

ABSTRAK

Nama : Mustika Shahana
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul : Pengaruh Harga Emas Dan *Integrated Marketing Communication (Imc)* Terhadap Minat Masyarakat Pada Pembiayaan Cicilan Emas Pada Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Bsi Kc Lhokseumawe)

Bank Syariah Indonesia terus menghadirkan inovasi produk dan layanan keuangan syariah sebagai respons terhadap perkembangan kebutuhan dan preferensi nasabah. Produk emas merupakan salah satu produk investasi yang populer karena nilainya meningkat setiap tahun dan nilainya terus berfluktuasi terhadap mata uang. Dalam konteks pembiayaan cicilan emas yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia, penerapan *Integrated Marketing Communication (IMC)* dapat meningkatkan minat nasabah. Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana Harga Emas Dan *Integrated marketing Communication (IMC)* Terhadap Minat Masyarakat Pada Pembiayaan Cicilan Emas Pada Bank Syariah Indonesia. Adapun metode penelitian ini yaitu metode kuantitatif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dari strategi penelitian secara asosiatif. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebesar 71 responden yang dianggap cukup untuk melakukan penelitian ini. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Harga Emas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat. *Integrated Marketing Communication (IMC)* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat. Harga Emas dan *Integrated Marketing Communication (IMC)* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat. Faktor harga emas dan *integrated marketing communication (IMC)* secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat. Dengan adanya *integrated marketing communication (IMC)* dengan suatu strategi pemasaran yang menggabungkan berbagai jenis komunikasi pemasaran, seperti periklanan, promosi penjualan, penjualan personal, hubungan masyarakat dan pemasaran interaktif dapat membantu masyarakat untuk lebih mengerti tentang cicilan emas.

Kata Kunci : Harga, Emas, (IMC), Minat, Masyarakat.

ABSTRACT

Name : Mustika Shahana
Study Program : Sharia Economics
Title : *The Influence of Gold Prices and Integrated Marketing Communication (IMC) on Public Interest in Gold Installment Financing at Indonesian Sharia Banks (Bsi Kc Lhokseumawe Case Study).*

Bank Syariah Indonesia continues to provide innovative sharia financial products and services in response to developments in customer needs and preferences. Gold products are one of the popular investment products because their value increases every year and their value continues to fluctuate against currencies. In the context of gold installment financing offered by Bank Syariah Indonesia, the implementation of Integrated Marketing Communication (IMC) can increase customer interest. This research aims to see how gold prices and integrated marketing communication (IMC) affect public interest in gold installment financing at Indonesian Sharia Banks. This research method is a quantitative method using a quantitative approach from an associative research strategy. The number of samples in this study was 71 respondents which was considered sufficient to conduct this research. The results of this research show that the price of gold partially has a positive and significant effect on public interest. Integrated Marketing Communication (IMC) partially has a positive and significant effect on public interest. Gold Prices and Integrated Marketing Communication (IMC) simultaneously have a positive and significant effect on public interest. The gold price factor and integrated marketing communication (IMC) simultaneously have a positive and significant influence on public interest. With the existence of integrated marketing communication (IMC) with a marketing strategy that combines various types of marketing communications, such as advertising, sales promotions, personal sales, public relations and interactive marketing, it can help the public to understand more about gold installments.

Keywords: *Gold, Price,(IMC), Public, Interest.*