

Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Pengetahuan Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Untuk menggunakan produk Emas Di BSI KCP Pandaan Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi

Oleh:

Melinda Tiarasukma

Dosen Pembimbing

Dr. Detak Prapanca, S.E., M.M

Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis, Bisnis, dan Ilmu Sosial

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

2026



www.umsida.ac.id



[umsida1912](#)



[umsida1912](#)



[universitas
muhammadiyah
sidoarjo](#)



[umsida1912](#)

Pendahuluan

Bank Syariah Indonesia (BSI) adalah bank syariah terbesar di Indonesia yang resmi beroperasi sejak tahun 2021 sebagai hasil penggabungan tiga bank syariah milik Badan Usaha Milik Negara [1]. BSI menjadi bullion bank yang menawarkan berbagai produk emas syariah, antara lain cicil emas, tabungan emas digital melalui aplikasi E-Mas, serta gadai emas [2]. Permasalahan pada variabel keputusan nasabah terlihat dari masih adanya keraguan dalam menggunakan produk emas syariah yang dipengaruhi oleh rendahnya pengetahuan dan pemahaman nasabah terhadap karakteristik produk tersebut. Kurangnya pemahaman ini berdampak pada tingkat kepercayaan, sehingga nasabah menunda atau membatalkan keputusan untuk menggunakan produk emas. Jumlah nasabah emas BSI KCP Pandaan tidak menunjukkan tren peningkatan yang signifikan selama tahun 2025.

Pendahuluan

- Permasalahan literasi keuangan syariah adalah banyak nasabah belum memahami akad syariah pada produk emas, sehingga sering disamakan dengan produk konvensional yang berbunga.
- Pengetahuan produk produk emas BSI yaitu cicil emas, gadai emas, dan aplikasi E-Mas masih terbatas
- Kualitas pelayanan belum berjalan optimal dalam pemberian penjelasan produk, sehingga sebagian nasabah masih merasa bingung dan kurang nyaman dalam mengambil keputusan menggunakan produk emas syariah.
- Empirical gap muncul dari perbedaan hasil penelitian terdahulu terkait pengaruh literasi keuangan syariah, pengetahuan produk, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah, yang menunjukkan bahwa hasil tidak konsisten
- Kepercayaan sebagai variabel mediasi dipilih karena berperan penting dalam menjembatani pengaruh literasi keuangan syariah, pengetahuan produk, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah pada produk emas syariah yang sangat bergantung pada kepercayaan nasabah kepada BSI.

Pertanyaan Penelitian dan Rumusan Masalah

Pertanyaan penelitian :

Apakah literasi keuangan, pengetahuan produk, dan kualitas pelayanan mempengaruhi keputusan nasabah BSI KCP Pandaan melalui kepercayaan sebagai variabel mediasi?

Rumusan Masalah :

1. Apakah literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap kepercayaan BSI KCP Pandaan?
2. Apakah pengetahuan produk berpengaruh terhadap kepercayaan BSI KCP Pandaan?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepercayaan BSI KCP Pandaan?
4. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan nasabah BSI KCP Pandaan?
5. Apakah literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap keputusan nasabah BSI KCP Pandaan?
6. Apakah pengetahuan produk berpengaruh terhadap keputusan nasabah BSI KCP Pandaan?
7. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah BSI KCP Pandaan?
8. Apakah literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap keputusan nasabah dengan mediasi kepercayaan BSI KCP Pandaan?
9. Apakah pengetahuan produk berpengaruh terhadap keputusan nasabah dengan mediasi kepercayaan BSI KCP Pandaan?
10. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah dengan mediasi kepercayaan BSI KCP Pandaan?

Literatur Review

Grand Theory

Perilaku konsumen berdasarkan perspektif Islam adalah rangkaian proses individu dalam mencari, memilih, membeli, menggunakan, serta mengevaluasi produk dan jasa untuk memenuhi kebutuhan yang selaras dengan syariat Islam [3].

Keputusan Nasabah (Y)

Keputusan nasabah merupakan suatu proses yang diawali dari munculnya latar belakang masalah atau kebutuhan, kemudian dilanjutkan dengan identifikasi dan penelusuran berbagai alternatif hingga terbentuknya kesimpulan atau rekomendasi terhadap pilihan yang dianggap paling tepat [4]. Indikator yang digunakan dalam variabel Keputusan Nasabah adalah:

1. Pengenalan Masalah
2. Pencarian Informasi
3. Evaluasi Alternatif
4. Keputusan
5. Perilaku Pasca Menabung

Literatur Review

Literasi Keuangan Syariah (X1)

Literasi keuangan syariah adalah kemampuan dalam memahami, menganalisis, dan mengimplementasikan konsep-konsep keuangan syariah secara tepat, kemudian memanfaatkannya untuk mengatur keuangan yang dimiliki guna mencapai tujuan hidup berdasarkan asas-asas syariah [5]. Indikator literasi keuangan syariah adalah:

1. Pengenalan Masalah
2. Pencarian Informasi
3. Evaluasi Alternatif
4. Keputusan
5. Perilaku Pasca Menabung

Pengetahuan Produk (X2)

Pengetahuan produk adalah kumpulan informasi kategori produk, istilah, merek, atribut atau fitur, harga produk, sehingga membantu konsumen dalam mengevaluasi berbagai alternatif sebelum menentukan pilihan [6]. Indikator pengetahuan produk adalah:

1. Pengetahuan Produk
2. Pengetahuan Pembelian
3. Pengetahuan Pemakaian

Literatur Review

Kualitas Pelayanan (X3)

Kualitas pelayanan merupakan konsep yang berkaitan dengan perilaku dan upaya penyedia jasa dalam memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen guna mencapai tingkat kepuasan yang diharapkan [7]. Indikator kualitas pelayanan adalah:

1. Tangible (Berwujud)
2. Reliability (Keandalan)
3. Responsiveness (Ketanggapan)
4. Assurance (Jaminan)
5. Empathy (Empati)

Kepercayaan (Y)

Kepercayaan adalah kemauan konsumen untuk menyandarkan harapan mereka terhadap perilaku perusahaan di masa mendatang [8]. Indikator kepercayaan adalah:

1. Ability (Kemampuan)
2. Benevolence (Kebaikan hati)
3. Integrity (Integritas)

Metode

Pendekatan :

Jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan pendekatan kausal untuk mengetahui hubungan sebab akibat antara variable independen dan dependen.

Populasi dan Sampel :

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah produk emas BSI KCP Pandaan yang berjumlah 1.093 orang. Teknik probability sampling pada penelitian ini diterapkan melalui random sampling, sehingga nasabah produk emas BSI KCP Pandaan memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih sebagai responden. Penentuan jumlah sampel dilakukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan sebesar 5% sehingga diperoleh jumlah sampel sebanyak 300 orang.

Teknik Pengumpulan Data:

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner disebarkan bentuk cetak, sehingga memudahkan responden dalam memberikan jawaban secara langsung serta membantu peneliti dalam menjangkau nasabah yang belum terbiasa menggunakan kuesioner online.

Teknik analisis Data:

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data PLS-SEM dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS versi 4.0 untuk mengolah data primer yang telah dikumpulkan.

Demografi Responden

Karakteristik responden	Jumlah responden
Laki – laki	76 orang
perempuan	224 orang

Usia responden	Jumlah responden
31-40	196 responden
41-50	78 responden
> 50	16 responden
18-30	10 responden

Demografi Responden

Alamat responden	Jumlah responden
Pandaan	215 responden
Gempol	18 responden
Prigen	43 responden
Sukorejo	20 responden
Beji	4 responden

Pekerjaan responden	Jumlah responden
Karyawan swasta	87 responden
Ibu rumah tangga	78 responden
Pegawai negeri	76 responden
Wirausaha	39 responden
Pedagang	20 responden

Hasil Analisis Model Pengukuran (outer Model)

Variabel	Indikator	Outer loading	keterangan
Literasi keuangan syariah (X1)	X1.1	0.965	Valid
	X1.2	0.962	Valid
	X1.3	0.972	Valid
	X1.4	0.928	Valid
	X1.5	0.947	Valid
	X1.6	0.969	Valid
	X1.7	0.951	Valid
	X1.8	0.961	Valid
Pengetahuan Produk (X2)	X2.1	0.942	Valid
	X2.2	0.967	Valid
	X2.3	0.974	Valid
	X2.4	0.948	Valid
	X2.5	0.864	Valid
	X2.6	0.912	Valid

Berdasarkan hasil output outer loading pada Tabel di samping, seluruh indikator pada variabel literasi keuangan syariah, pengetahuan produk, kualitas pelayanan, kepercayaan, dan keputusan nasabah memiliki nilai outer loading di atas 0,70, sehingga seluruh indikator dinyatakan valid dan mampu mewakili variabel yang diukur dengan baik. Variabel literasi keuangan syariah memiliki nilai outer loading berkisar antara 0,928–0,972, variabel pengetahuan produk berkisar antara 0,864–0,974, variabel kualitas pelayanan berkisar antara 0,942–0,977, variabel kepercayaan berkisar antara 0,899–0,974, serta variabel keputusan nasabah berkisar antara 0,881–0,957. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model pengukuran telah memenuhi kriteria validitas konvergen dan seluruh indikator layak digunakan dalam analisis lebih lanjut pada model PLS-SEM.

Hasil Analisis Model Pengukuran (outer Model)

Kualitas Pelayanan (X3)	X3.1	0.965	Valid
	X3.2	0.968	Valid
	X3.3	0.957	Valid
	X3.4	0.961	Valid
	X3.5	0.964	Valid
	X3.6	0.949	Valid
	X3.7	0.942	Valid
	X3.8	0.967	Valid
	X3.9	0.976	Valid
	X3.10	0.977	Valid
Kepercayaan	Z.1	0.899	Valid
	Z.2	0.906	Valid
	Z.3	0.949	Valid
	Z.4	0.953	Valid
	Z.5	0.974	Valid
	Z.6	0.954	Valid
Keputusan Nasabah	Y.1	0.881	Valid
	Y.2	0.912	Valid
	Y.3	0.930	Valid
	Y.4	0.926	Valid
	Y.5	0.940	Valid
	Y.6	0.929	Valid
	Y.7	0.941	Valid
	Y.8	0.957	Valid
	Y.9	0.941	Valid
	Y.10	0.922	Valid

Hasil Analisis Model Pengukuran (outer Model)

Hasil Uji Construct Reliability

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
X1	0.987	0.987	0.989	0.916
X2	0.971	0.973	0.977	0.875
X3	0.991	0.991	0.992	0.927
Z	0.973	0.974	0.978	0.882
Y	0.982	0.983	0.984	0.861

Berdasarkan hasil uji construct reliability, seluruh variabel penelitian, yaitu literasi keuangan syariah (X1), pengetahuan produk (X2), kualitas pelayanan (X3), kepercayaan (Z), dan keputusan nasabah (Y), memiliki nilai Cronbach's Alpha, rho_A, dan Composite Reliability di atas 0,70 serta AVE di atas 0,50. Hasil tersebut menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki reliabilitas, konsistensi internal, dan validitas konvergen yang sangat baik, sehingga seluruh indikator dinyatakan reliabel dan layak digunakan dalam analisis PLS-SEM lebih lanjut.

Hasil Analisis Model Pengukuran (Inner Model)

Hasil Uji *R-square*

	R-square	R- square adjusted
Kepercayaan	0.921	0.920
Keputusan Nasabah	0.926	0.925

Berdasarkan hasil uji R Square, variabel kepercayaan memiliki nilai R- Square sebesar 0,921 dan R Square Adjusted sebesar 0,920. Hal ini menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan syariah, pengetahuan produk, dan kualitas pelayanan mampu menjelaskan variabel kepercayaan sebesar 92,1%, sedangkan sisanya sebesar 7,9% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian. Selanjutnya, variabel keputusan nasabah memiliki nilai R- Square sebesar 0,926 dan R Square Adjusted sebesar 0,925, yang berarti variabel literasi keuangan syariah, pengetahuan produk, kualitas pelayanan, serta kepercayaan sebagai variabel mediasi mampu menjelaskan keputusan nasabah sebesar 92,6%, sedangkan sisanya sebesar 7,4% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Berdasarkan kriteria penilaian R Square, kedua variabel endogen tersebut termasuk dalam kategori kuat karena memiliki nilai R-Square di atas 0,75, sehingga model penelitian dinilai memiliki kemampuan yang sangat baik dalam menjelaskan hubungan antar variabel dalam penelitian ini.

Hasil Analisis Model Pengukuran (Inner Model)

Uji hipotesis

Hasil Uji *Bootstrapping*

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
X1>Z	0.300	0.297	0.059	5.053	0.000
X2>Z	0.427	0.429	0.052	8.196	0.000
X3>Z	0.253	0.255	0.040	6.357	0.000
Z>Y	0.264	0.263	0.041	6.464	0.000
X1>Y	0.163	0.162	0.060	2.719	0.007
X2>Y	0.198	0.199	0.056	3.521	0.000
X3>Y	0.264	0.263	0.041	6.464	0.000

Berdasarkan hasil uji bootstrapping, seluruh hubungan langsung antar variabel dalam penelitian menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan karena memiliki nilai t-statistics > 1,96 dan p-values < 0,05. Literasi keuangan syariah (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan (Z) dengan nilai koefisien sebesar 0,300, t-statistics 5,053, dan p-values 0,000. Pengetahuan produk (X2) juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan dengan nilai koefisien 0,427, t-statistics 8,196, dan p-values 0,000. Kualitas pelayanan (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan dengan nilai koefisien 0,253, t-statistics 6,357, dan p-values 0,000. Selanjutnya, kepercayaan (Z) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah (Y) dengan nilai koefisien 0,264, t-statistics 6,464, dan p-values 0,000. Pada pengaruh langsung terhadap keputusan nasabah, literasi keuangan syariah memiliki pengaruh positif dan signifikan dengan nilai koefisien 0,163, t-statistics 2,719, dan p-values 0,007, pengetahuan produk memiliki pengaruh positif dan signifikan dengan nilai koefisien 0,198, t-statistics 3,521, dan p-values 0,000, serta kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan dengan nilai koefisien 0,264, t-statistics 6,464, dan p-values 0,000.

Hasil Analisis Model Pengukuran (Inner Model)

Hasil Uji Mediasi

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
X1>Z>Y	0.109	0.108	0.028	3.885	0.000
X2>Z>Y	0.155	0.156	0.034	4.588	0.000
X3>Z>Z	0.092	0.092	0.021	4.303	0.000

Berdasarkan hasil uji mediasi, variabel kepercayaan terbukti mampu memediasi pengaruh literasi keuangan syariah, pengetahuan produk, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah secara signifikan. Pengaruh tidak langsung literasi keuangan syariah terhadap keputusan nasabah melalui kepercayaan memiliki nilai koefisien sebesar 0,109, t-statistics 3,885, dan p-values 0,000. Pengetahuan produk terhadap keputusan nasabah melalui kepercayaan memiliki nilai koefisien sebesar 0,155, t-statistics 4,588, dan p-values 0,000. Sementara itu, kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah melalui kepercayaan memiliki nilai koefisien sebesar 0,092, t-statistics 4,303, dan p-values 0,000. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kepercayaan berperan sebagai variabel mediasi yang signifikan dalam hubungan antara literasi keuangan syariah, pengetahuan produk, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk emas di BSI KCP Pandaan.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan syariah, pengetahuan produk, kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan nasabah BSI KCP PANDAAN. kemudian variabel kepercayaan dapat memediasi pengaruh literasi keuangan syariah, pengetahuan produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik literasi keuangan syariah, pengetahuan produk, kualitas pelayanan dan kepercayaan akan meningkatkan keputusan nasabah

Referensi

1. Z. Zeiniye, “Peluang Investasi Emas Melalui Produk Cicil Emas Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Situbondo,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, vol. 9, no. 3, pp. 4308–4315, Nov. 2023, doi: 10.29040/JIEI.V9I3.10153
2. F. K. Putra, L. Yulinsa, H. P. Mahendra, and F. Siswajhanty, “Analisis Yuridis Pembentukan Bank Emas (Bullion Bank) Dalam Sektor Perbankan Sebagai Bentuk Optimalisasi Devisa Negara Indonesia.,” 2024.
3. Kurniati, “Teori Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam,” *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, vol. 6, no. 1, 2016, Accessed: Dec. 25, 2025. [Online]. Available: <https://ejournal.almaata.ac.id/index.php/JESI/article/view/387>
4. I. A. Azhar, R. Suprpto, and N. A. Fuad, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Menabung Pada Nasabah Di Bank Syariah Indonesia Cabang Rogojampi,” *JPSDa: Jurnal Perbankan Syariah Darussalam*, vol. 3, no. 1, pp. 61–73, Feb. 2023, doi: 10.30739/JPSDA.V3I1.1943.
5. M. Zihanuddin, Kamaliah. R, and K. Sakdiah, “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Studi Pada UMKM Kelurahan Tanjung Pura Langkat,” *JEKSya Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, vol. 3, no. 3, 2024

Referensi

6. P. P. Mulyani, I. Artikel, K. Preni, and P. Mulyani, “Pengaruh Promosi, Kepercayaan dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Wadiah Bank Syariah di Yogyakarta,” *Journal of Management, Entrepreneurship, and Digital Marketing*, vol. 1, no. 01, pp. 16–27, Oct. 2025, Accessed: Dec. 24, 2025. [Online]. Available: <https://journal.orbioninstitute.com/index.php/magenta/article/view/52>
7. F. R. Demmassabu, S. L. H. V. J. Lapien, and J. L. A. Tampenawas, “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Promosi Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Sinarmas Manado,” *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, vol. 11, no. 1, 2023, doi: 10.35794/emba.v11i1.45444.
8. M. Adam, “Pengaruh Promosi, Kepercayaan dan Harga Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji Di PT. Bank Muamalat,” *Journal of Comprehensive Islamic Studies*, vol. 1, no. 1, 2022, doi: 10.56436/jocis.v1i1.97

TERIMA KASIH

