

**MINAT NASABAH TABUNGAN HAJI BSI DALAM
BERINVESTASI MELALUI CICIL EMAS DENGAN
RELIGIOSITAS SEBAGAI VARIABEL
MODERATOR**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
pada Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam



Disusun Oleh:

Dian Oktaviani

2001274

**PROGRAM STUDI ILMU EKONOMI DAN KEUANGAN ISLAM
FAKULTAS PENDIDIKAN EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

2024

**MINAT NASABAH TABUNGAN HAJI BSI DALAM BERINVESTASI
MELALUI CICIL EMAS DENGAN RELIGIOSITAS SEBAGAI
VARIABEL MODERATOR**

Oleh
Dian Oktaviani

Diajukan untuk Memenuhi Sebagai Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi pada Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam

© Dian Oktaviani
Universitas Pendidikan Indonesia
Agustus 2024

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Skripsi tidak boleh diperbanyak secara keseluruhan atau sebagian, dengan dicetak ulang, difotokopi, atau cara lainnya tanpa seizin penulis.

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul "**Minat Nasabah Tabungan Haji BSI dalam Berinvestasi melalui Cicil Emas dengan Religiositas Sebagai Variabel Moderator**" beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya bersedia menanggung risiko ataupun sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, Agustus 2024

Yang membuat pernyataan,



Dian Oktaviani

NIM 2001274

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : **Minat Nasabah Tabungan Haji BSI dalam Berinvestasi melalui Cicil Emas dengan Religiositas sebagai Variabel Moderator**

Penyusun : Dian Oktaviani

NIM : 2001274

Program Studi : Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam

Bandung, Juli 2024

Dosen Pembimbing I,

Dosen Pembimbing II,


Prof. Dr. A. Jajang W. Mahri, M.Si.

NIP. 196412031993021001


Suci Aprilliani Utami, S.Pd., M.E.Sy.

NIP. 198804302015042002

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam,


Dr. Aas Nurasyah, M.Si.

NIP. 198406072014042001



LEMBAR PERSETUJUAN PERBAIKAN SIDANG SKRIPSI

Tanggal Ujian Sidang : 19 Agustus 2024
Nama Mahasiswa : Dian Oktaviani
NIM : 2001274
Judul Skripsi : Minat Nasabah Tabungan Haji BSI dalam Berinvestasi melalui Cicil Emas dengan Religiositas Sebagai Variabel Moderator

Telah direvisi dan disetujui oleh para penguji skripsi:

No.	Penguji Skripsi	Tanda Tangan
1.	Dr. Kusnendi, M.S.	
2.	Dr. Aas Nurasyiah, M.Si.	
3.	Rida Rosida, B.S., M.Sc.	

Bandung, Agustus 2024

Dosen Pembimbing I,

Dosen Pembimbing II,

Prof. Dr. A. Jajang W. Mahri, M.Si.
NIP. 196412031993021001

Suci Aprilliani Utami, S.Pd., M.E.Sy.
NIP. 198804302015042002

Mengetahui,
Ketua Prodi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam

Dr. Aas Nurasyiah, M.Si.
NIP. 198406072014042001

Dian Oktaviani (2001274) “**Minat Nasabah Tabungan Haji BSI dalam Berinvestasi melalui Cicil Emas dengan Religiositas Sebagai Variabel Moderator**” di bawah bimbingan Bapak Prof. Dr. A. Jajang W. Mahri, M.Si. dan Ibu Suci Aprilliani Utami, S.Pd., M.E.Sy.

ABSTRAK

Terjadi fenomena banyak jamaah haji khususnya nasabah Bank Syariah Indonesia yang tidak dapat berangkat karena terkendala pada pelunasan Ongkos Naik Haji (ONH) yang meningkat tiap tahun. Hal tersebut dapat terjadi karena minimnya pemahaman mengenai perencanaan keuangan yang tepat. Perencanaan keuangan dengan kepemilikan emas menjadi salah satu solusinya, tetapi beberapa nasabah tabungan haji masih terkendala tidak dapat membeli emas secara tunai. Oleh karena itu produk pembiayaan cicil emas paling efektif untuk nasabah tabungan haji. Penelitian ini bertujuan untuk melihat gambaran serta pengaruh dari persepsi kontrol perilaku, tingkat harga, tingkat promosi dan religiositas sebagai variabel moderator terhadap minat nasabah tabungan haji BSI untuk memiliki produk pembiayaan cicil emas. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan desain penelitian deskriptif kausalitas. Alat analisis yang digunakan adalah *Partial Least Square – Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) menggunakan aplikasi SmartPLS. Subjek dari penelitian ini adalah nasabah tabungan haji Bank Syariah Indonesia yang belum pernah menggunakan pembiayaan cicil emas berdomisili di Bandung Raya dengan jumlah sampel sebanyak 220 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel persepsi kontrol perilaku, tingkat harga, tingkat promosi, religiositas, dan minat nasabah tabungan haji berada dalam kategori sangat tinggi. Selanjutnya, variabel persepsi kontrol perilaku, tingkat harga, tingkat promosi dan religiositas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah tabungan haji pada produk pembiayaan cicil emas. Kemudian Selain itu, peran religiositas tidak dapat memoderasi hubungan antara variabel persepsi kontrol perilaku dan tingkat harga terhadap minat nasabah tabungan haji, tetapi dapat memoderasi hubungan antara tingkat promosi terhadap minat nasabah tabungan haji pada pembiayaan cicil emas.

Kata Kunci: Minat Nasabah, Persepsi Kontrol Perilaku, Tingkat Harga, Tingkat Promosi, Religiositas.

Dian Oktaviani (2001274) “**Interest of BSI Hajj Savings Customers in Investing Through Gold Installments with Religiosity as a Moderator Variable**” under the guidance Mr. Prof. Dr. A. Jajang W. Mahri, M.Si. dan Mrs. Suci Aprilliani Utami, S.Pd., M.E.Sy.

ABSTRACT

There is a phenomenon that many pilgrims, especially Bank Syariah Indonesia customers, cannot leave because they are constrained by the repayment of the Hajj Pilgrimage Fee (ONH) which increases every year. This can occur due to a lack of understanding of proper financial planning. Financial planning with gold ownership is one solution, but some Hajj savings customers are still constrained by not being able to buy gold in cash. Therefore, gold installment financing products are most effective for Hajj savings customers. This study aims to see the description and influence of perceived behavioral control, price level, promotion level and religiosity as moderator variables on the interest of BSI Hajj savings customers to have gold installment financing products. The research method used is quantitative with descriptive causality research design. The analytical tool used is Partial Least Square - Structural Equation Modeling (PLS-SEM) using the SmartPLS application. The subjects of this study were Bank Syariah Indonesia Hajj savings customers who had never used gold installment financing domiciled in Greater Bandung with a sample size of 220 respondents. The results showed that the variables of perceived behavioral control, price level, promotion level, religiosity, and interest in Hajj savings customers were in a very high category. Furthermore, the variables of perceived behavioral control, price level, promotion level and religiosity have a positive and significant influence on the interest of Hajj savings customers in gold installment financing products. Then In addition, the role of religiosity cannot moderate the relationship between the variables of perceived behavioral control and price level on the interest of Hajj savings customers, but can moderate the relationship between the level of promotion on the interest of Hajj savings customers in gold installment financing.

Keywords: *Customer Interest, Perceived Behaviour Control, Price Levels, Promotion Levels, Religiosity.*

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah rabbil 'alamin, puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, serta inayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “**Minat Nasabah Tabungan Haji BSI dalam Berinvestasi Melalui Cicil Emas dengan Religiositas Sebagai Variabel Moderator**”. Shalawat serta salam semoga senantiasa tecurah kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW., keluarganya, sahabatnya, dan juga para pengikutnya hingga akhir zaman, Aamiin.

Penulis sampaikan terimakasih kepada dosen pembimbing juga teman-teman serta berbagai pihak yang telah memberikan begitu banyak kontribusi dalam penulisan skripsi ini. Semoga penelitian ini dapat dipahami bagi siapapun yang membacanya. Saat penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa masih banyak kesalahan dan kekurangan. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun dan dapat dijadikan bahan koreksi untuk memperbaiki skripsi penulis.

Bandung, Agustus 2024

Dian Oktaviani

UCAPAN TERIMAKASIH

Alhamdulillahirabbil ‘aalamiin puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Swt atas segala rahmat dan nikmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, begitu pula kepada keluarganya, sahabatnya, serta seluruh ummatnya hingga akhir zaman

Dalam menyusun skripsi ini, penulis tidak luput dari berbagai kesulitan dan hambatan, tetapi atas bantuan dan dorongan dari berbagai pihak akhirnya penulisan skripsi ini dapat terselesaikan. Untuk itu, dengan penuh rasa syukur, ketulusan, dan kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu serta mendukung penulis dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi ini, yaitu kepada:

1. Yang terhormat, Bapak Prof. Dr. M. Solehuddin, M.Pd., M.A. selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia yang telah memfasilitasi kelancaran studi penulis di kampus ini.
2. Yang terhormat, Bapak Prof. Dr. H. Eeng Ahman, M.S. selaku Dekan Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pendidikan Indonesia yang telah memfasilitasi kelancaran studi penulis di kampus ini.
3. Ibu Dr. Aas Nurasyiah, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam yang telah memberikan banyak ilmu, waktu, tenaga, dukungan, motivasi, dan memfasilitasi kelancaran studi. Sehingga, penulis dapat menyelesaikan kewajiban sebagai mahasiswa dengan mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi di Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam. Terima kasih juga untuk segala perhatian dan perjuangan Ibu dalam memajukan Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam. Semoga Ibu selalu dalam lindungan Allah, Allah jaga dan berikan kesehatan selalu, Allah panjangkan umurnya, dan Allah memberkahi setiap langkah Ibu kedepannya.
4. Ibu Fitrianty Adirestuty, S.Pd., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Akademik. Terima kasih penulis ucapkan kepada Ibu yang telah banyak memberikan arahan, motivasi, dan solusi dalam hal akademik kepada penulis. Semoga Ibu

- selalu dalam lindungan Allah, diberikan kesehatan, panjang umur, keberkahan, kemudahan, dan kelancaran dalam setiap langkah Ibu, Allah balas segala kebaikan Ibu berlipat ganda, serta menjadi amal jariyah bagi Ibu.
5. Bapak Prof. Dr. A Jajang W Mahri, M.Si. selaku Dosen Pembimbing I dalam penyusunan skripsi yang telah dengan ikhlas membimbing, mengajarkan, meluangkan waktu, ilmu, tenaga, wawasan, motivasi, serta dukungan baik itu selama perkuliahan atau dalam penulisan skripsi hingga selesai. Terima kasih juga atas ajakan dan ilmunya dalam bermain golf. Semoga Bapak selalu dalam lindungan Allah, diberikan kesehatan, Panjang umur, keberkahan, kemudahan, dan kelancaran dalam setiap langkah Bapak, Allah balas segala kebaikan Bapak berlipat ganda, serta menjadi amal jariyah bagi Bapak.
 6. Ibu Suci Aprilliani, S.Pd., M.E.Sy. selaku Dosen Pembimbing II dalam penyusunan skripsi yang telah dengan ikhlas membimbing, mengajarkan, meluangkan waktu, ilmu, tenaga, wawasan, motivasi, serta dukungan baik itu selama perkuliahan atau dalam penulisan skripsi hingga selesai. Semoga Ibu selalu dalam lindungan Allah, diberikan kesehatan, Panjang umur, keberkahan, kemudahan, dan kelancaran dalam setiap langkah Ibu, Allah balas segala kebaikan Ibu berlipat ganda, serta menjadi amal jariyah bagi Ibu.
 7. Ibu Rida Rosida., B.S., M.Sc., Ibu Aneu Cakhyaneu, S.Pd., M.E.Sy., Ibu Dr. Hilda Monoarfa, S.E, M.Si., Ibu Rumaisah Azizah Al Adawiyah, S.E., M.Sc., Ibu Neni Sri Wulandari, S.Pd., Bapak Dr. Juliana M.E.Sy., Bapak Ripan Hermawan S.S., S.H., M.A., Bapak Firmansyah, S.Pd., Bapak Arya Haris S.AB., M.E.Sy., Bapak Syaiful Muhammad Irsyad, B.BA., M.Sc., Bapak Mumuh Muhammad, S.E., M.A. selaku dosen-dosen Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam yang telah memberikan ilmu dan pelajaran hidup yang sangat berarti dan bermanfaat kepada penulis dari awal perkuliahan hingga akhir perkuliahan ini. Semoga Bapak dan Ibu selalu dalam lindungan Allah, diberikan kesehatan, panjang umur, keberkahan, kemudahan, dan kelancaran dalam setiap langkah Bapak/Ibu, Allah balas segala kebaikan berlipat ganda, serta menjadi amal jariyah.

8. Bapak Hamidin selaku Staff Administrasi Program Studi Ilmu Ekonomi dan Keuangan Islam yang telah banyak membantu dalam pembuatan surat-surat izin selama masa perkuliahan, organisasi, dan keperluan administrasi sidang, serta kelulusan. Semoga Allah senantiasa membalas kebaikan Bapak berlipat ganda.
9. Bapak Cecep M. Kurnia yang senantiasa memberikan bimbingan dan motivasi selama masa pengerjaan skripsi ini. Terima kasih atas kebaikan dan perhatian yang telah diberikan. Semoga Bapak selalu diberikan kesehatan, kebahagiaan, kelancaran, serta selalu dalam lindungan Allah Swt.
10. Cinta pertama dan panutanku, dua orang paling berjasa dalam hidup saya kedua orang tua penulis, Bapak Suyoto dan Ibu Sumiati. Terimakasih atas segala pengorbanan dan tulus kasih yang diberikan. Senantiasa memberikan yang terbaik, tak kenal lelah untuk selalu mendoakan, serta memberikan perhatian dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dan mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi. Semoga Allah Swt, selalu memberikan kesehatan, panjang umur, dimudahkan rezekinya dan Allah balas segala kebaikan yang telah diberikan Bapak dan Ibu, serta Allah berikan kebahagiaan di dunia dan di akhirat.
11. Kakak terkasih, Agus Susanto dan Aas Sri Wahyuni yang senantiasa memberikan motivasi dan dukungan moril maupun materil kepada penulis. Terimakasih menjadi kakak dan teman sedari kecil. Semoga Allah berikan kesehatan, kebahagiaan, kelancaran dan selalu dalam lindungan Allah Swt.
12. Keponakan tercinta, Rakha Akbar R, Azalea Khaliqa R, M Ihsan, dan Arsenio Putra R yang senantiasa menjadi penyemangat dan penghibur penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Semoga selalu diberikan kesehatan, kebahagiaan, kelancaran, serta selalu dalam lindungan Allah Swt.
13. Kepada Maulana Fadjar Siddiq yang menjadi salah satu penyemangat yang selalu menemani dan menjadi *support system* penulis dimana terkadang tidak mudah selama proses pengerjaan skripsi ini. Terima kasih telah mendengarkan keluh kesah penulis, memberikan motivasi, dukungan, dan tenaga sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah

berikan kesehatan, kebahagiaan, kelancaran dan selalu dalam lindungan Allah Swt.

14. Kepada sahabat terdekat penulis dari awal perkuliahan hingga masa penyusunan skripsi ini, Elin dan Fa'adia Islami Izdni. Terima kasih telah menjadi tempat bercerita keluh kesah, berdiskusi, selalu membantu, menemani, memberikan dukungan, mengerjakan tugas bersama, dan menciptakan suasana dan kenangan yang indah di masa perkuliahan. Walaupun nanti akan kembali lagi ke daerah asal, penulis berharap silaturahmi pertemanan tidak akan pernah usai. Semoga Allah berikan kesehatan, kebahagiaan, kelancaran dan selalu dalam lindungan Allah Swt.
15. Sahabat selama di SMK penulis, Riema Haerani dan Ayu Abiyya. Terimakasih untuk selalu menjadi teman baik penulis, memberikan dukungan dan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah Swt senantiasa memberikan kesehatan, kebahagiaan, kelancaran, dan selalu dalam lindungan Allah.
16. Sahabat terdekat penulis selama masa SD, yaitu Safira, Destri, Fitria, Hani, Cristin, Jihan, dan Retno. Terimakasih untuk selalu menjadi teman baik penulis, memberikan dukungan dan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah Swt senantiasa memberikan kesehatan, kebahagiaan, kelancaran, dan selalu dalam lindungan Allah.
17. Seluruh keluarga besar mahasiswa IEKI angkatan 2020 yang menjadi teman seperjuangan dalam perkuliahan, organisasi dan penyelesaian tugas akhir sampai saat ini. Semoga Allah berikan kesehatan, kebahagiaan, kelancaran dan selalu dalam lindungan Allah Swt.
18. Akang tete Angkatan 2017, 2018, 2019, dan adik-adik angkatan 2021, 2022, 2023 yang senantiasa memberikan dukungan dan motivasi baik secara langsung maupun tidak langsung kepada penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini. Semoga Allah Swt senantiasa memberikan kesehatan, kebahagiaan, kelancaran, dan selalu dalam lindungan Allah.
19. Responden penelitian ini, Bapak dan Ibu nasabah tabungan haji Bank Syariah Indonesia yang telah berbaik hati mengisi kuesioner penelitian sehingga

skripsi ini dapat selesai. Semoga dilancarkan selalu segala urusan Bapak dan Ibu serta Allah balas kebaikan Bapak dan Ibu dengan berlipat ganda.

20. Seluruh pihak yang telah memberikan dukungan berupa doa, nasehat, semangat, dan senantiasa membantu penulis untuk menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat disebtuan satu persatu.
21. Terakhir, kepada diri saya sendiri “Dian Oktaviani”. Terima kasih telah kuat selalu berusaha dan bertahan sampai saat ini untuk menyelesaikan tugas akhirnya. Apresiasi karena selalu tidak menyerah dalam kondisi apapun dan berusaha melakukan yang terbaik. Terima kasih untuk diri ini semoga tetap menjadi pribadi yang lebih baik dan selalu rendah hati. Semoga Allah berikan kesehatan, kebahagiaan, kelancaran dan selalu dalam lindungan Allah Swt.

Semoga kebaikan semua orang yang telah saya sebutkan di atas dibalas oleh Allah Swt baik di dunia maupun akhirat nanti. Saya menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan, tetapi semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	9
1.3 Pertanyaan Penelitian	10
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	12
2.1 Telaah Pustaka	12
2.1.1 Teori Perilaku Konsumen	12
2.1.2 <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB)	15
2.1.3 Konsep Minat	16
2.1.4 Konsep Pembiayaan Cicil Emas	18
2.1.5 Konsep Persepsi Kontrol Perilaku	23
2.1.6 Konsep Tingkat Harga	24
2.1.7 Konsep Tingkat Promosi	26
2.1.8 Konsep Religiositas Islam	28
2.2 Penelitian Terdahulu	30
2.3 Kerangka Teoritis	41
2.3.1 Keterkaitan Persepsi Kontrol Perilaku dengan Minat Nasabah	41
2.3.2 Keterkaitan Tingkat Harga dengan Minat Nasabah	43
2.3.3 Keterkaitan Tingkat Promosi dengan Minat Nasabah	44
2.3.4 Keterkaitan Persepsi Kontrol Perilaku dengan Minat melalui Religiositas sebagai Variabel Moderator	45

2.3.5	Keterkaitan Tingkat Harga dengan Minat melalui Religiositas sebagai Variabel Moderator	46
2.3.6	Keterkaitan Tingkat Promosi dengan Minat melalui Religiositas sebagai Variabel Moderator	46
BAB III OBJEK, METODE, DAN DESAIN PENELITIAN.....		45
3.1	Objek Penelitian	45
3.2	Metode Penelitian	45
3.3	Desain Penelitian	50
3.4	Definisi Operasional Variabel	50
3.5	Populasi dan Sampel.....	53
3.6	Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data	55
3.7	Teknik Analisis Data	57
3.7.1	Analisis Deskriptif.....	57
3.7.2	Analisis <i>Partial Least Square-Structural Equation Modeling</i> (PLS-SEM).....	58
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		66
4.1	Gambaran Umum Tempat Penelitian	66
4.2	Hasil Penelitian, Pengujian Hipotesis dan Pembahasan.....	69
4.2.1	Analisis Deskriptif Responden	69
4.2.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	69
4.2.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	70
4.2.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	71
4.2.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	72
4.2.1.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	73
4.2.1.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Masa Tunggu Pelaksanaan Ibadah Haji	74
4.2.2	Pengujian <i>Outer Model</i> (Evaluasi Model Pengukuran Reflektif) .	75
4.2.3	Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	83
4.2.3.1	Gambaran Umum Persepsi Kontrol Perilaku (X1).....	83
4.2.3.2	Gambaran Umum Tingkat Harga (X ₂)	89
4.2.3.3	Gambaran Umum Tingkat Promosi (X ₃).....	95
4.2.3.4	Gambaran Umum Religiositas (Z)	101
4.2.3.5	Gambaran Umum Minat Nasabah Tabungan Haji	107

4.2.4	Analisis Data dengan <i>Partial Least Square – Structural Equation Modelling</i> (PLS-SEM).....	113
4.2.4.1	Pengujian <i>Inner Model</i> (Evaluasi Model Struktural).....	113
4.2.5	Pengujian dan Pembahasan Hipotesis Penelitian	118
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI		134
5.1	Simpulan.....	134
5.2	Implikasi dan Rekomendasi	136
DAFTAR PUSTAKA		140
DAFTAR LAMPIRAN		149

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Perbandingan Harga Cicil Emas di BSI dan Pegadaian Syariah	5
Tabel 1. 2	Perencanaan Keuangan Perjalanan Haji	6
Tabel 2. 1	Penelitian Terdahulu	30
Tabel 3. 1	Operasional Variabel.....	51
Tabel 3. 2	Skala Pengukuran Semantic Differential.....	56
Tabel 3. 3	Skala Pengukuran Kategori.....	58
Tabel 4. 1	<i>Loading Factor</i>	75
Tabel 4. 2	<i>Fornell-Lacker Criterion</i>	77
Tabel 4. 3	Nilai <i>Cross Loading</i>	77
Tabel 4. 4	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	79
Tabel 4. 5	<i>Composite Reliability</i>	80
Tabel 4. 6	Variabel dan Indikator Penelitian yang Sudah Valid dan Reliabel....	80
Tabel 4. 7	Rata-Rata Skor Berdasarkan Karakteristik Responden pada Variabel Persepsi Kontrol Perilaku.....	84
Tabel 4. 8	Kategori Variabel Persepsi Kontrol Perilaku untuk Skor Tiap Item Pernyataan	86
Tabel 4. 9	Rekapitulasi Jawaban Responden pada Variabel Persepsi Kontrol Perilaku.....	87
Tabel 4. 10	Karakteristik Variabel Persepsi Kontrol Perilaku untuk Skor Variabel	87
Tabel 4. 11	Kategori dan Rekapitulasi Variabel Persepsi Kontrol Perilaku Tiap Responden	88
Tabel 4. 12	Pemaknaan Kategori Variabel Persepsi Kontrol Perilaku	89
Tabel 4. 13	Rata-Rata Skor Berdasarkan Karakteristik Responden pada Variabel Tingkat Harga.....	89
Tabel 4. 14	Karakteristik Variabel Tingkat Harga Tiap Item Pertanyaan	92
Tabel 4. 15	Rekapitulasi Jawaban Responden pada Variabel Tingkat Harga.....	92
Tabel 4. 16	Karakteristik Variabel Tingkat Harga untuk Skor Variabel	93
Tabel 4. 17	Kategori dan Rekapitulasi Variabel Tingkat Harga Tiap Responden	94
Tabel 4. 18	Pemaknaan Kategori Variabel Tingkat Harga	95

Tabel 4. 19 Rata-Rata Skor Berdasarkan Karakteristik Responden pada Variabel Tingkat Promosi	96
Tabel 4. 20 Karakteristik Variabel Tingkat Promosi Tiap Item Pertanyaan.....	98
Tabel 4. 21 Rekapitulasi Jawaban Responden pada Variabel Tingkat Promosi ...	99
Tabel 4. 22 Karakteristik Variabel Tingkat Promosi untuk Skor Variabel.....	100
Tabel 4. 23 Kategori dan Rekapitulasi Variabel Tingkat Promosi Tiap Responden	100
Tabel 4. 24 Pemaknaan Kategori Variabel Tingkat Promosi.....	101
Tabel 4. 25 Rata-Rata Skor Berdasarkan Karakteristik Responden pada Variabel Religiositas	102
Tabel 4. 26 Karakteristik Variabel Tingkat Religiositas Tiap Item Pertanyaan .	104
Tabel 4. 27 Rekapitulasi Jawaban Responden pada Variabel Tingkat Religiositas	105
Tabel 4. 28 Karakteristik Variabel Tingkat Religiositas untuk Skor Variabel ...	105
Tabel 4. 29 Kategori dan Rekapitulasi Variabel Religiositas Tiap Responden ..	106
Tabel 4. 30 Pemaknaan Kategori Variabel Religiositas	107
Tabel 4. 31 Rata-Rata Skor Berdasarkan Karakteristik Responden pada Variabel Minat Nasabah Tabungan Haji.....	108
Tabel 4. 32 Karakteristik Variabel Minat Nasabah Tabungan Haji Tiap Item Pertanyaan	110
Tabel 4. 33 Rekapitulasi Jawaban Responden pada Variabel Minat Nasabah Tabungan Haji	111
Tabel 4. 34 Karakteristik Variabel Minat Nasabah Tabungan Haji untuk Skor Variabel	111
Tabel 4. 35 Kategori dan Rekapitulasi Variabel Minat Nasabah Tabungan Haji Tiap Responden	112
Tabel 4. 36 Pemaknaan Kategori Variabel Minat Nasabah Tabungan Haji	113
Tabel 4. 37 Koefisien Determinasi Konstruk.....	114
Tabel 4. 38 <i>Variance Inflation Factor</i> (VIF)	115
Tabel 4. 39 Uji <i>F-Square</i> (F^2)	115
Tabel 4. 40 Uji <i>Q-Square</i> (Q^2)	116

Tabel 4. 41 Ringkasan Hasil Uji Model Fit	117
Tabel 4. 42 Hasil <i>Path Coefficients Direct Effect</i>	120
Tabel 4. 43 <i>Path Coefficients</i> Efek Moderasi	120
Tabel 4. 44 Kualitas Model.....	120

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Perbandingan Ongkos Naik Haji (ONH) dengan Emas dan Rupiah.....	2
Gambar 1.2 Grafik Pertumbuhan Pembiayaan Cicil Emas di Bank Syariah Indonesia Periode 2017-2023	4
Gambar 2. 1 Model Perilaku Konsumen.....	14
Gambar 2. 2 <i>Theory Of Planned Behavior</i>	15
Gambar 2. 3 Data Hasil Penelitian.....	40
Gambar 2. 4 Data Penyebaran Bidang Penelitian Sebelumnya	41
Gambar 2. 5 Kerangka Pemikiran.....	48
Gambar 3. 1 Tahap Pengujian PLS-SEM.....	59
Gambar 4. 1 Logo Bank Syariah Indonesia.....	66
Gambar 4. 2 Total Aset Bank Syariah Indonesia tahun 2021-2023 (dalam Triliun Rupiah).....	67
Gambar 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	69
Gambar 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	70
Gambar 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	71
Gambar 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	72
Gambar 4. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	73
Gambar 4. 8 Karakteristik Responden Berdasarkan Masa Tunggu Pelaksanaan Ibadah Haji.....	74
Gambar 4. 9 Output Model Penelitian PLS-SEM.....	118
Gambar 4. 10 Output Pengujian Bootstrapping	119

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., dan Hartono, J. (2014). *Partial Least Square (PLS)*. Yogyakarta: Andi.
- Afifah, A., dan Ardyansyah, F. (2023). Analisis minat masyarakat berinvestasi emas melalui produk pembiayaan cicil emas di bank syariah indonesia menggunakan pendekatan theory of planned behavior. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Bisnis Syariah*, 5(6), 2879–2900. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i6.3709>
- Agustin, D. N., dan Hakim, L. (2022). Peran religiusitas sebagai variabel moderating pengetahuan, persepsi produk bank syariah dan literasi keuangan terhadap minat investasi syariah. *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)*, 10(2), 106-116.
- Ahzar, F. A., Qurniawati, R. S., dan Nurohman, Y. A. (2023). Investasi digital: faktor penentu dalam keputusan investasi. *Jurnal Ilmiah Infokam*, 19(1), 23-33. <https://doi.org/10.53845/infokam.v19i1.322>
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Al Kholilah, N., dan Iramani, R. (2013). Studi financial management behavior pada masyarakat surabaya. *Journal of Business dan Banking*, 3(1), 69-80.
- Al Qorni, G. F. W., dan Juliana, J. (2020). Sharia property purchase decision without bank: analysis of the influence of price factors environment and religiosity. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 3(3), 234-245.
- Alawiyah, T., dan Mochlasin. (2021). Peran kepercayaan dalam memoderasi pengaruh sales promotion, advertising, dan religiusitas terhadap keputusan menabung. *Jurnal Hukum dan Pembangunan Ekonomi*, 9(2), 257-268.
- Alfianto, N., dan Nugroho, P. (2020). The impact of islamic finance knowledge and religiosity on gold investment behavior: an extended of The Theory of Planned Behavior. *ICBAE*.
- Aligarh, Frank, Arif Nugroho, Bayu Sindhu Raharja, Bima Cinintya Pratama, and Arya Wanda Wirayuda. (2021) "Do individual factors, religiosity factors, and demographic factors predict intention to pay zakat?." *Al-Uqud: Journal of Islamic Economics* 5(1), 151-165.
- Alma, B. H. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Al-Shatibi, Ibrahim Ibn Musa, *Al-Muwafaqat Fi Usul Al-shari'ah* (Toronto: University of Toronto Library, 2000).

- Amalita, R., dan Rahma, T. I. (2022). Pengaruh kemudahan, kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian di marketplace facebook pada mahasiswa/i uinsu dengan structural equation modeling. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Ratulangi*, 9 No. 2, 593- 604.
- Amanda, Widagdo, B., dan Fitriasari, F. (2023). The effect of financial literacy, personal income, and locus of control in long-term gold investment decision. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 3(02), 120-129. <https://doi.org/10.22219/jamanika.v3i02.25502>
- Art, L. H., Fauziah, F., dan Lutfi, A. (2023). Pengaruh fluktuasi harga emas dan strategi promosi penjualan terhadap minat nasabah. *El-Kahfi Journal of Islamic Economics*, 4(02), 351-360.
- Azwar, S (2006). *Penyusunan Skala Psikologi*. Pustaka Pelajar.
- Bank Syariah Indonesia. (2021). Retrieved from <https://www.bankbsi.co.id/produkdanlayanan/produk/bsi-cicil-emas>
- Bank Syariah Indonesia. (2022, September). Public Expose 2022. Retrieved from ir.bankbsi.co.id.
- Bank Syariah Indonesia. (2023). *BSI Cicil Emas Gold to Baitullah*. Diambil 2 Mare4 2024, dari bank bsi website: <https://online/flipbuilder.com/lrfpm/fcne/index.html>
- Bank Syariah Indonesia. (2023). Retrieved from <https://tabunganhajiindonesia.id/perencanaanhaji>
- Bank Syariah Indonesia. (2023, September). Public Expose 2023. Retrieved from ir.bankbsi.co.id.
- Budiya Elsasari, F., dan Sukardi, B. (2022). Analysis determinants of housewives to control saving gold behavior in indonesian sharia pawnshops. *Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Perbankan Syariah*, 8(1). <https://doi.org/10.36908/isbank>
- Bunayya, A. M., Yunus, A. R., dan Sofyan, A. S. (2024). Pengaruh TPB dan religiusitas terhadap minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal syariah: studi pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam uin alauddin makassar. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam*, 5(1), 440-452.
- Cennatal, A., dan Purba, T. (2020). Pengaruh promosi, kualitas pelayanan, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada pt saf mitra abadi. *MOTIVASI: Jurnal Manajemen dan Bisnis*.
- Darwin, M., Mamondol, M., Sormin,S.N., Tambunan, H., Syilvia, D., Adnyana,I.M., Vianitati,P., dan Gebang, A. (2021). Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif. DV Media Sains Indonesia.
- Detik hikmah. (2023). Retrieved May 12, 2012, from <https://www.detik.com>

- Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia, Himpunan Fatwa Dewan Syariah Nasional No 77/DSN-MUI/IV/2010, (Jakarta: MUI, 2010), 11
- Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia, Himpunan Fatwa Dewan Syariah Nasional No 04/DSN-MUI/IV/2000, (Jakarta: MUI, 2000), 5
- Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia, Himpunan Fatwa Dewan Syariah Nasional No 25/DSN-MUI/III/2002, (Jakarta: MUI, 2010), 4
- Dipraja, S. (2011). *Siapa Bilang Investasi Emas Butuh Modal Gede?*. Jakarta Selatan: Tangga Pustaka. Retrieved March 2, 2024, from <https://books.google.co.id/>
- Djakasaputra, A., Pramono, R., dan Hulu, E. (n.d.). *Electronic copy available*.
- Effendi, S., Faruqi, F., Mustika, M., dan Salim, R. (2020). Pengaruh promosi penjualan, electronic word of mouth dan hedonic shopping motivation terhadap pembelian impulsif pada aplikasi shopee. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 17(2), 22-31. <https://doi.org/10.36406/jam.v17i02.332>
- Fauzan, A., Rohman, A., Produk, K., dan Beli, M. (2019). Terhadap minat beli sepeda motor kawasaki. 9, 104–113
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)* (Edisi 4). Semarang Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghufron, M. N., dan Rini Risnawita, S. (2010). Teori-Teori Psikologi, yogyakarta. Ar-Ruzz Media, 33–38.
- Giorgi, L., dan Marsh, C. (1990). The Protestant work ethic as a cultural phenomenon. *European Journal of Social Psychology*, 20(6), 499-517.
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A., dan Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, 2(1), 69-72. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/view/32911/31075>
- Haerisma, A., Ahdi, M., dan Adha, L. (2021). Pengaruh fluktuasi harga emas dan promosi terhadap minat nasabah dalam produk cicil emas pada pegadaian syariah pasar baru indramayu. *Jurnal Ekonomi Rabbani*, 1(2), 351175.
- Hair J., Joseph F., William C., Black Barry J., Babin Rolph E., Anderson. (2013). *Multivariate Data Analysis*. Pearson
- Hair, J., Hult, G. T., Ringle, C. M., dan Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Thousand Oaks, Sage

- Hamidiana, Z., Meidiana, C., dan Heddy, S. (2016). Model Struktural *Partial Least Square* karakteristik masyarakat terhadap kuantitas dan kualitas mata air (studi kasus desa gunung sari kota batu). *J-Pal*, 7(2), 104–111.
- Handayani, S. (2021). Pengaruh pengetahuan dan pendapatan terhadap minat masyarakat investasi emas di bank syariah mandiri. (Skripsi, Universitas Pembangunan Panca Budi, 2021). Retrieved from <https://eprints.pancabudi.ac.id>
- Hasanah, F. (2019). Pengaruh tingkat religiusitas, pengetahuan, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap preferensi menabung mahasiswa universitas muhammadiyah Palembang pada bank syariah. *BALANCE Jurnal Akuntansi dan Bisnis*, 4(1), 485. <https://doi.org/10.32502/jab.v4i1.1815>
- Hossain, A., Humayun K. Chowdhury, M., Hasan, S., Shamsuzzaman, M., Fahim, A. Y., dan Yusuf H. Khan, M. (2020). Banking service in Bangladesh: The impact of service marketing mix on purchase intention of university students. *Strategic Change*, 29(3), 363–374. <https://doi.org/10.1002/jsc.2335>
- Ikhsan, N., Fadilla, F., dan Choirunnisak, C. (2022). Pengaruh promosi dan harga emas terhadap minat nasabah produk bsi gadai emas (studi kasus ex bank syariah mandiri kc simpang patal Palembang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 2(2), 351-376. <https://doi.org/10.36908/jimpa.v2i2.86>
- Indrawan, Y. V. (2023). The effect of price fluctuations and promotions on consumer interest in gold installment products of bank syariah Indonesia. *Business and Investment Review*, 1(3), 168-176.
- Journal, I. E., dan Purnama, I. (2020). Pengaruh promosi online dan endorserment selebgram terhadap minat beli konsumen. 1(2), 14–20.
- Juisin, H. A., Mohd Sayuthi, M. A. S., Amin, H., dan Shaikh, I. M. (2023). Determinants of Shari'ah gold investment behaviour: the case of Penang, Malaysia. *Journal of Islamic Marketing*, 14(12), 3228-3246.
- Juliana dan Marliana. (2016). Preferensi nasabah memilih bank syariah dilihat dari aspek karakteristik nasabah. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 4(1), 48-62.
- Juliana, J., Rizaldi, W. M., Azizah, R., dan Marlina, R. (2022). Halal Awareness : pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen shopee dengan religiusitas sebagai variabel moderasi. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(2), 169-180.
- Kaniawati, K. (2019). Analisis pengaruh psikologi konsumen dan etnosentrisme terhadap minat beli konsumen sepatu di Cibaduyut Bandung (Studi kasus konsumen Diana Shoes Bandung). *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 3(2), 247-254.

- Kara, E., dan Yaprakli, T. S. (2017). The effects of promotional activities on the intention to purchase: a field study in kahramanmaras. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 7(5), 186–204. <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v7-i5/2892>
- Kartikasari, A., dan Albari, A. (2019). The influence of product quality, service quality and price on customer satisfaction and loyalty. *Asian Journal of Entrepreneurship and Family Business*, 3(1), 49-64.
- Kasmaniar, K., dan Hanum, F. (2023). Pengaruh strategi pemasaran dan harga emas terhadap minat nasabah pada produk tabungan emas pengadaian syariah. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 9(5), 2228-2235. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i5.1594>
- Kasmir. 2013. Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kasri, R. A., dan Chaerunnisa, S. R. (2022). The role of knowledge, trust, and religiosity in explaining the online cash waqf amongst Muslim millennials. *Journal of Islamic Marketing*, 13(6), 1334–1350. <https://doi.org/10.1108/JIMA-04-2020-0101>
- Kementerian Agama Republik Indonesia. (2022). Retrieved from <https://satudata.kemenag.go.id/>
- Kotler, P., dan Armstrong, G. (2016). Principles of Marketing Sixteenth Edition Global Edition. England: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., dan Armstrong, G. (2018). Perilaku Konsumen di Masa Bisnis Online. Yogyakarta: Andi Offset.
- Kotler, P., dan Keller, K. L. (2018). Marketing Management. Pearson Education Inc.
- Kotler, P., dan Keller, K. L. (2018). Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran). Pasuruan: Qiara Media.
- Kusnendi, & Ciptagustia, A. (2023). *Analisis Model Pengukuran dan Struktural dalam Penelitian Manajemen dan Bisnis* (A. Mulyadi & Y. Mulyadi (eds.);I) UPI Press
- Lailina, N., Askandar, N. S., dan Junaidi, J. (2022). Pengaruh financial literacy, persepsi risiko dan motivasi investasi terhadap minat berinvestasi tabungan emas di pegadaian (studi pada mahasiswa unisma, politeknik negeri malang dan universitas negeri malang). *e_Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, 11(11).
- Listiawati, R., dan Vidyasari, R. (2022). Analisis minat penggunaan berulang e-wallet selama pandemi covid-19 (studi kasus di 5 kota terdampak covid-19 di indonesia). *Account: Jurnal Akuntansi, Keuangan dan Perbankan*, 9(1). <https://doi.org/10.32722/acc.v9i1.4584>

- Maharani, N. S. (2020). Pengaruh promosi dan fluktuasi harga emas terhadap minat nasabah pada produk tabungan emas. *Muhasabatuna: Jurnal Akuntansi Syariah*, 2(1), 57-78. <https://doi.org/10.54471/muhasabatuna.v2i1.702>
- Mahardhika, A. S., dan Zakiyah, T. (2020). Millennials' intention in stock investment: extended theory of planned behavior. *Riset Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, 5(1), 83-91.
- Maulidina, I. H., dan Solekah, N. A. (2020). Antecedents perilaku membayar zakat pada badan amil zakat nasional di lumajang (antecedents of zakat paying behavior at the national zakat board in lumajang). *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*, 8(2), 235-254.
- McDaniel, S.W. and Burnett, J.J. (1990), Consumer religiosity and retail store evaluative criteria, *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 18 No. 2, pp. 101-112.
- Monoarfa, H., Juliana, J., Setaiwan, R., dan Karim, R. A. (2023). The influences of Islamic retail mix approach on purchase decisions. *Journal of Islamic Marketing*, 14(1), 236-249.
- Muflih, M. (2006). Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Mulyadi, M., Suwarno, S., Sari, W. P., Paleni, H., dan Erfiani, M. (2020). Pengaruh fluktuasi harga emas, inflasi, bi rate dan ukuran perusahaan terhadap pembiayaan produk gadai emas bank umum syariah. *Jurnal interprof*, 6(1), 26-40. <https://doi.org/10.32767/interprof.v6i1.909>
- Muslichah, M., Abdullah, R., dan Abdul Razak, L. (2020). The effect of halal foods awareness on purchase decision with religiosity as a moderating variable: A study among university students in Brunei Darussalam. *Journal of Islamic Marketing*, 11(5), 1091–1104. <https://doi.org/10.1108/JIMA-09-2017-0102>
- Mustamin, S. W., dan Jasri, J. (2022). Analisis pengaruh quality service dan promosi terhadap tingkat minat nasabah dalam menggunakan jasa bank syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(2), 1689-1698.
- Mutlu, Ü., dan Özer, G. (2022). The moderator effect of financial literacy on the relationship between locus of control and financial behavior. *Kybernetes*, 51(3), 1114–1126. <https://doi.org/10.1108/K-01-2021-0062>
- Nabila, N., dan Kusnadi, I. (2020). Pengaruh pemahaman, pendapatan dan religiusitas terhadap minat untuk berinvestasi di pasar modal syariah (studi pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam iais sambas). *Cross-border*, 3(1), 124-140.
- Nabilah, F., dan Tutik, H. (2020). Pengaruh pengetahuan, religiusitas dan motivasi investasi terhadap minat berinvestasi pasar modal syariah pada komunitas

- investor saham pemula. *Taraadin: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1(1), 55-67. DOI: <https://doi.org/10.24853/trd.1.1.55-67>
- Noverita Wirayanthi, S. S. (2019). Pengaruh harga, citra merek dan kualitas terhadap minat beli produk private label. 2(1), 87–96.
- Novi Hartiani, Mukhlis Yunus, S. (2020). Pengaruh promosi terhadap minat beli konsumen grand media bangko. 5, 33–37.
- Nugraha, H. P. (2021). Pengaruh elemen pemasaran media sosial terhadap keterlibatan konsumen pada merek, kesadaran merek dan citra merek.
- Nurmalasari. (2023). Pengaruh produk, harga, pengetahuan, dan pendapatan terhadap minat investasi cicil emas masyarakat banda aceh (studi pada bank syariah indonesia cabang banda aceh)(Skripsi, UIN AR-RANIRY, 2023). Retrieved from <https://repository.ar-raniry.ac.id/>
- Nursya'bani, R. Z., dan Fatah, D. A. (2023). Pengaruh fluktuasi harga emas dan pengetahuan investasi syariah terhadap minat nasabah berinvestasi cicil emas bsi. *Seminar Nasional Akuntansi dan Manajemen PNJ* (Vol. 4, No. 1).
- O'Connell, B.J. (1975), "Dimensions of religiosity among catholics", *Review of Religious Research*, Vol. 16 No. 3, pp. 198-207.
- Oktari, F., Umam Khudori, K., dan Arli Silvia, S. (2023). Pengaruh promosi dan harga emas terhadap minat masyarakat kelurahan talang rimbo lama pada produk cicil emas di bsi kc curup (Disertasi, Institut Agama Islam Negeri Curup, 2023).
- Pegadaian Syariah. (2024). *Simulasi Cicil Emas Personal*. Diambil 27 Februari 2024, dari pegadaian syariah website: <https://sahabat.pegadaian.co.id/simulasi-cicil-emas-personal>
- Prasetio, R., Iswanaji, C., dan Khotijah, S. A. (2023). Pengaruh persepsi return, risiko, pengetahuan dan religiusitas terhadap minat berinvestasi di pasar modal syariah. *Al-Intaj: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 9(1), 88-108.
- Purbowisanti, R., Kusuma, H., dan Hanafi, S. M. (2021). Muslim investor behavior in indonesian capital markets: an extention of theory of planned behavior. *Journal of Economics, Finance And Management Studies*, 4(08), 1225-1234. <https://doi.org/10.47191/jefms/v4-i8-01>
- Putra, I. A., Chumaidi, A., dan Fadhli, K. (2022). Price and quality analysis of purchasing decision making at rocket chicken mojokrapak jombang. *income: Innovation of Economics and Management*, 1(3), 78–83. <https://doi.org/10.32764/income.v1i3.1829>
- Rahmadona, D., dan Asra, Y. (2021). The effect of convenience benefits, consumer knowledge, and promotion on interest in using e-money (studies in the city of

- bengkalis). *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 1(1), 23-27. <https://doi.org/10.35314/inovbizmik.v1i1.1875>
- Raji, R. A., Rashid, S., dan Ishak, S. (2019). The mediating effect of brand image on the relationships between social media advertising content, sales promotion content and behavioural intention. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 13(3), 302–330. <https://doi.org/10.1108/JRIM-01-2018-0004>
- Rangkuti, F. (2018). Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Raut, R. K. (2020). Past behaviour, financial literacy and investment decision-making process of individual investors. *International Journal of Emerging Markets*, 15(6), 1243-1263.
- Rotter, J. B. (1966). Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement. *Psychological monographs: General and applied*, 80(1), 1.
- Rozikin, A. Z., dan Sholekhah, I. (2020). Islamic financial literacy, promotion, and brand image towards saving intention in sharia bank. *Iqtishadia*, 13(1), 95-106.
- Rumbiak, A. (2020). Teologi ibadah dan spiritualitas generasi milenial: worship theology and spirituality of the millennial generation. *Jurnal Teologi Amreta (ISSN: 2599-3100)*, 3(2).
- Rusmiyati, dan Hartono, S. (2022). Influence the influence of product quality, brand image and promotion on financing decision with customer interest as mediating variable. *Journal of Consumer Sciences*, 7(1), 20–33. <https://doi.org/10.29244/jcs.7.1.20-33>
- Sadikin, A., dan Widiawati, W. (2022). Perilaku konsumen di tengah pandemi covid-19. *CEMERLANG: Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis*, 2(3), 275-289. <https://doi.org/10.55606/cemerlang.v2i3.330>
- Salim, Fajriah., Arif, Suyud., dan Devi, Abrista. (2022). Pengaruh literasi keuangan syariah, islamic branding, dan religiusitas terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan jasa perbankan syariah: studi pada mahasiswa FAI Universitas Ibn Khaldun Bogor Angkatan 2017-2018. El-Mal: *Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam*, 5(2), Hal 226-244.
- Saputra, H. (2019). Analisa kepatuhan pajak dengan pendekatan teori perilaku terencana (Theory of Planned Behavior)(Terhadap Wajib Pajak Orang Pribadi Di Provinsi Dki Jakarta). *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 47-58.
- Schiffman, L. G., dan Kanuk, L. (2007). *Consumer Behaviour*. PT Indeks.
- Sekaran, U., dan Bougie, R. (2017). *Metode penelitian untuk bisnis*. Jakarta Selatan : Salemba Empat.

- Simanihuruk, P. (2020). Pengaruh sikap, norma subyektif dan kontrol perilaku yang dirasakan terhadap minat berwirausaha dengan pendekatan theory of planned behaviour (Studi kasus pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Unika Santo Thomas SU). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 119-140.
- Siskohat. (2024). Retrieved from <https://haji.kemenag.go.id/>
- Sjukun, S., Supardin, L., dan Taufik, Y. (2022). The effect of price and promotion on purchase decision at bakpia kurnia sari. *PENANOMICS: International Journal of Economics*, 1(2), 223-230. <https://doi.org/10.56107/penanomics.v1i2.31>
- Sobron, M. J., W. Mahri, A. J., dan Nurasyiah, A. (2018). Halal knowledge and religiosity on purchasing decisipn of samyang ramen products: survey on muslim students in Universitas Pendidikan Indonesia. *Science and Technology Publications*, 673-679.
- Srimustikarefi. (2013). Pengaruh minat konsumen terhadap penjualan kendaraan roda dua merek honda pada cv. prima motor pasir pengaraian kabupaten rokan hulu. *Jurnal Mahasiswa Prodi S1 Manajemen*, Publisher Vol 1 No.1, 3.
- Syahrir., dkk. (2020). Aplikasi metode SEM-PLS dalam pengelolaan sumberdaya pesisir dan lautan. Bogor: PT Penerbit IPB Press.
- Vizano, N. A., Khamaludin, K., dan Fahlevi, M. (2021). The effect of halal awareness on purchase intention of halal food: a case study in indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(4), 441–453. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no4.0441>
- Vristiyana, V. M. (2019). Pengaruh religiusitas dan pengetahuan produk halal terhadap penilaian produk halal dan minat pembelian produk halal. *Ekobis*, 20(1), 85–100.
- Wa, I., dan Maulana, A. (2017) Hubungan perceived behavioral control dengan perilaku menabung. (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Malang, 2017).
- Wibisaputra, Adiztya. (2011). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli ulang gas lpg 3 kg (di pt. candi agung pratama semarang). Universitas Diponegoro. Semarang.
- Widayat. (2010). Penentu perilaku berinvestasi. *Journal of Innovation in Business and Economics*, 1(2), 111-128.
- Wijayanti, S. S. (2018). Jual beli emas secara tidak tunai: kajian terhadap fatwa DSN-MUI No. 77/DSN-MUI/V/2010 (Disertasi, IAIN Purwokerto, 2018). Retrieved from <https://eprints.uinsaizu.ac.id>
- Zebua, M. (2018). Pemasaran Pariwisata: Menuju Festival Sail Daerah. Yogyakarta: Deepublish.