

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Theory of Planned Behavior* (TPB), *Word of Mouth* (WoM), dan Literasi Keuangan terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk investasi BSI Cicil Emas di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Blitar. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif parametrik dengan metode survei menggunakan kuesioner terhadap 100 responden yang dipilih melalui teknik purposive sampling. Alat yang digunakan untuk analisis data menggunakan SPSS dengan metode regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel sikap perilaku, kontrol perilaku, dan literasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah dalam penggunaan produk investasi BSI Cicil Emas. Sementara itu, norma subjektif dan *Word of Mouth* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam penggunaan produk investasi BSI Cicil Emas. Temuan ini memberikan implikasi strategis bagi Bank Syariah Indonesia, khususnya dalam merancang strategi pemasaran yang tepat melalui peningkatan minat nasabah.

**Kata kunci: Minat Nasabah, Theory of Planned Behavior, Word of Mouth, Literasi Keuangan, BSI Cicil Emas**

### **ABSTRACT**

*This study aims to examine the influence of the Theory of Planned Behavior (TPB), Word of Mouth (WoM), and financial literacy on customer interest in using the BSI Cicil Emas investment product at Bank Syariah Indonesia, Blitar Branch. This research employs a quantitative parametric approach using a survey method, with data collected from 100 respondents selected through purposive sampling. The data were analyzed using multiple linear regression with the SPSS software. The findings indicate that attitude toward behavior, perceived behavioral control, and financial literacy have a significant positive effect on customer interest in using the BSI Cicil Emas product. However, subjective norms and Word of Mouth do not have a significant effect. These results provide strategic implications for Bank Syariah Indonesia, particularly in developing effective marketing strategies to enhance customer interest in Islamic investment products.*

**Keywords:** *Customer Interest, Theory of Planned Behavior, Word of Mouth, Financial Literacy, BSI Cicil Emas*