
X2.3	Pearson Correlation	,615**	,571**	1	,559**	,495**	,596**	,795**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	60	60	60	60	60	60	60
X2.4	Pearson Correlation	,589**	,691**	,559**	1	,623**	,636**	,852**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	60	60	60	60	60	60	60
X2.5	Pearson Correlation	,387**	,519**	,495**	,623**	1	,748**	,771**
	Sig. (2-tailed)	,002	,000	,000	,000		,000	,000
	N	60	60	60	60	60	60	60
X2.6	Pearson Correlation	,406**	,534**	,596**	,636**	,748**	1	,803**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,000	,000	,000		,000
	N	60	60	60	60	60	60	60
TOTAL	Pearson Correlation	,767**	,825**	,795**	,852**	,771**	,803**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	60	60	60	60	60	60	60

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



Hak Cipta :

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

3. Pengetahuan Produk (X₃)

		Correlations					
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	TOTAL
X3.1	Pearson Correlation	1	,796**	,721**	,646**	,589**	,880**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	60	60	60	60	60	60
X3.2	Pearson Correlation	,796**	1	,685**	,620**	,691**	,887**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	60	60	60	60	60	60
X3.3	Pearson Correlation	,721**	,685**	1	,772**	,506**	,854**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	60	60	60	60	60	60
X3.4	Pearson Correlation	,646**	,620**	,772**	1	,636**	,855**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	60	60	60	60	60	60
X3.5	Pearson Correlation	,589**	,691**	,506**	,636**	1	,805**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	60	60	60	60	60	60
TOTAL	Pearson Correlation	,880**	,887**	,854**	,855**	,805**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	60	60	60	60	60	60

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

4. Minat (Y)

		Correlations					
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	TOTAL
Y1	Pearson Correlation	1	,652**	,609**	,648**	,580**	,831**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	60	60	60	60	60	60
Y2	Pearson Correlation	,652**	1	,609**	,501**	,512**	,774**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	60	60	60	60	60	60
Y3	Pearson Correlation	,609**	,609**	1	,639**	,792**	,863**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	60	60	60	60	60	60
Y4	Pearson Correlation	,648**	,501**	,639**	1	,816**	,863**



Hak Cipta :

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

	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	60	60	60	60	60	60
Y5	Pearson Correlation	,580**	,512**	,792**	,816**	1	,878**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	60	60	60	60	60	60
TOTAL	Pearson Correlation	,831**	,774**	,863**	,863**	,878**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	60	60	60	60	60	60

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 3 Uji Reliabilitas

1. Hasil Uji Reabilitas *Direct Marketing* (X₁)

Reliability Statistics

Cronbach's	N of Items
Alpha	
,896	8

2. Hasil Uji Reliabilitas Kepercayaan (X₂)

Reliability Statistics

Cronbach's	N of Items
Alpha	
,888	6

3. Hasil Uji Reliabilitas Pengetahuan Produk (X₃)

Reliability Statistics

Cronbach's	N of Items
Alpha	
,908	5

4. Hasil Uji Reliabilitas Minat (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's	N of Items
Alpha	
,896	5



Hak Cipta :

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

Lampiran 4 Uji Asumsi Klasik

1. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,62235107
Most Extreme Differences	Absolute	,174
	Positive	,164
	Negative	-,174
Test Statistic		,174
Asymp. Sig. (2-tailed)		,020 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 299883525.

2. Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	,166	1,852		,090	,929		
DIRECT	-,140	,084	-,201	-	,103	,320	3,124
MARKETING				1,660			
KEPERCAYAAN	,675	,125	,694	5,409	,000	,285	3,511
PENGETAHUAN	,380	,128	,371	2,978	,004	,302	3,315
PRODUK							

- a. Dependent Variable: MINAT



Lampiran 5 Uji Regresi

1. Hasil Uji Analisis Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	,166	1,852		,090	,929
Direct marketing	-,140	,084	-,201	-1,660	,103
Kepercayaan	,675	,125	,694	5,409	,000
Pengetahuan Produk	,380	,128	,371	2,978	,004

a. Dependent Variable: Minat

2. Hasil Uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	,166	1,852		,090	,929
Direct marketing	-,140	,084	-,201	-1,660	,103
Kepercayaan	,675	,125	,694	5,409	,000
Pengetahuan Produk	,380	,128	,371	2,978	,004

a. Dependent Variable: Minat

3. Hasil Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	436,444	3	145,481	52,463	,000 ^b
Residual	155,289	56	2,773		
Total	591,733	59			

a. Dependent Variable: Minat

Hak Cipta :

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

b. Predictors: (Constant), Pengetahuan Produk, Direct marketing, Kepercayaan

4. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,859 ^a	,738	,724	1,66524

a. Predictors: (Constant), Pengetahuan Produk, Direct marketing, Kepercayaan



Hak Cipta :

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

