

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN, *TRUST*, KUALITAS  
LAYANAN DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP MINAT  
BERINVESTASI CICIL EMAS PADA BANK SYARIAH  
INDONESIA (BSI) DI KOTA MALANG**

**SKRIPSI**



**Oleh**

**FAIRUZ FADHILAH**

**210503110034**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)  
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

**2025**

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN, TRUST, KUALITAS  
LAYANAN DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP MINAT  
BERINVESTASI CICIL EMAS PADA BANK SYARIAH  
INDONESIA (BSI) DI KOTA MALANG**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada:

Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Memperoleh

Gelar Sarjana Ekonomi (SE)



**Oleh**

**FAIRUZ FADHILAH**

**210503110034**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)  
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

**2025**

## **LEMBAR PERSETUJUAN**

### **PENGARUH LITERASI KEUANGAN, *TRUST*, KUALITAS LAYANAN DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP MINAT BERINVESTASI CICIL EMAS DI BANK SYARIAH INDONESIA (BSI) KOTA MALANG**

Oleh

**FAIRUZ FADHILAH**

NIM : 210503110034

Telah Disetujui Pada Tanggal 7 November 2024

**Dosen Pembimbing,**



**Dr. Nihayatu Aslamatis Solekah, SE., MM**

**NIP. 198011092023212018**

## LEMBAR PENGESAHAN

### PENGARUH LITERASI KEUANGAN, *TRUST* , KUALITAS LAYANAN DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP MINAT BERINVESTASI CICIL EMAS PADA BANK SYARIAH INDONESIA (BSI) DI KOTA MALANG

Oleh

**FAIRUZ FADHILAH**

NIM : 210503110034

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji  
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Perbankan Syariah (S.E.)  
Pada 2 Mei 2025

Susunan Dewan Penguji:

Tanda Tangan

1 Ketua Penguji

**Dr. Yayuk Sri Rahayu, M.M**

NIP. 197905272014112001



2 Penguji II

**Bariato Nurasri Sudarmawan, ME**

NIP. 199207202023211028



3 Penguji III

**Dr. Nihayatu Aslamatis Solekah, SE., M.M**

NIP. 198011092023212018



Disahkan Oleh:

Ketua Program Studi,



**Dr. Yayuk Sri Rahayu, M.M**

NIP. 197708262008012011

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Fairuz Fadhilah

NIM : 210503110034

Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul:

**“PENGARUH LITERASI KEUANGAN, *TRUST* , KUALITAS LAYANAN DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP MINAT BERINVESTASI CICIL EMAS PADA BANK SYARIAH INDONESIA (BSI) DI KOTA MALANG”** adalah hasil karya sendiri bukan “duplikasi” dari karya orang lain.

Selanjutnya apabila di kemudian hari ada “**klaim**” dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 19 April 2025

Hormat saya,



Fairuz Fadhilah

NIM : 210503110034

## **PERSEMBAHAN**

Segala Puji bagi Allah SWT, Tuhan semesta alam. Dengan rahmad, ridho dan karunia-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan lancar. Sholawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW.

Karya ilmiah ini saya dedikasikan untuk:

### **Keluarga Saya**

Ibu Saindah dan Bapak Moh. Taufiq Fadholi yang telah berjuang dengan penuh keikhlasan dan memberi dukungan baik secara moril maupun materil serta senantiasa mendoakan saya sepanjang hidup mereka agar diberikan kelancaran dalam segala hal. Dan juga adik-adik saya Fina Nailatul Fadhilah dan Firzanah Inara Fadhilah yang senantiasa menghibur dan juga memberikan semangat serta doa terbaik untuk saya.

### **Bapak dan Ibu Dosen**

Karya ini juga saya persembahkan untuk almamater tercinta, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada dosen pembimbing saya Ibu Dr. Nihayatu Aslamatis Solekah yang telah membimbing saya dengan penuh keikhlasan dan juga kesabaran, serta seluruh bapak dan ibu dosen yang telah memberikan ilmu dan bimbingan selama saya menempuh Pendidikan.

### **Teman – Teman**

Terima kasih kepada teman-teman kuliah saya yang selalu ada dan selalu membantu saya dalam menyusun skripsi ini. Saya juga berterima kasih kepada teman SMP saya Rizka, Rina, Rizkya, Amirah dan Aurel yang selalu mendukung, menghibur dan memberi motivasi serta kebersamaan yang telah kita jalani selama masa perkuliahan.

## **HALAMAN MOTTO**

“Kesuksesan bukanlah akhir dari perjalanan, melainkan awal dari pencapaian yang lebih besar." - Nelson Mandela

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur senantiasa penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, ridho, serta karunia-Nya karena atas izin-Nya lah peneliti dalam menyelesaikan skripsi dengan judul "Pengaruh Literasi Keuangan, Trust, Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan Terhadap Minat Berinvestasi Cicil Emas Di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Malang". Penyusunan skripsi ini ditujukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, karena didalamnya masih banyak kekurangan-kekurangan. Hal ini dikarenakan keterbatasan yang dimiliki oleh penulis baik dalam segi kemampuan, pengetahuan serta pengalaman penulis. Oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun agar dalam penyusunan karya tulis selanjutnya dapat lebih baik.

Proses penulisan ini banyak mengalami kendala, namun berkat bantuan, bimbingan, kerjasama dari berbagai pihak baik moril maupun materil, terutama kepada Ibu Nihayatu Aslamatis Solekah, SE, M.M, selaku Dosen Pembimbing yang dengan sabar, dan ikhlas meluangkan waktu, tenaga dan pikiran serta memberikan bimbingan, motivasi dan arahan dan saran-saran yang sangat berharga kepada penulis selama menyusun skripsi ini.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, diantaranya yaitu kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. M. Zinuddiin, MA, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M.El, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Ibu Dr. Yayuk Sri Rahayu, M.M, selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Ibu Nihayatu Aslamatis Solekah, SE., MM, selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan kepada penulis dan terimakasih atas bantuan yang telah diberikan selama menjalani masa studi, menjadi salah satu mahasiswa bimbingan ibu adalah suatu kebanggaan yang selalu saya syukuri.



5. Seluruh bapak dan ibu dosen jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, yang telah memberikan dan berbagi ilmu serta pengalaman yang sangat bermanfaat bagi penulis.
6. Kedua orang tua dan adik-adik yang tak henti-hentinya memberikan doa dan dukungan baik secara moril maupun materil serta kasih sayang yang tulus sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu. Dan juga telah mengusahakan keinginan saya selama ini.
7. Valentyno Damya yang telah menemani saya selama masa perkuliahan dan berjuang bersama pada masa kuliah untuk menyeimbangkan antara pendidikan dan juga karir demi bertahan hidup di perantauan ini.
8. Sahabat-sahabat saya Rizka, Rina, Aurel, Rizkya dan Amirah yang selalu memberikan dukungan, saling menghibur dan saling menguatkan satu sama lain.
9. Teman-teman kuliah saya yang telah memberikan dukungan, bantuan serta berjuang bersama menyelesaikan skripsi ini.
10. Semua pihak baik yang terlibat langsung maupun tidak langsung, yang telah memberikan bantuan dalam proses penyusunan skripsi ini.

Dengan segala kerendahan hati, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diperlukan demi perbaikan di masa yang akan datang. Semoga karya sederhana ini memberikan manfaat bagi banyak pihak. Aamiin ya Rabbal ‘Alamiin.

Malang, 20 April 2025

Penulis

## DAFTAR ISI

|                                                                                                                           |             |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| <b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>                                                                                           | <b>i</b>    |
| <b>SURAT PERNYATAAN.....</b>                                                                                              | <b>iii</b>  |
| <b>DAFTAR ISI .....</b>                                                                                                   | <b>viii</b> |
| <b>DAFTAR GAMBAR .....</b>                                                                                                | <b>xi</b>   |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                                                                                                 | <b>xii</b>  |
| <b>BAB I.....</b>                                                                                                         | <b>1</b>    |
| <b>PENDAHULUAN.....</b>                                                                                                   | <b>1</b>    |
| 1.1    Latar Belakang .....                                                                                               | 1           |
| 1.2    Rumusan masalah.....                                                                                               | 10          |
| 1.3    Tujuan penelitian.....                                                                                             | 11          |
| 1.4    Manfaat penelitian.....                                                                                            | 11          |
| <b>BAB II .....</b>                                                                                                       | <b>13</b>   |
| <b>TINJAUAN PUSTAKA .....</b>                                                                                             | <b>13</b>   |
| 2.1    Penelitian Terdahulu.....                                                                                          | 13          |
| 2.2    Kajian Teori.....                                                                                                  | 26          |
| 2.2.1    Literasi Keuangan .....                                                                                          | 26          |
| 2.2.2    Trust (Kepercayaan).....                                                                                         | 34          |
| 2.2.3    Kualitas Layanan.....                                                                                            | 37          |
| 2.2.4    Citra Perusahaan.....                                                                                            | 40          |
| 2.2.5    Minat Berinvestasi Cicil Emas.....                                                                               | 46          |
| 2.3    Pengaruh Antar Variabel .....                                                                                      | 50          |
| 2.3.1    Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Berinvestasi Cicil Emas<br>di Bank Syariah Indonesia Kota Malang ..... | 50          |
| 2.3.2    Pengaruh <i>Trust</i> Terhadap Minat Berinvestasi Cicil Emas di Bank<br>Syariah Indonesia di Kota Malang.....    | 52          |
| 2.3.3    Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Berinvestasi Cicil Emas<br>di Bank Syariah Indonesia Kota Malang .....  | 53          |
| 2.3.4    Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Minat Berinvestasi Cicil Emas<br>di Bank Syariah Indonesia Kota Malang .....  | 54          |
| 2.4 Kerangka Konseptual .....                                                                                             | 54          |

|                                                                    |            |
|--------------------------------------------------------------------|------------|
| 2.5 Hipotesis .....                                                | 55         |
| <b>BAB III .....</b>                                               | <b>57</b>  |
| <b>METODE PENELITIAN .....</b>                                     | <b>57</b>  |
| 3.1 Jenis penelitian .....                                         | 57         |
| 3.2 Lokasi penelitian .....                                        | 57         |
| 3.3 Populasi dan sampel .....                                      | 58         |
| 3.4 Teknik pengambilan sampel .....                                | 59         |
| 3.5 Jenis dan sumber data .....                                    | 59         |
| 3.5.1 Data Primer .....                                            | 60         |
| 3.5.2 Data Skunder .....                                           | 60         |
| 3.6 Metode pengumpulan data .....                                  | 60         |
| 3.7 Skala pengukuran instrument .....                              | 60         |
| 3.8 Definisi operasional variable .....                            | 62         |
| 3.9 Uji instrument .....                                           | 69         |
| <b>BAB IV .....</b>                                                | <b>75</b>  |
| <b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>                                  | <b>75</b>  |
| 4.1 Hasil Penelitian .....                                         | 75         |
| 4.1.1 Sejarah Berdirinya Bank Syariah Indonesia .....              | 75         |
| 4.1.2 Visi Misi Bank Syariah Indonesia .....                       | 76         |
| 4.1.3 Deskriptif Karakteristik dan Responden .....                 | 76         |
| 4.1.4 Hasil Analisis Deskriptif .....                              | 82         |
| 4.1.5 Hasil Analisis Data .....                                    | 86         |
| 4.2 Pembahasan .....                                               | 98         |
| 4.2.1 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Berinvestasi ..... | 99         |
| 4.2.2 Pengaruh Trust Terhadap Minat Berinvestasi .....             | 100        |
| 4.2.3 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Berinvestasi .....  | 102        |
| 4.2.4 Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Minat Berinvestasi .....  | 103        |
| <b>BAB V .....</b>                                                 | <b>105</b> |
| <b>PENUTUP .....</b>                                               | <b>105</b> |
| 5.1 Kesimpulan .....                                               | 105        |
| 5.2 Saran .....                                                    | 107        |

|                                           |            |
|-------------------------------------------|------------|
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>                | <b>110</b> |
| <b>LAMPIRAN – LAMPIRAN.....</b>           | <b>118</b> |
| Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....     | 118        |
| Lampiran 2. Tabulasi Data Penelitian..... | 122        |
| Lampiran 3. Output Olah Data .....        | 135        |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                     |                                     |
|---------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|
| Gambar 1. 1 Jumlah Pertumbuhan Jumlah Rekening Bank Syariah .....   | 2                                   |
| Gambar 1. 2 Kenaikan Harga Emas .....                               | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual.....                                | 55                                  |
| Gambar 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..... | 77                                  |
| Gambar 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Usia.....                     | 78                                  |
| Gambar 4. 3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan .....               | 80                                  |
| Gambar 4. 4 Karakteristik Berdasarkan Pendapatan.....               | 81                                  |
| Gambar 4. 5 Uji Normalitas .....                                    | 89                                  |
| Gambar 4. 6 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....                     | 92                                  |

## DAFTAR TABEL

|                                                                           |    |
|---------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....                                      | 13 |
| Tabel 3. 1 Skala Likert .....                                             | 62 |
| Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel .....                            | 63 |
| Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....         | 77 |
| Tabel 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Usia.....                            | 78 |
| Tabel 4. 3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan .....                      | 80 |
| Tabel 4. 4 Karakteristik Berdasarkan Pendapatan.....                      | 81 |
| Tabel 4. 5 Distribusi Frekuensi Item Variabel Literasi Keuangan (X1)..... | 82 |
| Tabel 4. 6 Distribusi Frekuensi Item Variabel Trust (X2) .....            | 83 |
| Tabel 4. 7 Distribusi Frekuensi Item Variabel Kualitas Layanan (X3) ..... | 84 |
| Tabel 4. 8 Distribusi Frekuensi Item Variabel Citra Perusahaan (X4) ..... | 85 |
| Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Data.....                                  | 86 |
| Tabel 4. 10 Hasil Uji Realibilitas .....                                  | 88 |
| Tabel 4. 11 Hasil Uji Normalitas.....                                     | 90 |
| Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinieritas.....                              | 91 |
| Tabel 4. 13 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....                           | 93 |
| Tabel 4. 14 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....                       | 94 |
| Tabel 4. 15 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....       | 96 |
| Tabel 4. 16 Hasil Uji Parsial (Uji T) .....                               | 97 |

## **DAFTAR LAMPIRAN**

|                                           |    |
|-------------------------------------------|----|
| Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....     | 81 |
| Lampiran 2. Tabulasi Data Penelitian..... | 85 |
| Lampiran 3. Output Olah Data.....         | 96 |

## ABSTRAK

Fairuz Fadhillah, 2025, SKRIPSI. Judul: “Pengaruh Literasi Keuangan, Trust, Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan Terhadap Minat Berinvestasi Cicil Emas di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Malang”.

Pembimbing : Dr. Nihayatu Aslamatis Solekah, S.E, MM

Kata Kunci : Literasi Keuangan, Trust, Kualitas Layanan, Citra Perusahaan, Minat Berinvestasi, Emas

---

Perkembangan perbankan syariah yang pesat di Indonesia menuntut tersedianya sumber daya manusia yang kompeten dan pemahaman yang baik terhadap literasi keuangan. Bank Syariah Indonesia (BSI) merespon peluang tersebut dengan meluncurkan produk Cicil Emas sebagai alternatif investasi yang stabil. Namun, terdapat ketidaksesuaian antara hasil penelitian sebelumnya mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat investasi pada program ini. Oleh karena itu, penelitian ini mengkaji pengaruh literasi keuangan, kepercayaan, kualitas layanan, dan citra perusahaan terhadap minat investasi pada program Cicil Emas di BSI Kota Malang. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan analisis deskriptif. Sampel dipilih menggunakan teknik purposive sampling dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Data dikumpulkan melalui kuesioner berbasis likert dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan dan kualitas layanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat investasi, sedangkan kepercayaan dan citra perusahaan tidak berpengaruh signifikan. Secara simultan, keempat variabel literasi keuangan, kepercayaan, kualitas layanan, dan citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap minat investasi, dengan nilai  $R^2$  sebesar 0,297. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen dalam penelitian ini mampu menjelaskan 30% variasi minat investasi, sedangkan sisanya sebesar 70% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.



## **ABSTRAK**

Fairuz Fadhilah, 2025, SKRIPSI. Judul: “*The Influence of Financial Literacy, Trust, Service Quality and Company Image on Interest in Investing in Gold Installments at Bank Syariah Indonesia (BSI) Malang City*”.

Pembimbing : Dr. Nihayatu Aslamatis Solekah, S.E, MM

Kata Kunci : *Financial Literacy, Trust, Service Quality, Corporate Image, Intention, Gold*

---

*The rapid development of Islamic banking in Indonesia requires the availability of competent human resources and a good understanding of financial literacy. Bank Syariah Indonesia (BSI) responded to this opportunity by launching the Cicil Emas product as a stable investment alternative. However, there is a discrepancy between the results of previous studies regarding the factors that influence investment intention in this program. Therefore, this study examines the effect of financial literacy, trust, service quality, and company image on investment intention in the Cicil Emas program at BSI Malang City. This study uses a quantitative method with a descriptive analysis approach. The sample was selected using a purposive sampling technique with 100 respondents. Data were collected through a Likert-based questionnaire and analyzed using multiple linear regression. The results of the study indicate that financial literacy and service quality have a significant partial effect on investment intention, while trust and corporate image do not have a significant effect. Simultaneously, the four variables of financial literacy, trust, service quality, and corporate image have a significant effect on investment intention, with an  $R^2$  value of 0.297. This shows that the independent variables in this study are able to explain 30% of the variation in investment intention, while the remaining 70% is influenced by other factors not examined in this study.*

## خلاصة

فيروز فضيلة، 2025، أطروحة. العنوان: "تأثير الثقافة المالية والثقة وجودة الخدمة وصورة الشركة على الاهتمام بالاستثمار في أفساط الذهب في بنك الشريعة الإندونيسي". مدينة مالانج (BSI).

S.E، MM، المشرف: د. نهاياتو أسلماتيس سوليكاه

الكلمات المفتاحية: الثقافة المالية، الثقة، جودة الخدمة، صورة الشركة، الاهتمام بالاستثمار، الذهب

يتطلب التطور السريع للخدمات المصرفية الإسلامية في إندونيسيا توفر الموارد لهذه (BSI) البشرية الكفاءة وفهمًا جيدًا للثقافة المالية. استجاب بنك الشريعة الإندونيسي كبديل استثماري مستقر. ومع ذلك، هناك Cicil Emas الفرصة من خلال إطلاق منتج تناقض بين نتائج الدراسات السابقة فيما يتعلق بالعوامل المؤثرة على الاهتمام بالاستثمار في هذا البرنامج. لذلك، تدرس هذه الدراسة تأثير الثقافة المالية والثقة وجودة الخدمة وصورة مدينة مالانج. تعتمد هذه BSI في Cicil Emas الشركة على الاهتمام بالاستثمار في برنامج الدراسة على المنهج الكمي مع اتباع منهج التحليل الوصفي. تم اختيار العينة باستخدام أسلوب العينة العمدية بإجمالي 100 مستجيب. تم جمع البيانات من خلال استبيان قائم على ليكرت وتم تحليلها باستخدام الانحدار الخطي المتعدد. وتظهر نتائج الدراسة أن الثقافة المالية وجودة الخدمة لهما تأثير جزئي كبير على الاهتمام بالاستثمار، في حين أن الثقة وصورة الشركة ليس لهما تأثير كبير. وفي الوقت نفسه، كان للمتغيرات الأربعة المتمثلة في الثقافة المالية والثقة  $R^2$  وجودة الخدمة وصورة الشركة تأثير كبير على الاهتمام بالاستثمار، حيث بلغت قيمة وهذا يدل على أن المتغيرات المستقلة في هذه الدراسة قادرة على تفسير 30% من 0.297. التغير في الفائدة الاستثمارية، في حين أن الـ 70% المتبقية تتأثر بعوامل أخرى لم يتم دراستها في هذه الدراسة.

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

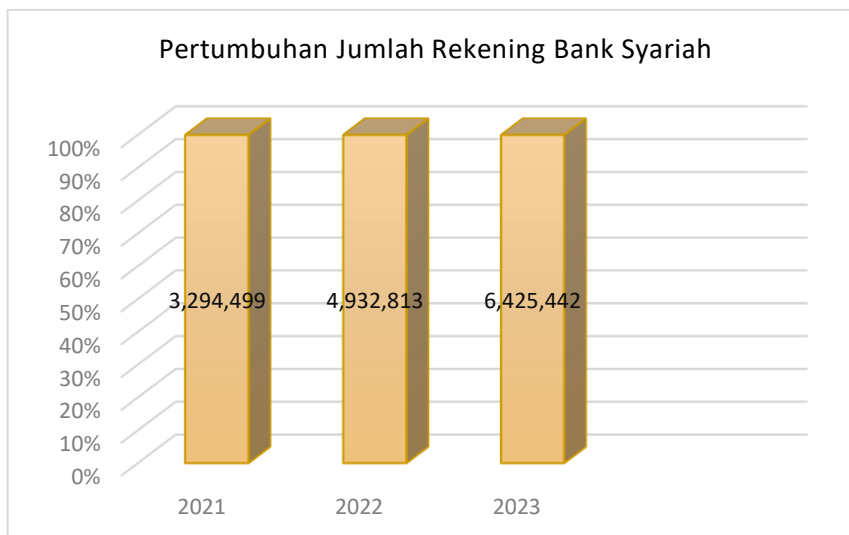
#### **1.1 Latar Belakang**

Pertumbuhan perbankan syariah yang sedemikian tersebar luas tentunya membutuhkan sumber daya manusia yang mencukupi dan memiliki keunggulan dalam bidang perbankan syariah. Sehingga pertumbuhan tersebut dapat dilaksanakan secara efektif dan optimal, maka sumber daya manusia terutama petugas bidang pemasaran yang merupakan pelaku yang paling depan dalam operasional bank syariah, untuk paham dan mengetahui dengan benar konsep perbankan (Ummah 2019). Kompetisi dalam dunia perbankan juga semakin selektif dalam kondisi seperti mengharuskan para pelaku pasar perbankan harus bekerja keras demi meningkatkan atau mempertahankan daya saing perbankan. Peran bank syariah dalam memacu pertumbuhan perekonomian daerah semakin strategis dalam mewujudkan struktur perekonomian daerah semakin berimbang.

Dengan diterbitkannya Undang-Undang No.21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah yang terbit tanggal 16 Juli 2008, maka perkembangan

perbankan syariah telah memiliki landasan hukum yang cukup layak dan akan mendorong pertumbuhannya secara cepat. Dengan progres perkembangan yang sensasional mencapai rata-rata pertumbuhan jumlah rekening bank syariah pada akhir 2021 sebanyak 3,294,499, pada tahun 2022 4,932,813 menjadi 6,425,442 pada akhir Desember 2023, maka diharapkan peran perbankan syariah dalam mendukung perekonomian akan semakin relevan. Sebagai negara dengan mayoritas Muslim terbesar di dunia, Indonesia memiliki potensi besar untuk pertumbuhan perbankan syariah.

**Gambar 1. 1 Jumlah Pertumbuhan Jumlah Rekening Bank Syariah**



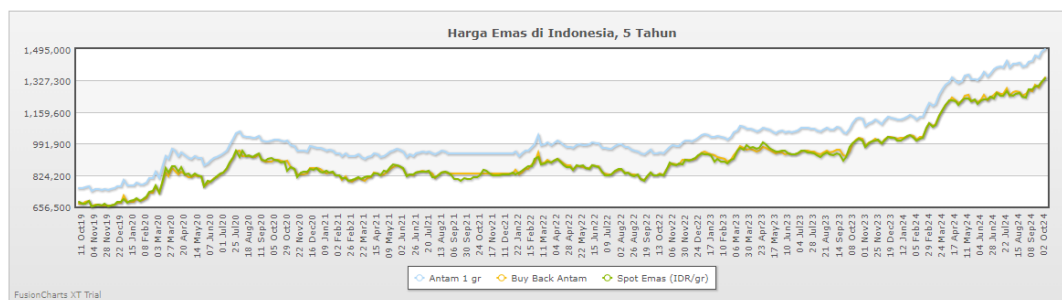
Sumber: diolah penulis (2025)

Dengan perkembangan bank syariah menunjukkan trend yang positif seiring dengan meningkatnya minat masyarakat terhadap investasi berbasis syariah termasuk investasi emas, hal tersebut karena emas memiliki sifat *safe-haven* dan tahan terhadap inflasi. Selain inflasi yang mempengaruhi harga emas ada faktor lain yang mempengaruhi yaitu fluktuasi permintaan dan penawaran emas di pasar global. Emas dianggap sebagai salah satu investasi yang stabil dan tidak terdampak inflasi. Seperti yang diketahui masyarakat, emas merupakan salah satu aspek yang menyentuh kebutuhan manusia. Emas juga mempunyai manfaat emosional untuk dinikmati nilai estetikanya yang tinggi. Nilai estetikanya berpadu dengan harganya yang menarik sehingga memiliki daya tarik yang tinggi dan dapat dijadikan investasi yang dinilai dapat menguntungkan disamping invent yang terus melonjak, emas juga mempunyai nilai tersendiri karena kerap dijadikan symbol kekayaan yang dapat meningkatkan seseorang dari segi status sosial.

Namun beberapa masyarakat yang mempunyai pemasukan yang lebih untuk kebutuhan sehari-hari ataupun biasa disebut pola konsumtif mereka akan menyisihkan uangnya untuk berinvestasi. Investasi merupakan tindakan menunda dana untuk dikeluarkan yang kemudian dikumpulkan untuk berinvestasi yang memiliki tujuan agar mendapatkan dividen di masa depan atau masa yang akan mendatang. Berinvestasi menjadi gaya hidup (*lifestyle*) dalam mencerminkan pola konsumsi yang dapat menggambarkan

pilihan seseorang dalam menggunakan waktu dan uangnya dengan bijak (*Website BSI*). Sehingga dapat dikatakan bahwa peningkatan harga emas dan minat nasabah dalam berinvestasi emas di bank syariah memiliki korelasi positif. Masyarakat memiliki persepsi bahwa harga emas terus meningkat, sehingga emas sebagai alternative lindung nilai yang baik.

**Gambar 1. 2 Kenaikan Harga Emas**



sumber: <https://harga-emas.org/grafik/>

Berdasarkan fenomena tersebut dengan adanya kenaikan harga emas yang terus menerus maka masyarakat yang paham akan inflasi dan mempunyai uang lebih akan mengelola keuangannya dengan menabung dan juga menyimpan uangnya untuk berinvestasi. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa fluktuasi harga emas mempengaruhi minat nasabah untuk berinvestasi pada produk-produk tentang yang berkaitan emas. Namun minat masyarakat akan investasi emas dipengaruhi oleh beberapa faktor salah satunya yaitu pemahaman akan literasi keuangan yang dapat meningkatkan keterampilan masyarakat dalam mengelolah keuangannya dengan baik. Dan juga dengan adanya perkembangan teknologi yang sangat

pesat membawa dampak pada masyarakat yang mengharuskan setiap individu memiliki pengetahuan dan paham dalam mengelola keuangan dan kekayaan yang mereka miliki sehingga terciptanya istilah investasi sebagai bentuk untuk mewujudkannya. Pemahaman mengenai investasi sangat dibutuhkan untuk pemula, untuk menghindari adanya investasi bodong dengan iming-iming jaminan keuntungan yang besar. Oleh karena itu dibutuhkan beberapa pertimbangan ataupun faktor untuk menarik minat berinvestasi. Dalam berinvestasi, pengetahuan mengenai literasi keuangan saat ini sangat penting demi terciptanya investor yang berkualitas dan memiliki pemahaman dalam finansial. Hal ini disebabkan Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan pada industry perbankan syariah sejalan dengan adanya inovasi produk, peningkatan layanan dan pengembangan jaringan. Bank syariah mengeluarkan beberapa produk baru guna memenuhi kebutuhan Masyarakat dan mengikuti perkembangan zaman (Pakpahan 2023).

Menurut Zaelani (2022) salah satu bank syariah yang mengeluarkan produk inovasi cicil emas guna memenuhi kebutuhan investasi masyarakat yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI). Bank Syariah Indonesia (BSI) diresmikan pada 1 Februari 2021. BSI merupakan bank hasil merger atau gabungan antara Bank BRI Syariah, Bank Syariah Mandiri dan Bank BNI Syariah melalui Surat Keputusan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) No.04/KDK.03/2021 secara resmi mengeluarkan izin merger tiga usaha bank syariah tersebut pada 27 Januari 2021. Potensi BSI untuk terus

membalik dan menjadi bagian dari kelompok bank syariah terbaik di tingkat global sangat terbuka. Selain kinerja yang berkembang menjadi positif, dukungan iklim bahwa pemerintah Indonesia mempunyai misi lahirnya ekosistem industri halal dan mempunyai bank syariah nasional yang menyebar luas serta kuat, fakta bahwa Indonesia merupakan negara dengan penduduk muslim terbaik di dunia ikut membuka peluang.

Dengan adanya kenaikan harga emas yang terus menerus maka membuka peluang untuk BSI dalam berbisnis. Bisnis emas merupakan salah satu peluang yang menjanjikan secara jangka panjang dan juga salah satu cara yang efektif dalam mendorong inklusi keuangan syariah dalam negeri. Oleh karena itu, Bank Syariah Indonesia (BSI) mengeluarkan produk terbarunya yaitu Cicil Emas.

Gambar 1.3 Pertumbuhan Pembiayaan Cicil Emas



Sumber : diolah penulis (2025)

Pertumbuhan Pembiayaan Produk Cicil Emas ini didukung oleh permintaan Masyarakat yang terus meningkat, sehingga Bank Syariah



Indonesia (BSI) menyediakan produk cicil emas untuk mempermudah masyarakat dalam kepemilikan emas lantakan (batangan) dan juga menguntungkan. Produk Cicil Emas ini mempunyai ketentuan dengan maksimal jumlah pembiayaan emas 250 gram dan 10 gram emas. Dengan itu, perkembangan teknologi digital yang makin canggih pada saat ini, akan mempengaruhi pertumbuhan investasi.

Salah satu faktor yang menentukan masyarakat dalam minat berinvestasi dengan hasil yang beragam. Dalam penelitian Saputra, Suyanto, dan Japlani (2021) mengatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap minat berinvestasi di pasar modal. Dan juga pada penelitian Pratama and Yuliafitri (2024) mengatakan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi di pasar modal. Setiana and Hadiano (2023) juga mengatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi pada kalangan mahasiswa. Rachmatulloh and Solekah (2021) juga mengatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap keputusan berinvestasi. Didukung oleh Savitri, Perwita dan Saptana (2021) menemukan bahwa Literasi Keuangan mempengaruhi Akses Keuangan Syariah. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Uswah, Fitriyah, and Lenap (2024) literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap minat nasabah dalam berinvestasi cicil emas. Uswah, Fitriyah, dan Lenap (2024) mengatakan bahwa minat berinvestasi muncul karena adanya keterampilan

dan pemahaman tentang keuangan maka akan melangsungkan pengelolaan keuangan dengan baik salah satunya berinvestasi.

Faktor lain yang mempengaruhi minat berinvestasi cicil emas adalah trust. Menurut Priansa (2017) kepercayaan adalah suatu pondasi untuk membangun dan menciptakan loyalitas ataupun minat konsumen. Maka dari itu, dengan keberadaan investasi tentunya akan membawa dampak yang signifikan terhadap perekonomian Masyarakat di Indonesia. Tidak dapat dihindari bahwa banyak oknum yang memanfaatkan keadaan ini dengan mengatasnamakan investasi dengan tujuan lain yaitu penipuan. Dengan banyaknya oknum-oknum yang tidak bertanggung jawab, maka kepercayaan Masyarakat terhadap minat investasi menjadi rendah. Dari penelitian sebelumnya muncul berbagai perbedaan dalam hasil yang diperoleh. Pada penelitian Pratama and Yuliafitri (2024) mengatakan bahwa tingkat kepercayaan pada investasi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi Masyarakat muslim di pasar modal. Mauliya and Hasanah (2022) juga mengatakan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat Masyarakat dalam berinvestasi. Didukung dengan pendapat Maziriri (2019) menyatakan bahwa kepercayaan memiliki dampak positif terhadap investor untuk niat berinvestasi.

Kualitas layanan juga menjadi faktor yang dapat menentukan minat masyarakat dalam berinvestasi. Kualitas merupakan suatu kondisi antusias yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan juga

lingkungan yang mencakupi atau melebihi ekspektasi pelanggan yang diharapkan. Pada penelitian Rachmatulloh dan Solekah (2021) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat Masyarakat. Ilham Suryati (2018) juga menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap minat berinvestasi. Didukung oleh Kim dan Lim (2023) menyatakan bahwa kualitas layanan secara signifikan menjelaskan persepsi kegunaan dan/atau kemudahan penggunaan. Namun, berbeda dengan Uswah (2024) menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap minat berinvestasi, karena Masyarakat tidak terlalu memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan, melainkan mereka akan berinvestasi emas ketika harga emas sedang turun. Dan juga faktor Sumber Daya Manusia yang hanya sedikit, sehingga pelayanan menjadi lama karena keterbatasan kasir atau customer service.

Citra perusahaan juga dapat memberikan pengaruh yang sangat penting bagi perusahaan. Kebaikan akan image perusahaan dapat menambah nilai bagi perusahaannya. Persepsi Masyarakat terhadap kualitas perusahaan akan menjadi salah satu pertimbangan dalam menentukan suatu Keputusan untuk menabung. Rizkulillah (2022) menyatakan bahwa citra perusahaan mempengaruhi minat masyarakat dalam berinvestasi di bank syariah. Cleanita Imra'atul Khasanah and Nur Huri Mustofa (2022) juga menyatakan bahwa citra perusahaan berpengaruh positif terhadap minat berinvestasi. Didukung oleh Wang dan Tsai (2014) menyatakan bahwa citra perusahaan berpengaruh positif terhadap minat beli investor pada reksadana

Sedangkan Prihandini (2018) menyatakan bahwa citra perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berinvestasi.

Dengan tujuan untuk memperkuat literatur sebelumnya, maka peneliti menguji hubungan antara literasi keuangan, trust, kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap minat berinvestasi cicil emas pada bank syariah Indonesia (BSI) Di Kota Malang. Berdasarkan adanya fenomena yang terjadi di Bank Syariah Indonesia (BSI) dan hasil dari beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa masih ada ketidakselarasan mengenai hasil penelitian, yang berarti masih belum konsisten adanya pengaruh hubungan antar variable yang diujikan. Maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian selanjutnya dengan objek yang lebih mengerucut yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI) di Kota Malang dengan berfokus pada “PENGARUH LITERASI KEUANGAN, TRUST, KUALITAS LAYANAN DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP MINAT BERINVESTASI CICIL EMAS PADA BANK SYARIAH INDONESIA (BSI) DI KOTA MALANG”

## **1.2 Rumusan masalah**

1. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap minat berinvestasi cicil emas di Bank Syariah Indonesia (BSI)?
2. Apakah *trust* berpengaruh terhadap minat berinvestasi cicil emas di Bank Syariah Indonesia (BSI)?

3. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap minat berinvestasi cicil emas di Bank Syariah Indonesia (BSI)?
4. Apakah citra perusahaan berpengaruh terhadap minat berinvestasi cicil emas di Bank Syariah Indonesia (BSI)?

### **1.3 Tujuan penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka dapat disusun tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap minat berinvestasi cicil emas di Bank Syariah Indonesia (BSI)
2. Untuk menganalisis pengaruh *trust* terhadap minat berinvestasi cicil emas di Bank Syariah Indonesia (BSI)
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap minat berinvestasi cicil emas di Bank Syariah Indonesia (BSI)
4. Untuk menganalisis pengaruh citra perusahaan terhadap minat berinvestasi cicil emas di Bank Syariah Indonesia (BSI)

### **1.4 Manfaat penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan manfaat sebagai berikut :

#### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini memberikan manfaat atas penyajian informasi mengenai minat berinvestasi cicil emas di BSI, khususnya yang dipengaruhi oleh kualitas layanan, literatur keuangan, *trust* dan citra perusahaan. Penelitian ini diharapkan dapat berfungsi sebagai sumber referensi dan bahan acuan untuk studi serupa, serta sebagai kontribusi pada penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dan yang akan dilakukan di masa depan.

## **2. Manfaat Praktis**

### **a. Bagi instansi**

Penelitian ini mempunyai manfaat sebagai sumber informasi untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan, literatur keuangan, *trust* dan citra perusahaan terhadap minat berinvestasi cicil emas di BSI.

### **b. Bagi akademisi**

Temuan dari penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi mengenai pengaruh kualitas layanan, literatur keuangan, *trust* dan citra perusahaan terhadap minat berinvestasi cicil emas di BSI.

### **c. Bagi praktisi**

Hasil penelitian ini dapat menjadi pertimbangan, memberikan kontribusi pengetahuan yang signifikan terkait pengaruh kualitas layanan, literatur keuangan, *trust* dan citra perusahaan terhadap minat berinvestasi cicil emas di BSI.

### **d. Bagi peneliti selanjutnya**

Sebagai sumber informasi esensial dan alat pembelajaran mengenai variable-variabel yang mempengaruhi minat berinvestasi cicil emas di BSI.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Penelitian Terdahulu

Dalam menentukan fokus penelitian mengenai literasi keuangan, *trust*, kualitas layanan, dan citra perusahaan terhadap minat berinvestasi cicil emas, sejumlah penelitian terdahulu telah menghasilkan beberapa temuan. Rincian temuan dari penelitian-penelitian sebelumnya dapat dilihat pada tabel 2.1 berikut ini:

**Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu**

| No | Judul, Nama<br>Penulis, Tahun                                                                                                     | Variabel                                                              | Metode<br>Penelitian          | Hasil Penelitian                                                                                                                      |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|-------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | “Pengaruh Reputasi Perusahaan, Fluktuasi Harga Emas, Kualitas Pelayanan dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Nasabah Berinvestasi | X1: Reputasi<br>X2: Fluktuasi<br>Harga Emas<br>X3: Kualitas Pelayanan | Jenis penelitian Kuantitatif. | Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Reputasi Perusahaan dan Fluktuasi Harga Emas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat |

|   |                                                                                                                                                             |                                                                                                       |                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|---|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|   | Melalui Cicil Emas Di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Masbagik,” Nurul Uswah, (2024)                                                                         | Y: Minat Nasabah                                                                                      |                                                    | Nasabah Berinvestasi Melalui Cicil Emas. Sedangkan, Kualitas Pelayanan dan Literasi Keuangan tidak berpengaruh terhadap Minat Nasabah Berinvestasi Melalui Cicil Emas                                                                                                                                                                  |
| 2 | “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Pengetahuan Produk Terhadap Pembiayaan Murabahah Cicilan Emas (Studi Pada Bank XYZ)”, Nabila dan Puspita, (2024) | X1: Kualitas Pelayanan<br>X2: Promosi<br>X3: Pengetahuan produk<br>Y: Pembiayaan Murabahah Cicil Emas | Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif | Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap peningkatan jumlah nasabah pembiayaan murabahah cicilan emas di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tangerang Cirendeu, tidak adanya pengaruh promosi terhadap peningkatan jumlah nasabah pembiayaan murabahah cicilan emas di Bank Syariah |



|   |                                                                                                                                                                            |                                                   |                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|---|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|---------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|   |                                                                                                                                                                            |                                                   |                                       | Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tangerang Cirendeui, dan terdapat pengaruh pengetahuan produk terhadap peningkatan jumlah nasabah pembiayaan murabahah cicilan emas di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tangerang Cirendeui                                                        |
| 3 | “Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Investasi Logam Mulia Pada Pegadaian Unit Pembantu Syariah Pasar III Muara Enim”, Sinta Ardhillatul Jannah, (2017) | X1: Promosi<br>X2: Kualitas Pelayanan<br>Y: Minat | Penelitian ini merupakan kuantitatif. | Hasil penelitian berdasarkan hasil analisis data dapat disimpulkan bahwa variable promosi (X1), mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap minat investasi logam mulia. Hal ini dapat dibuktikan melalui $\text{sig } t = 0,000 < 0,05$ . Variabel kualitas pelayanan (X2) mempunyai pengaruh |

|   |                                                                                                                                                    |                                           |                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|---|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|---------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|   |                                                                                                                                                    |                                           |                                       | secara signifikan terhadap minat investasi logam mulia. Hal ini dapat dibuktikan melalui $\text{sig } t = 0,012 < 0,05$ . Promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap minat investasi logam mulia.                                                                                        |
| 4 | “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung Emas Pada PT. Pegadaian Syariah Cabang Setia Budi Medan”, Ilham Suryani, (2018) | X: Kualitas Pelayanan<br>Y: Minat nasabah | Penelitian ini merupakan kuantitatif. | Berdasarkan hasil uji t kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap minat menabung sesuai dengan hasil uji t sebesar $1.700 > 1.665$ dengan R Square sebesar 0,037 atau 3,7% menunjukkan sekitar 3,7% variabel kualitas pelayanan dipengaruhi oleh minat menabung. Lalu sisanya sebesar 9,3% dipengaruhi oleh |

|   |                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                               |                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|---|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|   |                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                               |                                                    | variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.                                                                                                                                                                                                                                                   |
| 5 | <p>“Pengaruh Kemudahan dan Tingkat Kepercayaan pada Platform Investasi Online serta Literasi Keuangan terhadap Minat Berinvestasi di Pasar Modal Syariah (Studi Kasus pada Masyarakat Muslim Kota Padang)”, Novio Dyfa Pratama dan Indri Yuliafitri, (2024)</p> | <p>X1: Presepsi Kemudahan<br/>X2: Tingkat Kepercayaan<br/>X3: Literasi Keuangan<br/>Y: Minat Berinvestasi</p> | <p>Jenis penelitian ini merupakan kuantitatif.</p> | <p>Penelitian ini menunjukkan variabel persepsi kemudahan pada platform investasi online, tingkat kepercayaan pada platform investasi online, dan literasi keuangan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat investasi masyarakat muslim Kota Padang di pasar modal syariah.</p> |
| 6 | <p>“Pengaruh Promosi dan Citra Perusahaan Terhadap Minat Nasabah Pada Produk Cicil Emas Di Pegadaian Syariah</p>                                                                                                                                                | <p>X1: Promosi<br/>X2: Citra Perusahaan<br/>Y: Minat Nasabah</p>                                              | <p>Jenis penelitian ini merupakan kuantitatif.</p> | <p>Hasil penelitian ini menunjukkan promosi dan citra perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah pada</p>                                                                                                                                                                      |

|   |                                                                                                                                                                        |                                                                                      |                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|---|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|   | Cabang Keutapang Aceh Besar”, Nazarul Tamimi, (2023)                                                                                                                   |                                                                                      |                                                        | produk cicil emas baik itu secara parsial maupun secara Bersama-sama.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| 7 | “Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, dan Return terhadap Minat Masyarakat Berinvestasi pada <i>Fintech Lending Syariah</i> ”, Shafira Mauliya dan Nurul Hasanah, (2022) | X1: Pengetahuan<br>X2: Kepercayaan<br>X3: Return<br>Y: Minat Masyarakat Berinvestasi | Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. | Hasil penelitian menunjukkan pengetahuan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat berinvestasi melalui <i>Fintech lending syariah</i> sedangkan kepercayaan dan return berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat berinvestasi melalui <i>Fintech lending syariah</i> . Hasil penelitian ini diinginkan mampu memberikan informasi serta masukan bagi perusahaan <i>Fintech lending syariah</i> dalam memaksimalkan kepercayaan |

|   |                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                              |                                             |                                                                                                                                                                                                                                    |
|---|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|---------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|   |                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                              |                                             | masyarakat dan masukan bagi lender untuk memaksimalkan tingkat return.                                                                                                                                                             |
| 8 | “Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Berinvestasi Di Pasar Modal Dengan Perkembangan Teknologi Digital Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Mahasiswa Akuntansi Universitas Muhammadiyah Metro)”, Rendi Fedias Saputra, Suyanto Suryanto, dan Ardiansyah Japlani, (2021) | X: Literasi Keuangan<br>Y: Minat Berinvestasi Di Pasar Modal | Jenis penelitian ini merupakan kuantitatif. | Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap minat berinvestasi di pasar modal dengan perkembangan teknologi digital memoderasi hubungan literasi keuangan dan minat berinvestasi di pasar modal. |
| 9 | “Pengaruh Ekspetasi Return dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Berinvestasi Emas pada Mahasiswa STIE                                                                                                                                                                              | X1: Ekspetasi Return<br>X2: Literasi Keuangan                | Jenis penelitian ini merupakan kuantitatif. | Hasil penelitian menunjukkan bahwa ekspektasi return berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa STIE                                                                                                                          |

|    |                                                                                                                                                                      |                                                              |                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    | Widya Wiwaha”,<br>Valen Pana dan Lilik<br>Ambarwati, (2023)                                                                                                          | Y: Minat<br>Berinvestasi                                     |                                                                 | Widya Wiwaha,<br>Yogyakarta untuk<br>berinvestasi emas, dan<br>literasi keuangan juga<br>berpengaruh signifikan<br>terhadap minat<br>investasi emas. Selain<br>itu, ekspektasi return<br>dan literasi keuangan<br>secara bersama-sama<br>berpengaruh signifikan<br>terhadap minat<br>investasi emas<br>mahasiswa STIE<br>Widya Wiwaha,<br>Yogyakarta. |
| 10 | “Pengaruh Literasi<br>Keuangan Terhadap<br>Minat Berinvestasi<br>Saham Pada<br>Mahasiswa”, Dwi<br>Pertiwi, Suginan, Joli<br>Afriany dan Maringan<br>Sianturi, (2023) | X: Literasi<br>Keuangan<br>Y: Minat<br>Berinvestasi<br>Saham | Jenis penelitian<br>ini merupakan<br>penelitian<br>kuantitatif. | Hasil penelitian ini<br>secara parsial<br>menyatakan bahwa<br>literasi keuangan<br>berpengaruh positif<br>dan signifikan terhadap<br>minat berinvestasi pada<br>mahasiswa. Hal ini<br>dapat terlihat bahwa<br>nilai $t_{hitung}$ untuk                                                                                                                |

|    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                               |                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                               |                                                               | <p>variabel literasi keuangan 3.386 &gt; t tabel 1.761 dan nilai signifikan <math>0.005 &lt; 0.05</math>, maka <math>H_0</math> ditolak dan <math>H_a</math> diterima.</p>                                                                                                                                                                                     |
| 11 | <p>“Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Berinvestasi di Galeri Investasi Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi Angkatan 2020)”, Ega Larasati, Suhar dan Nurrahma Sari Putri (2024)</p> | <p>X: Tingkat Literasi Keuangan<br/>Y: Minat Berinvestasi</p> | <p>Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif.</p> | <p>Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah memiliki pengaruh terhadap minat berinvestasi di Galeri Investasi Syariah dengan nilai signifikansi sebesar <math>0,000 &lt; 0,05</math>. Jika literasi keuangan syariah semakin meningkat maka minat berinvestasi juga akan meningkat.</p> <p>Berdasarkan koefisien determinasi</p> |

|    |                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                  |                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                  |                                                               | mengindikasikan bahwa faktor literasi keuangan syariah dapat mempengaruhi minat berinvestasi sebesar 66,3%                                                                                                                                                                                                                                                               |
| 12 | <p>“Pengaruh Ekspektasi Investor, Kepuasan dan Kepercayaan Terhadap Niat Membeli Produk Keuangan Melalui Aplikasi Mobile Banking dan Jasa Keuangan”, Raharjo Pangarso dan Ririen Setiati Riyanti, (2023)</p> | <p>X1: Ekspektasi Investor</p> <p>X2: Kepuasan</p> <p>X3: Kepercayaan</p> <p>Y: Niat membeli</p> | <p>Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif.</p> | <p>Hasilnya mengungkapkan bahwa harapan investor secara signifikan mempengaruhi kenikmatan dan kepuasan yang dirasakan daripada kemudahan penggunaan yang dirasakan. Kemudian, kepuasan memiliki dampak yang lebih signifikan pada niat membeli Kembali daripada kepercayaan yang dirasakan. Demikian juga, kenikmatan yang dirasakan memiliki efek langsung positif</p> |



|     |                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                               |                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|-----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|     |                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                               |                                                              | <p>pada niat membeli Kembali daripada kemudahan penggunaan yang dirasakan. Studi ini secara empiris memberikan informasi mendalam bagi bank atau perusahaan fintech untuk meningkatkan layanan investasi online melalui MFS untuk meningkatkan laba perusahaan.</p>      |
| 13. | <p>“Pengaruh Motivasi Investasi, Literasi Keuangan, dan Pemahaman Tentang Investasi Syariah Terhadap Minat Berinvestasi Syariah Melalui Aplikasi Digital”, Alfina Asha Putri Ramadhani, Alimuddin dan Muhammad Irdam Ferdiansyah, (2023)</p> | <p>X1: Motivasi Investasi<br/>X2: Literasi Keuangan<br/>X3: Pemahaman Tentang Investasi Syariah<br/>Y: Minat Berinvestasi</p> | <p>Jenis penelitian ini merupakan penelitin kuantitatif.</p> | <p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi investasi dan literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat berinvestasi syariah melalui aplikasi digital, sedangkan pemahaman tentang investasi syariah tidak berpengaruh terhadap minat berinvestasi syariah</p> |

|     |                                                                                                                                                                                       |                                                                                       |                                                              |                                                                                                                                                                                                                                               |
|-----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|     |                                                                                                                                                                                       |                                                                                       |                                                              | <p>melalui aplikasi digital.</p> <p>Adapun secara bersama-sama, variabel motivasi investasi, literasi keuangan, dan pemahaman tentang investasi syariah berpengaruh positif terhadap minat berinvestasi syariah melalui aplikasi digital.</p> |
| 14. | <p>“Pengaruh Pengetahuan dan Kepercayaan Terhadap Minat Masyarakat Berinvestasi di <i>Equity Crowdfunding</i>”, Aisyah Farrahaly, Alya Natalie Putri dan Azella Dwi Folia, (2024)</p> | <p>X1: Pengetahuan</p> <p>X2: Kepercayaan</p> <p>Y: Minat Masyarakat Berinvestasi</p> | <p>Jenis penelitian ini merupakan penelitin kuantitatif.</p> | <p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan dasar tentang berinvestasi dan kepercayaan pada sistem investasi dapat meningkatkan minat untuk berinvestasi pada <i>platform equity crowdfunding</i>.</p>                                  |
| 15. | <p>“Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan,, dan Religiusitas Terhadap</p>                                                                                                                 | <p>X1: Pengetahuan</p> <p>X2: Kepercayaan</p>                                         | <p>Jenis penelitian ini merupakan penelitin kuantitatif</p>  | <p>Berdasarkan hasil perhitungan SmartPLS 4.0, pengetahuan tidak berpengaruh terhadap</p>                                                                                                                                                     |

|     |                                                                                                                                                                                         |                                                                                          |                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                            |
|-----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|     | Minat Investasi Online Saham Syariah Studi Pada Karyawan Leogatt Group”, Adi Panggalih Wijayanto dan R. Melda Maesarach, (2024)                                                         | X3:<br>Religiusitas<br>Y: Minat Investasi Online                                         |                                                        | minat investasi online dan tidak signifikan secara statistik. Sedangkan hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh kepercayaan terhadap Minat Investasi Online. Dan hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh religiusitas terhadap Minat Investasi Online. |
| 16. | <i>“The Effect of Sharia Financial Access &amp; Financial Literation to Non-Bankable MSME’s s Growth”</i> , Veloc, Savitri, F. M., Maulana, A. S., Perwita, A. D., & Saptana, S. (2021) | X1:<br>Financial Acces<br>X2:<br>Financial Literation<br>Y: Non-Bankable MSME’s s Growth | Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. | Hasil dari peneitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan mempengaruhi akses keuangan syariah.                                                                                                                                                          |
| 17. | <i>“Effect of Financial Literation and Financial Bias on Investment</i>                                                                                                                 | X1:<br>Financial Literation                                                              | Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. | Hasil penelitian menemukan bahwa literasi keuangan memiliki efek positif                                                                                                                                                                                   |

|  |                                                         |                                                  |  |                                                                                                                                               |
|--|---------------------------------------------------------|--------------------------------------------------|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <i>Decisions</i> ”, Ekatama, M. F., & Sutrisno. (2022). | X2:<br>Financial Bias<br>Y: Investment Decisions |  | dan signifikan, serta Overconfidence, Representativeness, Familiarity dan Risk Perception memiliki efek positif terhadap keputusan investasi. |
|--|---------------------------------------------------------|--------------------------------------------------|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

*Sumber: diolah peneliti (2025)*

Berdasarkan penelitian terdahulu yang menjadi perbedaan antara penelitian ini adalah pada variabelnya, literasi keuangan, trust, kualitas pelayanan dan citra perusahaan dan juga minat berinvestasi cicil emas. Penelitian ini juga berbeda objeknya dengan penelitian terdahulu, objeknya itu Masyarakat ataupun mahasiswa di Kota Malang.

## 2.2 Kajian Teori

### 2.2.1 Literasi Keuangan

#### A. Definisi Literasi Keuangan

Dalam menjalani kehidupan, setiap individu pasti menginginkan kehidupan yang sejahtera, dengan mengatur segala pengeluaran dan juga pemasukan dengan sedemikian rupa untuk mendapatkan kesejahteraan yang mereka impikan. Untuk dapat melaksanakan keinginan itu setiap individu memerlukan pengetahuan dan pemahaman mengenai aktivitas keuangan yang lebih dalam seperti pencatatan dan

penganggaran. Dalam menghadapi masalah tersebut maka setiap individu membutuhkan pentingnya pengetahuan. Literasi keuangan merupakan faktor terpenting dalam pengambilan keputusan keuangan. Sebagai contoh seseorang yang paham akan pentingnya literasi keuangan mereka akan menggunakan uangnya dengan lebih bijak dan bertanggung jawab. Perry Moris menyatakan bahwa seseorang yang paham akan literasi keuangan akan lebih bertanggung jawab dalam perilaku keuangan.

Palameta (2016) mengatakan bahwa pengetahuan keuangan yang dimiliki oleh setiap individu tersebut memperluas menjadi keterampilan dalam keuangan yang baik, Dimana keterampilan tersebut dapat mendefinisikan sebagai kemampuan individu dalam mengimplementasikan pengetahuan keuangan yang dimiliki dalam kehidupan sehari-hari. Keterampilan seseorang dalam hal tersebut dapat membuat Keputusan pola pikir setiap individu lebih rasional dan efektif.

Hal pertama yang harus diketahui oleh setiap individu yaitu pengetahuan akan industri jasa perbankan yang terdiri dari Perbankan, Asuransi, Pasar Modal, Investasi, Lembaga Pembiayaan, Dana Pensiunan, Pegadaian, dan Lembaga jasa keuangan lainnya. Masyarakat perlu mengetahui dan paham kelembagaan industri perbankan sebelum mereka mengetahui

produk dan layanan yang disediakan oleh setiap perusahaan. Pentingnya Masyarakat paham akan kelembagaan insutri perbankan maka Masyarakat akan lebih mudah dalam mengakses atau memanfaatkan produk dan layanan yang ditawarkan oleh setiap industry perbankan.

Literasi keuangan juga memiliki beberapa serangkaian yaitu pengetahuan (*knowledge*), kepercayaan (*confidence*), dan keterampilan (*skill*) yang dapat memperngaruhi sikap (*attitude*) dan juga perilaku (*behavior*) yang dapat menarik minat pengambilan Keputusan dan pengelolaan keuangan guna mencapai kesejahteraan pada setiap individu. Indikator literasi keuangan menurut Ningsih (2017) yang dikutip oleh Pratiwi, Indriani, and Kartikasari (2023) menyatakan Tabungan, pengetahuan umum, asuransi, dan investasi. Berdasrkan Indonesian National Strategy for Financial Literacy, tingkat literasi keuangan Masyarakat dapat dibagi menjadi 4 level yaitu :

1. *Well Literate* mempunyai pengetahuan dan keyakinan mengenai layanan keuangan dan produk.
2. *Sufficent Literate* mempunyai pengetahuan dan keyakinan mengenai keuangan institusi dan produk serta layanan.

3. *Less literate* hanya mempunyai pengetahuan tentang Lembaga jasa keuangan dan juga hanya beberapa pengetahuan tentang produk serta layanan keuangan.
4. *Not Literate* tidak mempunyai pengetahuan dan keyakinan pada Lembaga keuangan mengenai Lembaga keuangan, produk serta layanannya, sehingga tidak mempunyai minat untuk memanfaatkan produk dan layanan keuangan.

*Theory of planned behavior* Pratiwi et al. (2023) menyatakan bahwa sikap terhadap perilaku di tentukan dari keyakinan mengenai konsekuensi dari suatu perilaku atau secara singkat diebut keyakinan perilaku (*behavioral beliefs*). Literasi keuangan sangat berkesinambungan dalam penentuan sikap perilaku nasabah dalam berinvestasi emas jika dinilai dari literasi keuangan harus disertai juga dengan keyakinan yang berkaitan dengan subjektif individu terhadap lingkungan sekitar jika melihat harga emas tinggi, stabil bahkan turun.

Dapat dipahami bahwa literasi keuangan adalah kesanggupan setiap individu untuk memahami dan mengimplementasikan keuangan yang dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari dan berdasarkan pada nilai agama Islam, sehingga setiap individu dapat mengelola

keuangannya dengan bijak dan dapat mensejahterakan kehidupannya. Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan merupakan pengetahuan dan kemampuan setiap individu untuk memahami pengelolaan keuangan untuk mengambil Keputusan berdasarkan dengan hukum dan prinsip syariah agar bermanfaat bagi Masyarakat.(Mulyadi and Susanti 2024)

## B. Indikator Literasi Keuangan

Literasi keuangan dapat berjalan dengan baik apabila diimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari. Indikator literasi keuangan menurut Lusardi and Mitchell (2011) terdapat 4 yaitu pengetahuan, kemampuan, sikap dan kepercayaan untuk menilai upaya peningkatan kualitas pengambilan Keputusan individu.

### 1. Pengetahuan dasar

Pengetahuan dasar mengenai keuangan syariah adalah suatu aspek terpenting dalam literasi keuangan. Untuk meningkatkan kesejahteraan Masyarakat setiap individu harus memiliki pemahaman mengenai keuangan. Pengetahuan keuangan meliputi pengetahuan keuangan pribadi dengan cara mengatur operasional pendapatan dan pengeluaran, hal tersebut juga bagian dari memahami konsep dasar dari keuangan.



Pada ekonomi Islam, semua kegiatan ekonomi harus berdasarkan prinsip Islam, apabila tidak sesuai dengan syariat Islam kegiatan tersebut dinyatakan hanya mendatangkan keuntungan sesaat dan dapat menimbulkan banyak kerugian. Sudah semestinya sebagai umat muslim memiliki pengetahuan mengenai apa saja yang diperbolehkan dan apa saja yang dilarang dalam agama Islam.

## 2. Kemampuan

Kemampuan dapat diartikan jika setiap individu memiliki literasi keuangan yang tinggi, maka individu tersebut dapat menciptakan Keputusan keuangan yang baik.

## 3. Sikap

Dalam manajemen keuangan pribadi sikap dapat diartikan Ketika individu tersebut paham akan sumber uang tunai, membayar kewajiban, pengetahuan dalam pembukaan rekening dan juga pengajuan dalam pinjaman.

## 4. Kepercayaan

Dalam indikator kepercayaan merupakan seseorang yang mampu meningkatkan kepercayaan diri Ketika merencanakan sesuatu dalam jangka Panjang.

### C. Manfaat Literasi Keuangan

Literasi keuangan bisa menjadi tolak ukur seseorang untuk mengetahui seberapa paham pengetahuan seseorang mengenai literasi keuangan. Literasi keuangan memiliki beberapa manfaat seperti berikut :

1. Adanya literasi keuangan dapat mempermudah seseorang dalam mengambil Keputusan sesuai dengan keinginannya dan berdasarkan prinsip Islam.
2. Semakin banyak Masyarakat yang menabung dan melakukan kegiatan investasi berdasar prinsip syariah, maka kegiatan ekonomi diharapkan dapat berjalan setabil, karena pada system keuangan syariah riba, penipuan dilarang secara keras.

### D. Literasi Keuangan dalam Perspektif Islam

Dalam pandangan Islam, literasi keuangan merupakan hal yang penting bagi setiap muslim karena hal tersebut membawa implikasi lebih lanjut tentang ter realisasi nya al-falah (kesuksesan sejati) di dunia dan di akhirat. Kemampuan seorang Muslim untuk menggunakan pengetahuan keungan, keterampilan dan sikap untuk mengelola sumber daya keuangan didasarkan pada Al-Quran salah satunya terdapat pada Surah Yusuf ayat 47-49 :

قَالَ تَزْرَعُونَ سَبْعَ سِنِينَ دَأَبًا فَمَا حَصَدْتُمْ فَذَرَوْهُ فِي سُنْبُلِهِ إِلَّا قَلِيلًا مِّمَّا تَأْكُلُونَ ﴿٤٧﴾

(Yusuf) berkata, “Bercocok tanamlah kamu tujuh tahun berturut-turut! Kemudian apa yang kamu tuai, biarkanlah di tangkainya, kecuali sedikit untuk kamu makan.” (QS. Yusuf : 47)

ثُمَّ يَأْتِي مِنْ بَعْدِ ذَلِكَ سَبْعُ شِدَادٍ يَأْكُلْنَ مَا قَدَّمْتُمْ لَهُنَّ إِلَّا قَلِيلًا مِمَّا تَحْصِلُونَ ﴿٤٧﴾

“Kemudian, sesudah itu akan datang tujuh (tahun) yang sangat sulit (paceklik) yang menghabiskan apa yang kamu simpan untuk menghadapinya, kecuali sedikit dari apa (bibit gandum) yang kamu simpan.” (QS. Yusuf : 48)

ثُمَّ يَأْتِي مِنْ بَعْدِ ذَلِكَ عَامٌ فِيهِ يُغَاثُ النَّاسُ وَفِيهِ يَعْرِضُونَ ﴿٤٨﴾

“Setelah itu akan datang tahun, ketika manusia diberi hujan (dengan cukup) dan pada masa itu mereka memeras (anggur).” (QS. Yusuf : 49)

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mengumumkan hasil Survei Nasional Literatur dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2022 menunjukkan indeks literasi keuangan Masyarakat Indonesia sebesar 49,68% dan inklusi keuangan sebesar 85,10%. Nilai ini meningaktkan dibandingin hasil SNLIK 2019 yaitu indeks literatur 38,03% dan inklusi keuangan 76,19%. Ancaman resesi global di tahun 2023, menjadi salah satu faktor pendrong Masyarakat mulai mencari tahu akan literasi keuangan. Peringatan dini akan terjadinya resesi global menjadi perhatian bagi setiap negara di dunia. Pakpahan et al. (2023)

### 2.2.2 Trust (Kepercayaan)

#### A. Definisi Trust (Kepercayaan)

Morgan dan Hunt mengatakan bahwa kepercayaan adalah memegang perantara kunci dalam membangun keberhasilan pertukaran hubungan untuk pelanggan dengan orientasi hubungan yang tinggi terhadap perusahaan (Irfan Nurhab and Nurjanah 2024). Kepercayaan adalah wilayah psikologis yang merupakan perhatian untuk menerima apa adanya berdasarkan harapan terhadap perilaku yang baik dari orang lain. Sedangkan menurut Siregar et al. (2023) Kepercayaan adalah kepercayaan terhadap karakteristik seseorang. Kepercayaan merupakan suatu keyakinan atau keinginan kepada pihak lain, bukan suatu yang ditakutkan pihak lain. Pada dasarnya kepercayaan merupakan harapan yang seseorang inginkan terhadap orang lain. Kepercayaan juga suatu timbal balik atas perilaku seseorang yang diberikan kepada individu, kepercayaan tidak begitu saja diakui oleh setiap individu tetapi kepercayaan harus dibangun sejak awal dan dapat dibuktikan. Indikator variable kepercayaan adalah keamanan ataupun privasi aplikasi, jaminan pihak ketiga dan juga tanggung jawab aplikasi.

Menurut pengertian dari Keller dan Kotler (2012 : 1 25) yang dikutip oleh Sony and Arif (2020) kepercayaan adalah

suatu komponen kognitif dari faktor psikologis. Kepercayaan berkaitan dengan keyakinan, yaitu sesuatu yang salah atau benar atas dasar sugesti, intuisi, otoritas, pengalaman, dan bukti yang ada. Kepercayaan merupakan keinginan untuk bergantung kepada seseorang penjual yang dipercaya. Melaksanakan sebuah transaksional sebagai online kepercayaan melihat suatu hal mereka yang berpartisipasi mendapatkan sebuah keunggulan dari pihak tersebut dan bisa melakukan sebuah kewajibannya secara langsung.

#### B. Dimensi Kepercayaan

Dimensi Kepercayaan menurut Mcknight, Kacmar, dan Chouri dalam Kartika (2024) terdapat 2 dimensi yaitu :

##### 1. *Trusting Belief*

*Trusting Belief* merupakan kondisi yang mendefinisikan seberapa jauh seseorang percaya dan yakin kepada orang lain dalam kondisi dan situasi yang ada. *Trusting Belief* adalah sebuah persepsi yang diterima oleh penjual dari pihak yang memberikan kepercayaan (pembeli).

##### 2. *Trusting Intention*

*Trusting Intention* adalah suatu kondisi seseorang dengan sengaja siap bergantung kepada orang lain pada suatu kondisi.

### C. Indikator Kepercayaan

Ada banyak indikator yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat kepercayaan konsumen menurut Kotler & Keller dalam Kartika (2024) . Indikator kepercayaan adalah sebagai berikut :

1. *Benevolene* (kesungguhan/ketulusan)

Seberapa besar seseorang menaruh kepercayaan kepada pihak lain atau penjual untuk berperilaku kepada konsumen atau pembeli.

2. *Ability* (kemampuan)

Kemampuan dari pihak yang dipercaya untuk meyakinkan pembeli untuk membeli produk dengan jaminan kepuasan dan keamanan dalam bertransaksi.

3. *Integrity* (integritas)

Kemampuan penjual untuk jujur dan menjaga Amanah sesuai dengan kesepakatan awal yang telah dibuat.

4. *Willingness to depend*

Kesediaan dalam merima risiko dan konsekuensi yang terjadi selama transaksi berlangsung.

5. *Subjective Probability of depending*

Ketersediaan dalam pemberian informasi, melakukan transaksi dan permintaan dari penjual.

### D. Kepercayaan dalam Perspektif Islam

Dalam Islam kepercayaan dapat disebut juga sebagai sikap Amanah. Dalam hal tersebut berhubungan dengan bagaimana cara mempertahankan prinsip dan dapat bertanggung jawab atas kepercayaan yang diberikan oleh seseorang. Penjelasan tentang harus menjaga sikap Amanah dijelaskan dalam Al-Qur'an surat An-Nahl ayat 91, yang berbunyi :

وَأَوْفُوا بِعَهْدِ اللَّهِ إِذَا عَاهَدْتُمْ وَلَا تَنْقُضُوا الْأَيْمَانَ بَعْدَ تَوْكِيدِهَا وَقَدْ جَعَلْتُمُ اللَّهَ عَلَيْكُمْ كَفِيلًا إِنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ مَا تَفْعَلُونَ ﴿٩١﴾

Artinya : “Tepatilah janji dengan Allah apabila kamu berjanji. Janganlah kamu melanggar sumpah(-mu) setelah meneguhkannya, sedangkan kamu telah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpah itu). Sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu kerjakan.”

### 2.2.3 Kualitas Layanan

#### A. Definisi Kualitas Layanan

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan juga lingkungan yang memenuhi atau melebihi ekspektasi pelanggan yang diharapkan (Septiana and Ratnasih 2021). Menurut

Edvardsson kualitas adalah Upaya bagaimana pelanggan memberikan umpan balik atau nilai terhadap perusahaan. Oleh karena itu, kualitas pelayanan sangat diperhatikan serius oleh manajemen organisasi jasa. Untuk menetapkan kualitas pelayanan yang ingin dicapai oleh sebuah perusahaan dan juga melebihi standart pelanggan, terlebih dahulu organisasi atau manajemen perusahaan harus memiliki tujuan yang jelas.

Sedangkan kualitas pelayanan menurut Wisnu yang dikutip oleh Nabila and Puspita (2024) merupakan suatu tingkatan mengenai kinerja pelayanan suatu perusahaan dari preferensi konsumen sesuai atau tidaknya terhadap produk atau jasa yang mereka berikan. Konsep kualitas pelayanan ini bersifat perspektif untuk menggambarkan suatu karakteristik. Terdapat tiga bidang kualitas yang harus cocok antara satu sama lain contohnya; Kesadaran pelanggan, Barang/jasa dan juga proses. Kualitas layanan menurut Fakhri (2023) berfungsi untuk merencanakan, merancang dan melaksanakan suatu produk perusahaan yang dapat memberikan nilai pelanggan dengan baik. Kualitas pelayanan berfokus pada pemenuhan, keinginan untuk memenuhi ekspektasi pelanggan. Maka dari itu, kualitas pelayanan harus mencerminkan keinginan pelanggan karena ukuran kualitas pelayanan dapat dilihat dari tingkat kepuasan pelanggan.(Nur 2023)



## B. Indikator Kualitas Layanan

Menurut Jeany and Siagian (2020) beberapa faktor yang mempengaruhi kualitas layanan yaitu :

1. Fakta langsung (*tangible*), dimensi yang mengacu pada tampilan layanan dan faktor fisik yang mendukung sarana dan prasarana yang berkualitas.
2. Keandalan (*realibility*), dimensi yang mengacu pada system pelayanan yang akurat dan terpercaya sehingga dapat meminimalisir kesalahan dalam penyampaian jasa.
3. Kemampuan tanggapan (*responsiveness*), dimensi yang mengacu pada kemampuan nasabah dalam memberi tanggapan.
4. Tanggungan (*assurance*), dimensi yang mengacu terhadap kemampuan dalam menumbuhkan rasa percaya nasabah atas keamanan yang telah dijanjikan oleh perusahaan.
5. Empati (*empathy*), dimensi ini mengacu pada pelayanan yang bersifat individual kepada pelanggan dengan uaya memahami dan memenuhi keinginan pelanggan.

## C. Kualitas Layanan dalam Perspektif Islam

Dalam memberikan suatu pelayanan Islam telah mengajarkan untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada

orang lain untuk menjunjung nilai interaksi sosial yang baik, sebagaimana firman Allah SWT dalam Al-Qur'an Surat Al-Qashas ayat 77 sebagai berikut :

وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنْ كَمَا  
أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ ﴿٧٧﴾

Artinya : “Dan, carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (pahala) negeri akhirat, tetapi janganlah kamu lupakan bagianmu di dunia. Berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu dan janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan.”

#### 2.2.4 Citra Perusahaan

##### A. Definisi Citra Perusahaan

Menurut Baines (2016) yang dikutip oleh Aini (2023) menyatakan bahwa citra perusahaan merupakan keseluruhan dalam organisasi, bukan hanya produk dan jasa yang ditawarkan. Citra suatu perusahaan adalah perspektif Masyarakat dalam menilai suatu perusahaan. Citra perusahaan mengacu pada bagaimana Masyarakat memandang kualitas produknya, perilaku karyawannya, serta faktor lainnya. Dengan kata lain

citra perusahaan merupakan akumulasi Masyarakat terhadap suatu perusahaan dari semua penilaian yang ada pada benak massa sasaran sehubungan dengan kata sifat yang terkait pada perusahaan tertentu.

#### B. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Citra Perusahaan

Terdapat lima faktor yang mempengaruhi citra perusahaan sebagai berikut :

1. Fokus pada keuntungan yang ditawarkan.
2. Manfaat yang ditampilkan cukup realistis dan mengesankan.
3. Citra positif yang dijadikan sasaran karena dilandasi dengan kejujuran dan kepercayaan yang dibanggakan.
4. Citra baik perusahaan timbul dari aspek yang menampilkan keseriusan dalam bertanggung jawab sosial perusahaan yang lebih peduli terhadap kelestarian lingkungan.
5. Persepsi positif dihasilkan dari Masyarakat terhadap Tindakan, prestasi, empati perusahaan di Masyarakat.

#### C. Strategi Mempertahankan Citra Perusahaan

Perusahaan dapat membangun citra perusahaan yang baik dengan berbagai cara, yaitu :

1. Membangun komunikasi yang baik dan terbuka terhadap pelanggan

Perusahaan harus selalu jujur dan terbuka dalam berkomunikasi kepada pelanggan baik dalam hal keuangan, produk maupun pelayanan. Komunikasi yang baik, jujur dan terbuka dapat menciptakan kepercayaan dari pelanggan

## 2. Menjaga kualitas dan pelayanan

Citra perusahaan akan selalu berpegangan erat dengan kualitas produk dan pelayanan, menjaga standar kualitas yang konsisten akan membantu menciptakan citra positif perusahaan.

## 3. Mengelola masalah dengan efektif dan efisien

Setiap perusahaan pasti mempunyai masalah, cara perusahaan untuk menanggapi dan menangani masalah tersebut dapat mempengaruhi citra perusahaan. Maka dengan itu, perusahaan harus siap untuk merespon segala masalah dengan efektif dan efisien.

## 4. Aktif dalam sosial media

Mempertahankan image yang kuat di sosial media dapat memungkinkan pelanggan dapat berinteraksi langsung dan perusahaan dapat memberi umpan balik dengan cepat.

## 5. Memanfaatkan testimoni dan dukungan pelanggan

Testimoni pelanggan yang puas dan dukungan dari Masyarakat dapat membantu mempertahankan citra positif perusahaan.

#### D. Hal-hal Yang Dapat Merusak Citra Perusahaan

Faktor-faktor yang dapat merusak citra perusahaan terdapat beberapa faktor, baik dari internal maupun eksternal. Berikut faktor-faktor yang dapat merusak citra perusahaan :

1. Kualitas produk yang buruk

Kualitas produk yang tidak sesuai dengan ekspektasi pelanggan dengan cepat akan merusak citra perusahaan. Pelanggan yang kecewa akan berbagi pengalaman negative, di era digital akan menyebar lebih luas.

2. Pelayanan yang buruk

Pelayanan yang tidak ramah, lambat atau tidak dapat memadai permintaan pelanggan, maka pelanggan akan merasa diabaikan. Pelayanan yang buruk akan berdampak langsung pada citra perusahaan.

3. Etika bisnis yang buruk atau skandal internal

Perusahaan yang terlibat dalam hal tersebut seperti korupsi, eksploitasi tenaga kerja, akan merusak citra perusahaan dimata publik. Perusahaan akan kehilangan kepercayaan dari pelanggan maupun public.

#### 4. Tanggapan krisis atau masalah yang buruk

Perusahaan akan gagal menangani krisis dengan baik seperti lambat menangani masalah yang ada atau tidak efektif, maka perusahaan akan dinilai negatif oleh Masyarakat, dan akan meningkatkan kerusakan reputasi perusahaan.

#### E. Indikator Citra Perusahaan

Menurut Kotler dan Keller (2009) dalam Aini (2023) menyatakan bahwa terdapat 4 indikator tentang citra perusahaan sebagai berikut :

##### 1. Kepribadian

Secara umum, bisnis yang memahami keperluan public akan dipercaya seseorang dan bertanggung jawab dalam sosial.

##### 2. Reputasi

Hak-hal yang diperhatikan oleh perusahaan dan diyakini oleh public berdasarkan pengalaman pribadi mereka dan juga pengalaman dari pihak ketiga, seperti contoh keamanan transaksi di bank.

##### 3. Nilai

Cita-cita yang diperhatikan oleh perusahaan maupun bisnis, seperti gaya manajemen yang focus pada nasabah

maupun pelanggan dan staff yang merespon cepat pertanyaan maupun keluhan dari pelanggan.

#### 4. Identitas perusahaan

Seperti logo, warna dan slogan yang dapat mendukung pelanggan maupun public dapat mengenali perusahaan tersebut dengan mudah.

### F. Citra Perusahaan Menurut Perspektif Islam

Dalam perspektif Islam, citra perusahaan adalah reputasi atau identitas positif yang dibangun oleh perusahaan. Mengembangkan dan mempertahankan citra perusahaan menjadi reputasi positif yang dipercaya oleh pelanggan membutuhkan kepatuhan terhadap prinsip Islam dan tidak melanggar hukum syariat Islam. Allah SWT berfirman dalam QS. Asy-Syuara ayat 181-183, sebagai berikut :

أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ ①

Artinya : “Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan orang lain.”

وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ①

Artinya : “Timbanglah dengan timbangan yang benar.”

وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْنُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ ①

Artinya : “Janganlah kamu merugikan manusia dengan mengurangi hak-haknya dan janganlah membuat kerusakan di bumi.”

Menurut ayat Al-Qur'an ini, menjaga kepercayaan pelanggan adalah etis dengan bersikap jujur agar tidak melakukan manipulasi agar pelanggan tertarik dan mengakibatkan kerugian ketidakpuasaan pelanggan. Pelanggan akan tidak percaya kepada Anda jika melakukan kecurangan seperti ini, sehingga membuat ragu pelanggan untuk membeli produk kita.

#### **2.2.5 Minat Berinvestasi Cicil Emas**

##### **A. Minat investasi**

Minat Investasi merupakan suatu Hasrat atau keinginan yang sangat kuat pada individu untuk mempelajari dan mencari tau suatu hal yang berkaitan dengan investasi bahkan hingga pada tahap mempraktikannya yaitu berinvestasi Sabda Ar Rahman and Subroto (2022) Sedangkan menurut Ferdinand yang dikutip oleh Pratiwi et al. (2023) indikator minat nasabah, yaitu *transaksional*, minat *refrensial*, minat *preferensial*, dan minat *eksploratif*.



Sedangkan Minat menurut Rahmadi dan Heryanto yang dikutip oleh Puspita Sari and Azzafira (2021) suatu keinginan yang cenderung menetap pada diri seorang untuk membimbing pada suatu pilihan tertentu sebagai keinginannya, kemudian dilanjutkan untuk mewujudkan keinginannya dalam perilaku nyata dengan adanya perhatian pada objek yang diinginkan yaitu untuk mencari informasi sebagai wawasan bagi dirinya.

B. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat sebagai berikut :

1. Dorongan dari dalam diri : dorongan untuk makan.

Dorongan untuk makan meningkatkan minat untuk bekerja atau mencari penghasilan, minat terhadap produksi makanan dan lain-lain.

2. Motif sosial : dapat meningkatkan minat untuk

melaksanakan suatu aktivitas yang diinginkan. Perilaku konsumen dalam membeli produk mulai berubah, konsumen tidak percaya begitu saja soal membeli produk dengan promosi dan iklan, pengambilan keputusan konsumen sudah sangat sosial, artinya konsumen mencari rekomendasi dan testimoni dari konsumen lain.

3. Faktor emosional : minat memiliki hubungan yang erat

dengan emosional. Dengan demikian maka dapat dikatakan bahwa minata dalah dorongan kuat bagi seseorang untuk

melaksanakan segala sesuatu dalam mewujudkan pencapaian tujuan dan cita-cita yang menjadi keinginannya. Adapun indikator yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini :

1. Minat transaksional
2. Minat Referensial
3. Minat Preferensi
4. Minat Eksploratif

#### C. Investasi dalam Islam

Investasi menurut kegiatan menyebar luaskan harta kekayaan dengan cara-cara tertentu yang melibatkan aktivitas dan risiko. Maksud dengan aktivitas dan risiko disini, seseorang yang melakukan investasi dalam aktivitasnya melibatkan dirinya dalam mekanisme investasi tersebut sehingga dengan sendirinya ia akan menerima kemungkinan profit dan kerugian sebagai risiko dari aktivitas tersebut. Guspia Ningsih, Dayyan, and Nurjanah (2019)

Investasi dalam Islam dapat disekripsikan sebagai suatu kegiatan produktif yang menguntungkan bisa dilihat dari sudut pandang teoritis, dan menjadi untung rugi bila dipandang dari sisi ekonomi. Artinya karena dalam hidup ada sebuah ketidakpastian, maka apa yang dilakukan atau diusahakan manusia baik dengan organisasi perdagangan atau tidak, di samping ada faktor lain, maka

profit dan kerugian bisa saja menghampirinya, dan yang menjadi kelebihan investasi dalam Islam adalah semua kegiatan yang dilakukan oleh manusia harus sesuai dengan kaidah-kaidah syariah yang sejalan dengan Al-Qur'an dan Al-Hadits. Ayat al-Quran yang dapat dijadikan sandaran dalam berinvestasi, antara lain Q.S. Al-Hasyr ayat 18 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

“Wahai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap orang memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat). Bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Mahateliti terhadap apa yang kamu kerjakan.” (QS. Al-Hasyr: 18) (quran.nu.or.id)

#### D. Prinsip-prinsip Investasi

Dalam berinvestasi ditentukan bukan pada faktor bunga, melainkan pada ketentuan tingkat harga dan bekebrasilannya dalam berinvestasi. Investasi memiliki 4 prinsip utama yaitu (Suharto, 2015):

1. Halal
2. Berkah
3. Bertambah
4. Realistis

Berdasarkan deskripsi diatas dapat disimpulkan bahwa minat investasi adalah keinginan yang bulat untuk melaksanakan kegiatan investasi guna mendapatkan keuntungan di masa depan atau dimasa yang akan datang.

Cicil emas adalah pembiayaan memiliki emas dengan menggunakan akad murabahah, yang artinya akad menyediakan barang berdasarkan sistem jual beli, bank sebagai penjual menyediakan kebutuhan nasabah dengan harga perolehan ditambah keuntungan yang disepakati. Produk cicil emas adalah produk yang dikeluarkan oleh Bank Syariah Indonesia sejak 25 Maret 2013 yang merupakan kepemilikan produk emas kepada masyarakat yang didasari pada penerapan prinsip syariah. Memiliki emas dengan cara mencicil, membayar sejumlah uang muka yang besarnya antara 20% hingga 45% dari nilai emas yang dikehendaki, kemudian lama waktu yang diberikan oleh BSI cicil emas adalah 2 tahun dan maksimal 5 tahun Zaelani (2022)

## **2.3 Pengaruh Antar Variabel**

### **2.3.1 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Berinvestasi Cicil Emas di Bank Syariah Indonesia Kota Malang**

Literasi keuangan merupakan suatu pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang dapat menentukan perilaku ataupun sikap seseorang, dalam mengelola keuangan dengan baik.

Sebelum memulai investasi alangkah baiknya masyarakat paham betul mengenai pengetahuan dasar investasi (Setiana dan Hadiano 2023). Dari pengertian tersebut maka penting bagi Masyarakat untuk memahami dan mempelajari tentang investasi agar masyarakat memiliki ilmu dasar tentang ilmu dasar tentang investasi agar menghasilkan investor yang berkualitas. Literasi keuangan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi minat berinvestasi, jadi semakin paham masyarakat mengenai investasi maka semakin banyak masyarakat minat akan berinvestasi cicil emas di Bank Syariah Indonesia Kota Malang. Penelitian (Setiana dan Hadiano 2023), (Pana dan Ambarwati 2023), (Ekatama dan Sutrisno 2022) dan (Savitri, Maulana, Perwita, dan Saptana 2021) menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi. Karena semakin tinggi tingkat literasi keuangan seseorang maka semakin bijak dalam mengambil Keputusan keuangan salah satunya dengan melakukan investasi emas. Oleh karena itu, diajukan perumusan hipotesis sebagai berikut:

H1: Literasi Keuangan Berpengaruh Positif Terhadap Minat Berinvestasi Cicil Emas di Bank Syariah Indonesia Kota Malang

### **2.3.2 Pengaruh *Trust* Terhadap Minat Berinvestasi Cicil Emas di Bank Syariah Indonesia di Kota Malang**

*Trust* atau kepercayaan merupakan kunci dalam mengembangkan keinginan yang tahan lama dan menjaga hubungan jangka panjang dalam membangun persepsi yang baik terhadap pelanggan, apakah memiliki integritas, kompetensi dan kebajikan dan lainnya yang akan mempengaruhi sikap dan perilaku seseorang, kepercayaan yang tertanam dapat meningkatkan minat berinvestasi masyarakat, karena kepercayaan merupakan awal dari Masyarakat akan melakukan penggunaan produk tersebut dengan berulang kali dan dapat merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain. Penelitian (Mauliya dan Hasanah 2022), (Cleanita Imra'atul Khasanah and Nur Huri Mustofa 2022), (Kim, Lim dan Ji 2023), (Maziriri, Mapuranga dan Madinga 2019) dan (Siregar 2023) mengatakan bahwa *trust* atau kepercayaan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat investasi. Dengan hal itu kepercayaan berpengaruh positif, sehingga apabila kepercayaan dari Masyarakat akan menambah minat menabung di bank syariah. Namun hasilnya yang tidak signifikan menjelaskan bahwa tingkat kepercayaan dari masyarakat tidak cukup tinggi sehingga tidak memiliki pengaruh yang berarti pada variabel minat ini. Oleh karena itu, diajukan perumusan hipotesis sebagai berikut:

H2: *Trust* atau kepercayaan berpengaruh positif terhadap Minat Berinvestasi Cicil Emas di Bank Syariah Indonesia Kota Malang.

### **2.3.3 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Berinvestasi Cicil Emas di Bank Syariah Indonesia Kota Malang**

Kualitas pelayanan merupakan pelayanan yang mengacu pada kepuasan pelanggan, dimana kualitas pelayanan sebagai upaya pemenuhan ekspektasi pelanggan dan juga keinginan pelanggan. Pelayanan terbaik dapat dicapai dengan meningkatkan kualitas pelayanan dan juga konsisten dalam memperbaiki pelayanan maupun memberikan perhatian khusus sesuai dengan standart kinerja karyawan. Pelanggan akan menilai kualitas pelayanan yang dirasakan sesuai dengan pengalaman. Penelitian (Nur 2023). (Kim, Lim dan Ji 2023) dan (Suryani 2018) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat berinvestasi. Sedangkan penelitian (Uswah et al. 2024) menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap minat nasabah. Oleh karena itu, diajukan perumusan hipotesis sebagai berikut:

H3: Kualitas Pelayanan Berpengaruh Positif Signifikan Terhadap Minat Berinvestasi Cicil Emas di Bank Syariah Indonesia Kota Malang.

#### **2.3.4 Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Minat Berinvestasi Cicil**

##### **Emas di Bank Syariah Indonesia Kota Malang**

Citra perusahaan atau biasa disebut dengan nama baik perusahaan memberikan pengaruh yang sangat penting bagi kelangsungan perusahaan. Kebaikan akan image menambah nilai bagi Lembaga dan persepsi Masyarakat akan menjadi pertimbangan dalam menentukan suatu Keputusan berinvestasi (Rizkulillah 2022). Apabila pelanggan merasa puas atas produk yang dikeluarkan, maka semakin tinggi value yang citra perusahaan dapatkan. Penelitian (Tamimi 2023), (Wang dan Tsai 2024) dan (Hasibuan, Siregar, dan Sugianto 2022) menyatakan bahwa citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap minat berinvestasi. Oleh karena itu, diajukan perumusan hipotesis sebagai berikut:

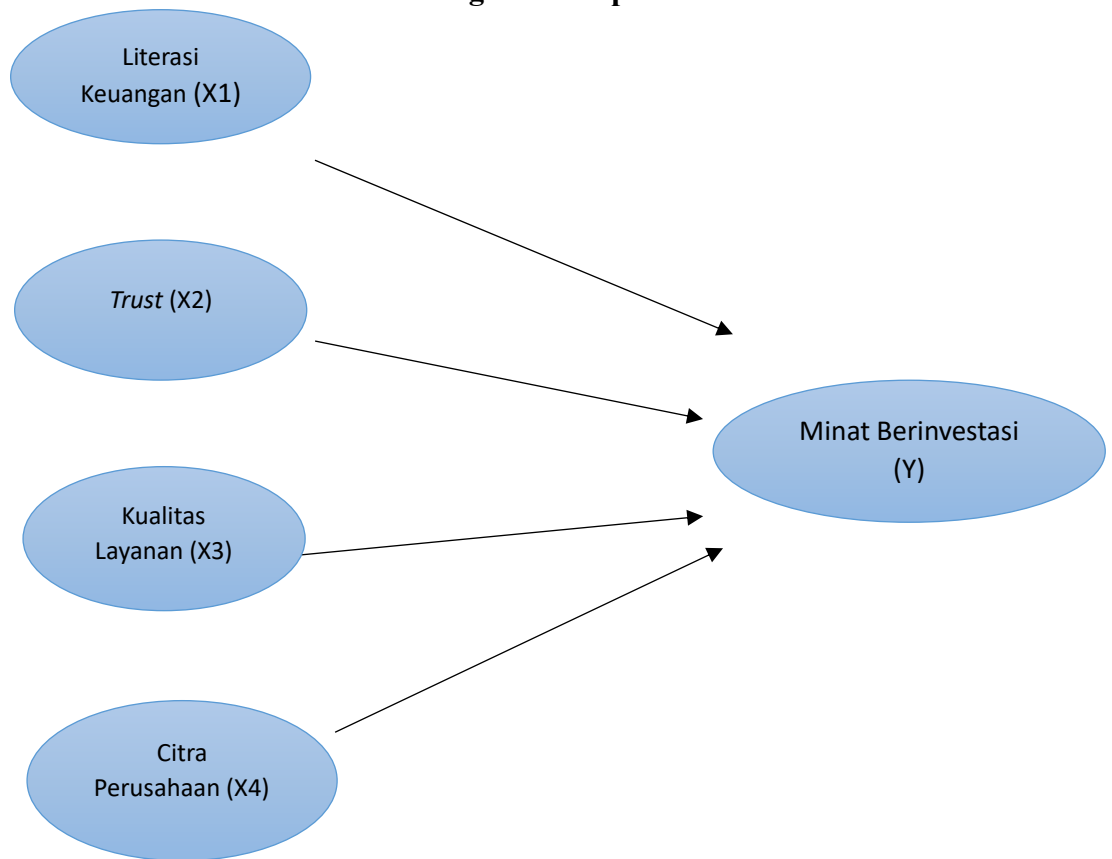
H4: Citra Perusahaan Berpengaruh Positif Terhadap Minat Berinvestasi Cicil Emas di Bank Syariah Indonesia Kota Malang

#### **2.4 Kerangka Konseptual**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh yang terjadi antara variable independent yaitu literasi keuangan, *trust*, kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap variable dependen yaitu minat.



**Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual**



*Sumber: Diolah peneliti (2025)*

## 2.5 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban dari rumusan masalah penelitian yang bersifat sementara. Disebut sementara karena didapatkan berdasarkan penelitian sebelumnya, belum berdasarkan fakta yang diperoleh oleh data. Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah dan kerangka konseptual yang telah dijelaskan oleh penulis, dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut :

H1: Literasi Keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap minat berinvestasi cicil emas.

H2: *Trust* keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap minat berinvestasi cicil emas.

H3: Kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap minat berinvestasi cicil emas

H4: Citra perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat berinvestasi cicil emas.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis penelitian**

Jenis penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah metode kuantitatif. Penelitian jenis kuantitatif bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variable atau lebih yang berfungsi untuk menjelaskan dan mengontrol suatu gejala (Soegiyono, 2019). Metode pendekatan penelitian yang digunakan adalah penelitian analisis deksriptif. Penilaian deksriptif merupakan metode penelitian kuantitatif yang berusaha mengumpulkan informasi yang dapat diukur untuk analisis statistik dari sampel populasi.

#### **3.2 Lokasi penelitian**

Lokasi penelitian merupakan suatu objek dalam penelitian. Lokasi penelitian adalah tempat peneliti memperoleh data yang dibutuhkan untuk penelitiannya. Lokasi yang dipilih peneliti adalah Kota Malang karena Kota Malang merupakan salah satu kota pelajar yang mempunyai banyak pelajar, sehingga dapat menghitung pengaruh literasi keuangan terhadap minat berinvestasi Masyarakat maupun mahasiswa.

### 3.3 Populasi dan sampel

Menurut Cooper dan Schindler konsep dari populasi adalah Kumpulan dari semua faktor yang mendorong pada beberapa Kesimpulan. Selain itu, menurut Sugiyono (2017) populasi merupakan domain umum yang objek/subyek yang mengarah pada Kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah Masyarakat Kota Malang.

Sampel merupakan bagian dari populasi yang peneliti gunakan dalam hal dan jumlah karakteristiknya. Penelitian ini memiliki kriteria yang digunakan untuk sampel yaitu: responden yang tinggal di Kota Malang, belum pernah atau sudah investasi cicil emas di Kota Malang. Dikarenakan tidak diketahuinya jumlah populasi dalam penelitian ini, maka peneliti, menggunakan rumus Wibisono (Ruhamak & Syai'dah 2018) untuk menentukan jumlah sampelnya.

$$n = \left( \frac{Z\alpha/2\sigma}{e} \right)^2$$

Keterangan :

$Z \alpha/2$  = nilai tabel z (nilai yang diperoleh dari tabel normal atas tingkat keyakinan dengan presentase kepercayaan 95%)

$\sigma$  = standart deviasi populasi (25% atau 0,25 angka ini merupakan ketentuan baku)

$e$  = tingkat kesalahan penarikan sampel (margin eror penelitian sebesar 5%)

Dengan rumus tersebut, maka perhitungannya sebagai berikut :

$$n = \left( \frac{(1,96) \cdot (0,25)}{0,05} \right) = 96,04 = 100$$

Berdasarkan hasil hitung dengan menggunakan rumus Wibisno, maka peneliti akan menggunakan 100 sampel dalam penelitian ini.

### **3.4 Teknik pengambilan sampel**

Teknik pengambilan sampel yang digunakan peneliti adalah metode Purposive Sampling. Teknik Purposive Sampling menurut Saunders et al. (2009) purposive sampling merupakan sebuah Teknik pemilihan sampel berdasarkan penilaian pribadi terhadap responden yang paling memungkinkan untuk menjawab pertanyaan penelitian sesuai dengan tujuan penelitian. Kriteria yang digunakan dalam pengambilan sampel yaitu :

1. Masyarakat yang berumur lebih dari >17 tahun
2. Domisili di kota Malang
3. Masyarakat yang akan berminat atau telah berinvestasi cicil emas di BSI.

### **3.5 Jenis dan sumber data**

Menurut Bungin data merupakan data yang akan dikelola sebagai bahan keterangan tentang suatu objek yang didapatkan dari Lokasi penelitian. Sumber data di dalam suatu penelitian merupakan faktor yang

sangat penting, karena akan menyangkut kualitas suatu penelitian. Oleh karena itu, sumber data menjadi bahan pertimbangan dalam menentukan metode pengumpulan data. Sumber data dalam pelaksanaan penelitian dibagi menjadi dua yaitu :

#### 3.5.1 Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung oleh peneliti dari sumber utama. Adapun sumber data primer didapatkan dari menyebarkan angket atau kuesioner melalui *Google Form* yang disebarkan kepada masyarakat Kota Malang.

#### 3.5.2 Data Skunder

Data skunder merupakan data ataupun informasi yang diperoleh secara tidak langsung dari sumber kedua yang bersifat publik, seperti data kearsipan, dokumentasi, *website*, ataupun laporan-laporan yang bisa digunakan sebagai pendukung data primer.

### 3.6 Metode pengumpulan data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner atau angket. Teknik kuesioner merupakan Teknik pengumpumpulan data yang diberikan kepada responden untuk dijawab (Sugiyono 2017).

### 3.7 Skala pengukuran instrument

Dalam pengukuran variabel dapat dilakukan dengan menggunakan skala pengukuran yang merupakan kesepakatan untuk menentukan nilai interval dalam alat ukur. Dalam metode kuantitatif variabel harus bias diukur agar mendapatkan hasil penelitian yang objektif, terukur dan terbuka untuk diuji kembali. Jenis-jenis skala pengukuran sebagai berikut :

1. Skala Nominal merupakan variabel yang diukur tidak memiliki perbedaan valuatif yaitu satu nilai tidak lebih besar dari yang lain.
2. Skala Ordinal merupakan variabel yang dikelompokkan ke dalam beberapa kategori dengan urutan, tetapi jarak antara tidak dihitung.
3. Skala Rasio merupakan skala pengukuran kuantitatif yang memungkinkan untuk melakukan semua jenis perhitungan dan menarik kesimpulan pasti.
4. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena social

Skala pengukuran instrument yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *likert*. Pada skala likert variable yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variable. Indikator variable dijadikan sebagai titik tolak untuk Menyusun instrument yang dapat berbentuk pertanyaan maupun pernyataan. Terdapat lima pilihan jawaban yang tersedia dalam kuesioner yang akan disebarkan kepada responden. Berikut lima pilihan jawaban:

**Tabel 3. 1 Skala Likert**

| No | Alternatif Jawaban        | Skor |
|----|---------------------------|------|
| 1  | Sangat Tidak Setuju (STS) | 1    |
| 2  | Tidak Setuju (TS)         | 2    |
| 3  | Netral (N)                | 3    |
| 4  | Setuju (S)                | 4    |
| 5  | Sangat Setuju (SS)        | 5    |

Sumber : diolah oleh peneliti (2024)

### **3.8 Definisi operasional variable**

Penelitian ini menggunakan variabel dependen yaitu minat berinvestasi cicil emas, sedangkan variabel independent adalah kualitas pelayanan, literasi keuangan, *trust*, dan citra perusahaan.

1. Variabel dependen (Y) merupakan variable yang dipengaruhi oleh variabel independent. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah minat berinvestasi cicil emas.
2. Variabel independent (X1) merupakan variable yang mempengaruhi atau menyebabkan perubahan pada variable lain. Variabel independent X1 pada penelitian ini adalah Literasi Keuangan.
3. Variabel independent (X2) merupakan variable yang mempengaruhi atau menyebabkan perubahan pada variable lain. Variabel independent X2 pada penelitian ini adalah *Trust*.



4. Variabel independent (X3) merupakan variable yang mempengaruhi atau menyebabkan perubahan pada variable lain. Variabel independent X3 pada penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan.
5. Variabel independent (X4) merupakan variable yang mempengaruhi atau menyebabkan perubahan pada variable lain. Variabel independent X4 pada penelitian ini adalah Citra Perusahaan.

Berikut definisi operasional variabel:

**Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel**

| No | Variabel               | Definisi                                                                                                                                                                                                                                 | Indikator                | Item                                                                 | Skala              |
|----|------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|----------------------------------------------------------------------|--------------------|
| 1. | Minat Berinvestasi (Y) | Minat investasi merupakan suatu Hasrat atau keinginan yang sangat kuat pada individu untuk mempelajari dan mencari tau suatu hal yang berkaitan dengan investasi bahkan hingga pada tahap mempraktikannya yaitu berinvestasi<br>Sabda Ar | Dorongan dari dalam diri | Adanya keinginan untuk mencari tahu mengenai investasi cicil emas.   | Skala Likert (1-5) |
|    |                        |                                                                                                                                                                                                                                          | Motif Sosial             | Keinginan untuk mempelajari lebih jauh tentang investasi cicil emas. |                    |
|    |                        |                                                                                                                                                                                                                                          | Faktor emosional         | Mencoba untuk berinvestasi cicil emas.                               |                    |

|    |                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                    |
|----|------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|
|    |                        | Rahman and Subroto (2022)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                    |
| 2. | Literasi Keuangan (X1) | <p>Literasi keuangan yang dimiliki oleh setiap individu tersebut berkembang menjadi keterampilan dalam keuangan yang baik, Dimana keterampilan tersebut dapat mendefinisikan sebagai kemampuan individu dalam menerapkan pengetahuan keuangan yang dimiliki dalam kehidupan sehari-hari.</p> <p>Keterampilan seseorang dalam hal tersebut dapat</p> | <p>Pengetahuan dasar</p> <p>Kemampuan</p> <p>Sikap</p> <p>Kepercayaan</p> | <p>1. Mengetahui tentang keuangan syariah.</p> <p>2. Mengetahui produk dan layanan keuangan syariah.</p> <p>Mampu mengelola keuangan dengan baik dan benar sesuai dengan akad-akad syariah.</p> <p>Mengambil Keputusan menggunakan jasa perbankan syariah sesuai dengan syariat islam.</p> <p>Kepercayaan dalam menggunakan jasa perbankan syariah.</p> | Skala Likert (1-5) |

|    |                   |                                                                                                                                                                                                 |                                     |                                                                              |                       |
|----|-------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|
|    |                   | membuat Keputusan pola pikir setiap individu lebih rasional dan efektif (Palameta 2016).                                                                                                        |                                     |                                                                              |                       |
| 3. | <i>Trust (X2)</i> | Kepercayaan adalah memegang perantara kunci dalam membangun keberhasilan pertukaran hubungan untuk pelanggan dengan orientasi hubungan yang tinggi terhadap perusahaan (Kotler dan Keller 2016) | <i>Benevolence</i><br>(kesungguhan) | Pelayanan terbaik yang diberikan BSI kepada pelanggan/nasabah.               | Skala Likert<br>(1-5) |
|    |                   |                                                                                                                                                                                                 | <i>Ability</i><br>(kemampuan)       | BSI mampu memenuhi permintaan atau kebutuhan nasabah/pelanggan.              |                       |
|    |                   |                                                                                                                                                                                                 | <i>Integrity</i><br>(integritas)    | Kejujuran dan kepatuhan terhadap prinsip atau standar yang telah dijanjikan. |                       |
|    |                   |                                                                                                                                                                                                 | <i>Willingness to depend</i>        | Kesediaan pelanggan atau nasabah untuk bergantung dengan perusahaan.         |                       |

|    |                       |                                                                                                                                                                                                        |                                           |                                                                                                                                                    |                    |
|----|-----------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|
| 4. | Kualitas Layanan (X3) | Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan juga lingkungan yang memenuhi atau melebihi ekspektasi pelanggan yang diharapkan (Parasuraman 2005) | Bukti fisik ( <i>tangible</i> )           | 1. Ketersediaan untuk mendengarkan keluhan pelanggan/nasabah.<br>2. Upaya melakukan pelayanan sesuai dengan ekspektasi nasabah/pelanggan.          | Skala Likert (1-5) |
|    |                       |                                                                                                                                                                                                        | Kehandalan ( <i>reliabilty</i> )          | 1. Akurasi informasi yang diberikan tepat mengenai produk, layanan dan juga transaksi.<br>2. Ketersediaan layanan dan produk sesuai dan memuaskan. |                    |
|    |                       |                                                                                                                                                                                                        | Kemampuan tanggapan ( <i>responsive</i> ) | 1. Proses penyelesaian masalah atau kendala yang memuaskan.<br>2. Kesiediaan memberi informasi                                                     |                    |

|  |  |  |                                    |                                                                                                                                                                                                       |  |
|--|--|--|------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
|  |  |  |                                    | 3. Ketersediaan layanan yang fleksibel.                                                                                                                                                               |  |
|  |  |  | Tanggungan<br>( <i>assurance</i> ) | 1. Jaminan terkait keamanan transaksi kepada nasabah.<br><br>2. Jaminan terhadap perlindungan data nasabah.<br><br>3. Penyediaan jaminan produk dan juga layanan.                                     |  |
|  |  |  | Empati<br>( <i>empathy</i> )       | 1. Ketersediaan memahami keadaan nasabah<br><br>2. Pendekatan yang sopan dan ramah kepada pelanggan/nasabah.<br><br>3. Ketersediaan memberikan empati disetiap nasabah/pelanggan melakukan transaksi. |  |

|    |                          |                                                                                                                                |                      |                                                                                                                                     |                       |
|----|--------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|
| 5. | Citra Perusahaan<br>(X4) | Citra perusahaan merupakan keseluruhan dalam organisasi, bukan hanya produk dan jasa yang ditawarkan (Kotler dan Keller 2009). | Kepribadian          | 1. BSI dianggap bertanggung jawab terhadap kebutuhan masyarakat.<br><br>2. BSI memiliki reputasi positif sebagai organisasi sosial. | Skala Likert<br>(1-5) |
|    |                          |                                                                                                                                | Reputasi             | 1. PT. BSI Malang memiliki kinerja yang baik.<br><br>2. Pelanggan atau nasabah erring merekomendasikan BSI kepada orang lain.       |                       |
|    |                          |                                                                                                                                | Nilai                | 1. BSI berfokus pada kesejahteraan pelanggan.<br><br>2. BSI memiliki nilai-nilai yang relevan dan positif.                          |                       |
|    |                          |                                                                                                                                | Identitas Perusahaan | 1. Design logo PT. BSI mudah dikenali oleh Masyarakat.                                                                              |                       |

|  |  |  |  |                                                        |  |
|--|--|--|--|--------------------------------------------------------|--|
|  |  |  |  | 2. Slogan PT. BSI<br>mudah diingat oleh<br>Masyarakat. |  |
|--|--|--|--|--------------------------------------------------------|--|

Sumber: data diolah peneliti (2024)

### 3.9 Uji instrument

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan untuk mendapatkan informasi kuantitatif tentang variasi karakteristik variable secara objektif. Instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini dengan menggunakan kuesioner melalui *google form*.

#### 1. Uji instrument

##### a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valdinya kuesioner.

Kriteria dalam pengujian validitas sebagai berikut :

1. Jika nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.
2. Jika nilai  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid.

##### b. Uji realibilitas

Uji reabilitas merupakan suatu pengukuran yang akan menunjukkan mana hasil dalam suatu penelitian pengukuran tanpa adanya bias (Uma, 2006). Kuesioner dapat dikatakan reliabel atau

handal jika jawaban dari pertanyaan yang diberikan oleh responden konsisten atau stabil. Variabel dinyatakan reliabel jika memenuhi kriteria sebagai berikut :

1. Jika nilai Cronbach's Alpha  $> 0,7$  maka reliabel
2. Jika nilai Cronbach's Alpha  $< 0,7$  maka tidak reliabel

## 2. Uji normalitas

### a. Uji Validitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali (2011)). Normal atau tidaknya distribusi data dapat dilakukan dengan melihat nilai signifikansi variabel. Jika signifikansi nya lebih besar dari 0,05 maka menunjukkan bahwa distribusi normal.

### b. Uji multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (Ghozali, 2011). Uji multikolinearitas menggunakan nilai variance inflation factor (VIF). Apabila nilai toleransi mendekati angka 1 dan VIF di bawah angka 10 maka regresi bebas dari multikolinearitas. Berikut rumus VIF:

$$VIF_j = \frac{1}{1-R_j^2}$$



Keterangan:

VIF = Variance Inflation Factor

J = Variabel x ke berapa

R = nilai  $R^2$

c. Uji heteroskedastisitas

Menurut Ghazali (2017) uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Jika varian dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya konstan, maka ini disebut sebagai homoskedastisitas jika bervariasi, maka ini disebut sebagai heteroskedastisitas. Model regresi yang baik memiliki residual yang konstan atau homoskedastisitas dari satu pengamatan ke pengamatan berikutnya, atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Jika nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  dan nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 maka penelitian tersebut terdapat heteroskedastisitas

3. Uji Hipotesis

Hipotesis penelitian kuantitatif dapat diterima atau ditolak berdasarkan hasil pengujian. Hipotesis diterima maka pengujian tersebut membenarkan pernyataan hipotesis, sebaliknya jika hipotesis ditolak maka pernyataan hipotesis tersebut perlu dikaji ulang.

Dalam penelitian kuantitatif pengujian hipotesis dilakukan dengan cara merumuskan hipotesis nol ( $H_0$ ) dan hipotesis alternative ( $H_1$ ), menentukan tingkat signifikan ( $\alpha$ ), memilih metode statistik, mengumpulkan data, melakukan uji statistic, menghitung statistik uji dan menafsirkan hasil. Hipotesis hendaknya telah dirumuskan sebelum peneliti ke lapangan. Kegunaan hipotesis penelitian adalah :

- a. Penelitian yang memiliki hipotesis merupakan petunjuk bahwa telah siap melakukan penelitian dengan pengetahuannya.
- b. Memberikan arah pada pengumpulan dan penafsiran data.
- c. Memberi petunjuk tentang prosedur apa saja yang harus diikuti dan jenis data apa yang harus dikumpulkan
- d. Memberikan kerangka dalam rangka memberikan hasil kesimpulan.

Sedangkan hipotesis diperoleh dari hasil penelitian dan pengalaman. Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan uji hipotesis sebagai berikut :

- a. Analisis Regresi Berganda

Regresi berganda digunakan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam model ini mengsumsikan hubungan linier antara variabel dependen dan masing-masing prediktornya. Berikut ini adalah persamaan dari regresi linier berganda:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan :

$Y$  = Minat investasi cicil emas

$a$  = Angka konstan koefisien

$X_1$  = Literasi Keuangan

$X_2$  = *Trust*

$X_3$  = Kualitas Layanan

$X_4$  = Citra Perusahaan

$b$  = Koefisien regresi

$e$  = *error*

Penggunaan tanda tambah menunjukkan bahwa variabel independen bekerja secara agregatif untuk memengaruhi variabel dependen.

b. Uji parsial (uji t)

Uji t digunakan untuk menunjukkan apakah variabel dependen memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap variabel dependen. Untuk melihat apakah uji t signifikan, jika hasil probabilitas  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima begitu pula sebaliknya.

c. Uji koefisien determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi digunakan pada penelitian ini untuk melihat seberapa jauh tingkat kemampuan model dalam memperlihatkan variasi variabel dependen. Nilai rentang koefisien determinasi berada diantara 0 dan 1. Jika nilainya mendekati 1 maka variabel independen menyediakan hampir semua informasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi dalam variabel dependen agar hipotesis dapat diterima. Sebaliknya, jika nilainya menunjukkan 0, maka kemampuan dari variabel dependen sangat terbatas, dan hipotesis akan ditolak (Ghozali, 2018).

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Hasil Penelitian**

##### **4.1.1 Sejarah Berdirinya Bank Syariah Indonesia**

Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan bank hasil merger antara Bank BRI Syariah, PT. Bank Syariah Mandiri dan PT. Bank BNI Syariah. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) meresmikan izin merger tiga perusahaan tersebut pada tanggal 27 Januari 2021 melalui surat Nomor SR-3/PB.1/2021. Lalu, pada tanggal 1 Februari 2021, Presiden Joko Widodo meresmikan adanya BSI.

Komposisi pemegang saham BSI adalah: PT Bank Mandiri (Persero) Tbk 50,83%, PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk 24,85% dan PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk 17,25%. Sisanya adalah pemegang saham yang masing-masing dibawah 5%.

Penggabungan tiga bank menyatukan kelebihan dari masing-masing bank tersebut, sehingga dapat menciptakan layanan yang lebih lengkap, jangkauan yang lebih luas, memiliki kapasitas permodalan yang lebih banyak dan dapat memenuhi kebutuhan pelanggan.

Bank Syariah Indonesia berpotensi untuk tumbuh dan menjadi bagian dari bank syariah terkemuka di tingkat global sangat terbuka. Selain kinerja yang tumbuh positif, dukungan iklim bahwa pemerintah Indonesia mempunyai misi untuk ekosistem industri halal dan memiliki bank syariah nasional yang besar dan juga kuat, mengingat bahwa Indonesia sebagai negara dengan penduduk mayoritas muslim terbesar di dunia ikut membuka peluang.

#### **4.1.2 Visi Misi Bank Syariah Indonesia**

Visi: “TOP 10 GLOBAL ISLAMIC BANK.”

Misi : “1. Memberikan akses Solusi keuangan syariah di Indonesia: Melayani >20juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan asset (500+T) dan nilai buku 50T di Tahun 2025.”

“2. Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham: Top 5 bank yang paling profitable di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB>2).”

“3. Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia: Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan Masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja.”

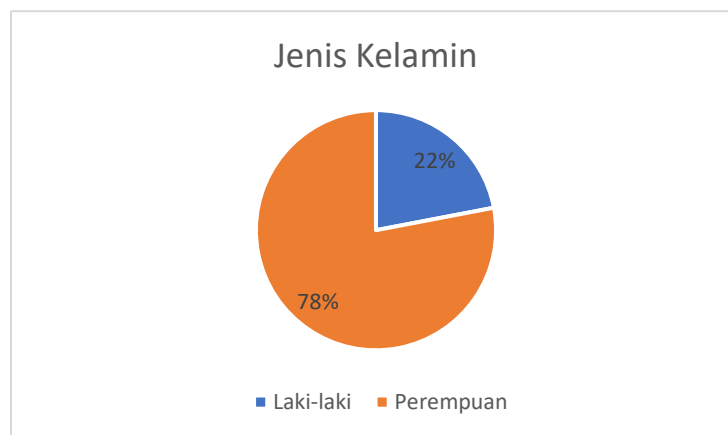
#### **4.1.3 Deskriptif Karakteristik dan Responden**

Penelitian ini dilakukan dengan penyebaran angket kuesioner selama kurang lebih satu bulan kepada Masyarakat yang berdomisili di Kota Malang yang sedang berinvestasi maupun memiliki minat berinvestasi cicil emas di Bank Syariah Indonesia. Hasil penyebaran kuesioner dapat ditarik Kesimpulan mengenai beberapa karakteristik responden, diantaranya adalah jenis kelamin, usia, pekerjaan dan juga pendapatan. Karakteristik responden yang digunakan untuk mengetahui pengelompokkan Masyarakat yang sedang berinvestasi ataupun yang minat untuk berinvestasi cicil emas di Bank Syariah Indonesia sebagai berikut :

A. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik berdasarkan jenis kelamin responden pada penelitian ini dibagi menjadi dua jenis kelamin yaitu laki-laki dan Perempuan. Data jenis kelamin berdasarkan pada jenis kelamin sebagai berikut:

**Gambar 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**



Sumber : data primer diolah, 2025

**Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

| No    | Jenis Kelamin | Jumlah | Presentase |
|-------|---------------|--------|------------|
| 1.    | Laki-laki     | 22     | 22%        |
| 2.    | Perempuan     | 78     | 78%        |
| Total |               | 100    | 100%       |

Sumber: Output SPSS dioalah, 2025

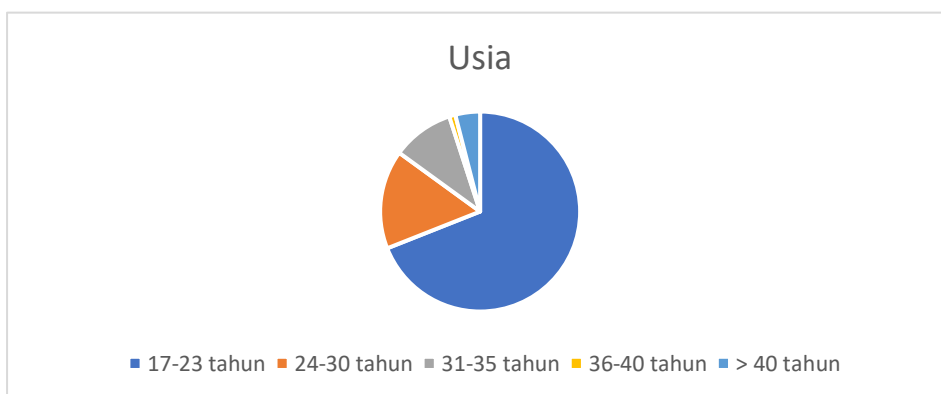
Berdasarkan tabel karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin diatas, dapat diketahui bahwa responden dalam penelitian ini mayoritas berjenis kelamin perempuan dengan jumlah 78 atau dalam presentase 78,0%

dan responden dengan jenis kelamin laki-laki berjumlah 22 atau dalam presentase sebanyak 22,0%. Kesimpulannya adalah sebagian besar responden yang diteliti berjenis kelamin Perempuan atau dalam presentase sebanyak 78,0%

#### B. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik berdasarkan usia responden pada penelitian ini dibagi menjadi lima macam, yaitu 17-23 tahun, 24-30 tahun, 31-35 tahun, 36-40 tahun dan > 40 tahun. Data responden berdasarkan pada usia penelitian ini sebagai berikut :

**Gambar 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Usia**



Sumber : data primer diolah, 2025

**Tabel 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Usia**

| No | Usia        | Jumlah | Presentase |
|----|-------------|--------|------------|
| 1. | 17-23 tahun | 69     | 69%        |
| 2. | 24-30 tahun | 16     | 16%        |
| 3. | 31-35 tahun | 10     | 10%        |
| 4. | 36-40 tahun | 1      | 1%         |



|       |           |     |      |
|-------|-----------|-----|------|
| 5.    | >40 tahun | 4   | 4%   |
| Total |           | 100 | 100% |

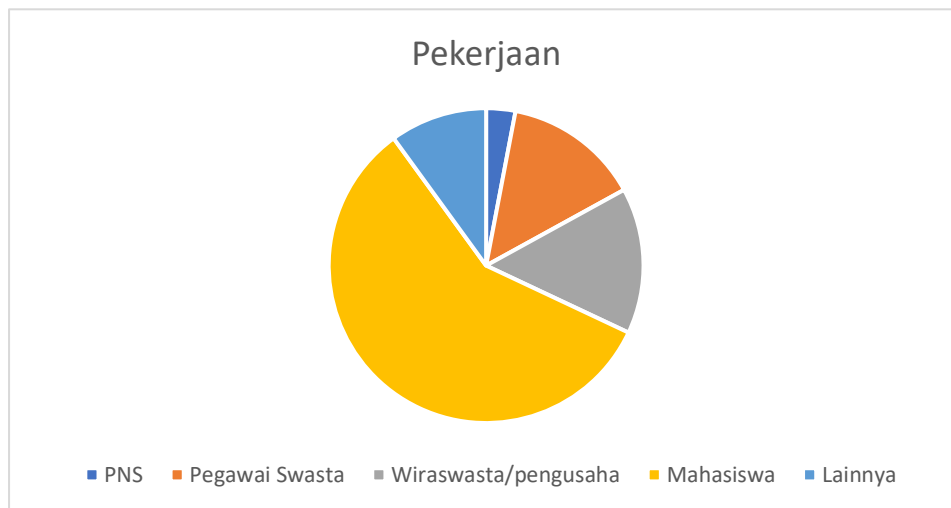
Sumber: Output SPSS diolah, 2025

Berdasarkan tabel diatas karakteristik usia responden diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden pada penelitian ini berusia 17 – 23 tahun dengan jumlah 69 orang atau dalam presentase sama dengan 69% , responden yang berusia 24 – 30 tahun sebanyak 16 orang atau dalam presentase sebanyak 16% dan 31 – 35 tahun sebanyak 10 orang atau dalam presentase sebanyak 10%. Sedangkan, responden dengan usia 36 – 40 tahun sebanyak 1% atau dalam presentase sebanyak 1% dan lebih dari 40 tahun sebanyak 4 orang atau dalam presentase sebanyak 4%. Kesimpulannya adalah sebagian besar responden yang diteliti rentang usianya 17 – 23 tahun dengan banyak 69 orang atau setara dengan 69%.

#### C. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Karakteristik berdasarkan pekerjaan responden pada penelitian ini dibagi menjadi lima macam, yaitu PNS, pegawai swasta, wirswasta/pengusaha, mahasiswa, dan juga lainnya.. Data responden berdasarkan pada pekerjaan penelitian ini sebagai berikut :

**Gambar 4. 3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan**



Sumber : data primer diolah, 2025

**Tabel 4. 3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan**

| No    | Pekerjaan            | Jumlah | Presentase |
|-------|----------------------|--------|------------|
| 1.    | PNS                  | 3      | 3%         |
| 2.    | Pegawai Swasta       | 14     | 14%        |
| 3.    | Wiraswasta/Pengusaha | 15     | 15%        |
| 4.    | Mahasiswa            | 58     | 58%        |
| 5.    | Lainnya              | 10     | 10%        |
| Total |                      | 100    | 100%       |

Sumber: Output SPSS diolah, 2025

Berdasarkan tabel diatas karakteristik pekerjaan responden diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa dengan jumlah 58 orang atau setara dengan presentase yaitu 58%, responden dengan pekerjaan pegawai swsta sebanyak 3 orang atau dalam presentase sebanyak 3%, dan responden dengan pekerjaan sebagai wiraswasta atau pengusaha sebanyak 15 orang atau dalam presentase sebanyak 15%.

Sedangkan responden dengan pekerjaan lainnya sebanyak 10 orang atau setara dengan 10%.

#### D. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Karakteristik berdasarkan pendapatan responden pada penelitian ini dibagi menjadi lima macam, yaitu <Rp1.500.000, Rp1.500.000 – Rp3.000.000, Rp3.000.000 – Rp5.000.000, Rp5.000.000 – Rp10.000.000 dan > Rp10.000.000. Data responden berdasarkan pada pendapatan penelitian ini sebagai berikut :

**Gambar 4. 4 Karakteristik Berdasarkan Pendapatan**



Sumber : data primer diolah, 2025

**Tabel 4. 4 Karakteristik Berdasarkan Pendapatan**

| No | Pendapatan                | Jumlah | Presentase |
|----|---------------------------|--------|------------|
| 1. | < Rp1.500.000             | 37     | 37%        |
| 2. | Rp1.500.000 – Rp3.000.000 | 29     | 29%        |
| 3. | Rp3.000.000 – Rp5.000.000 | 20     | 20%        |

|       |                            |     |      |
|-------|----------------------------|-----|------|
| 4.    | Rp5.000.000 – Rp10.000.000 | 12  | 12%  |
| 5.    | > Rp10.000.000             | 2   | 2%   |
| Total |                            | 100 | 100% |

Sumber: Output SPSS diolah, 2025

Berdasarkan tabel diatas karakteristik pendapatan responden diatas dapat diketahui bahwa mayoritas pendapatan responden dalam penelitian ini adalah <Rp1.500.000 dengan jumlah 37 orang atau setara dengan presentase yaitu 37%, responden dengan pendapatan Rp1.500.000 – Rp3.000.000 sebanyak 29 orang atau dalam presentase sebanyak 29%, dan responden dengan pendapatanRp3.000.000 – Rp5.000.000 sebanyak 20 orang atau dalam presentase sebanyak 20%. Sedangkan responden dengan pendapatan Rp5.000.000 – Rp10.000.000 sebanyak 12 orang atau setara dengan 12% dan responden dengan pendapatan > Rp10.000.000 sebanyak 2 orang.

#### 4.1.4 Hasil Analisis Deskriptif

##### A. Distribusi Frekuensi Item Variabel Literasi Keuangan (X1)

Pada penelitian ini, variable literasi keuangan memiliki 4 indikator diantaranya adalah pengetahuan dasar, kemampuan, sikap dan kepercayaan. Tabel dibawah ini adalah distribusi frekuensi dari hasil jawaban responden sebagai berikut :

**Tabel 4. 5 Distribusi Frekuensi Item Variabel Literasi Keuangan (X1)**

| No | Item | Skor Jawaban |     |    |     |    |     |    |    |     |    | Skor      |
|----|------|--------------|-----|----|-----|----|-----|----|----|-----|----|-----------|
|    |      | SS           |     | S  |     | N  |     | TS |    | STS |    | Rata-Rata |
|    |      | F            | %   | F  | %   | F  | %   |    | %  | F   | %  |           |
| 1  | X1.1 | 14           | 14% | 50 | 50% | 30 | 30% | 6  | 6% | 0   | 0% | 3.72      |

|   |      |    |     |    |     |    |     |   |    |   |    |      |
|---|------|----|-----|----|-----|----|-----|---|----|---|----|------|
| 2 | X1.2 | 36 | 36% | 44 | 44% | 17 | 17% | 3 | 3% | 0 | 0% | 4.13 |
| 3 | X1.3 | 39 | 39% | 52 | 52% | 8  | 8%  | 1 | 1% | 0 | 0% | 4.29 |
| 4 | X1.4 | 30 | 30% | 56 | 56% | 10 | 10% | 4 | 4% | 0 | 0% | 4.12 |
| 5 | X1.5 | 39 | 39% | 39 | 39% | 20 | 20% | 2 | 2% | 0 | 0% | 4.15 |

Sumber: data diolah Ms Excel, 2025

Dari tabel distribusi frekuensi diatas, dapat diketahui bahwa nilai tertinggi yaitu pada item X1.3 (Gen Z mampu mengelolah keuangan dengan baik dan benar sesuai dengan prinsip syariah) dengan nilai rata-rata 4.29 dan nilai yang paling rendah adalah item X1.1 (Gen Z memahami tentang dasar-dasar keuangan syariah) dengan nilai rata-rata sebesar 3.72. Item X1.3 adalah nilai tertinggi dalam hasil penyebaran kuesioner yang berarti bahwa item tersebut memiliki pengaruh yang paling baik dari liteasi keuangan serta dilakukan dengan baik.

#### B. Distribusi Frekuensi Item Variabel *Trust* (X2)

Pada penelitian ini, variable *trust* memiliki 4 indikator diantaranya adalah *benevolence* (kesungguhan), *ability* (kemampuan), *integrity* (integritas), dan *willingness to depend*. Tabel dibawah adalah distribusi frekuensi dari hasil jawaban responden sebagai berikut :

**Tabel 4. 6 Distribusi Frekuensi Item Variabel Trust (X2)**

| No | Item | Skor Jawaban |     |    |     |    |     |    |    |     |   | Skor<br><br>Rata-<br>Rata |
|----|------|--------------|-----|----|-----|----|-----|----|----|-----|---|---------------------------|
|    |      | SS           |     | S  |     | N  |     | TS |    | STS |   |                           |
|    |      | F            | %   | F  | %   | F  | %   | F  | %  | F   | % |                           |
| 1  | X2.1 | 29           | 29% | 48 | 48% | 21 | 21% | 2  | 2% | 0   | 0 | 4.04                      |
| 2  | X2.2 | 39           | 39% | 52 | 52% | 8  | 8%  | 1  | 1% | 0   | 0 | 4.29                      |

|   |      |    |     |    |     |    |     |   |    |   |    |      |
|---|------|----|-----|----|-----|----|-----|---|----|---|----|------|
| 3 | X2.3 | 39 | 39% | 49 | 49% | 12 | 12% | 0 | 0% | 0 | 0% | 4.27 |
| 4 | X2.4 | 44 | 44% | 39 | 39% | 12 | 12% | 4 | 4% | 1 | 1% | 4.21 |
| 5 | X2.5 | 29 | 29% | 54 | 54% | 15 | 15% | 1 | 1% | 1 | 1% | 4.09 |

Sumber: data diolah Ms Excel, 2025

Dari tabel distribusi frekuensi diatas, dapat diketahui bahwa nilai tertinggi yaitu pada item X2.2 (Gen Z yakin bahwa BSI mampu memenuhi kebutuhan dan harapan nasabah/pelanggan) dengan nilai rata-rata 4.29 dan nilai yang paling rendah adalah item X2.1 dengan rata-rata 4.04 (Gen Z yakin bahwa BSI memiliki niat yang tulus dalam melayani pelanggan/nasabah).

#### C. Distribusi Frekuensi Item Variabel Kualitas Layanan (X3)

Pada penelitian ini, variable kualitas layanan memiliki 5 indikator diantaranya adalah bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*reliabilty*), kemampuan tanggapan (*responsive*), tanggungan (*assurance*) dan empati (*empathy*). Tabel dibawah adalah distribusi frekuensi dari hasil jawaban responden sebagai berikut :

**Tabel 4. 7 Distribusi Frekuensi Item Variabel Kualitas Layanan (X3)**

| No | Item | Skor Jawaban |     |    |     |    |     |    |     |     |    | Skor          |
|----|------|--------------|-----|----|-----|----|-----|----|-----|-----|----|---------------|
|    |      | SS           |     | S  |     | N  |     | TS |     | STS |    | Rata-<br>Rata |
|    |      | F            | %   | F  | %   | F  | %   |    | %   | F   | %  |               |
| 1  | X3.1 | 36           | 36% | 34 | 34% | 20 | 20% | 10 | 10% | 0   | 0% | 4.95          |
| 2  | X3.2 | 36           | 36% | 46 | 46% | 18 | 18% | 0  | 0%  | 0   | 0% | 4.18          |
| 3  | X3.3 | 44           | 44% | 45 | 45% | 10 | 10% | 1  | 1%  | 0   | 0% | 4.8           |

|   |      |    |     |    |     |    |     |   |    |   |    |      |
|---|------|----|-----|----|-----|----|-----|---|----|---|----|------|
| 4 | X3.4 | 39 | 39% | 48 | 48% | 11 | 11% | 1 | 1% | 1 | 1% | 4.23 |
| 5 | X3.5 | 47 | 47% | 38 | 38% | 14 | 14% | 1 | 1% | 0 | 0% | 4.31 |

Sumber: data diolah Ms Excel, 2025

Dari tabel distribusi frekuensi diatas, dapat diketahui bahwa nilai tertinggi yaitu pada item X3.1 (fasilitas yang disediakan BSI terlihat modern dan memadai) dengan nilai rata-rata 4.95 dan nilai yang paling rendah adalah item X3.2 dengan rata-rata 4.18 (BSI dapat diandalkan dalam menyelesaikan masalah atau kendala).

#### E. Distribusi Frekuensi Item Variabel Citra Perusahaan (X4)

Pada penelitian ini, variable citra perusahaan memiliki 4 indikator diantaranya adalah kepribadian, reputasi, nilai, dan identitas perusahaan. Tabel dibawah adalah distribusi frekuensi dari hasil jawaban responden sebagai berikut:

**Tabel 4. 8 Distribusi Frekuensi Item Variabel Citra Perusahaan (X4)**

| No | Item | Skor Jawaban |     |    |     |    |     |    |    |     |    | Skor          |
|----|------|--------------|-----|----|-----|----|-----|----|----|-----|----|---------------|
|    |      | SS           |     | S  |     | N  |     | TS |    | STS |    | Rata-<br>Rata |
|    |      | F            | %   | F  | %   | F  | %   | F  | %  | F   | %  |               |
| 1  | X4.1 | 31           | 31% | 34 | 34% | 28 | 28% | 7  | 7% | 0   | 0% | 3.89          |
| 2  | X4.2 | 34           | 34% | 47 | 47% | 16 | 16% | 3  | 3% | 0   | 0% | 4.12          |
| 3  | X4.3 | 38           | 38% | 41 | 41% | 15 | 15% | 4  | 4% | 2   | 2% | 4.09          |
| 4  | X4.4 | 38           | 38% | 40 | 40% | 19 | 19% | 3  | 3% | 0   | 0% | 4.13          |
| 5  | X4.5 | 45           | 45% | 40 | 40% | 14 | 14% | 1  | 1% | 0   | 0% | 4.29          |

Sumber : data diolah Ms Excel, 2025

Dari tabel distribusi frekuensi diatas, dapat diketahui bahwa nilai tertinggi yaitu pada item X4.5 (Desain logo BSI yang mudah diingat oleh masyarakat) dengan nilai rata-rata 4.29 dan nilai yang paling rendah adalah item X4.1 dengan rata-rata 3.89 (BSI memiliki reputasi yang baik di Masyarakat). Item X4.5 adalah nilai tertinggi dalam hasil penyebaran kuesioner yang berarti bahwa item tersebut memiliki pengaruh yang paling baik dari citra perusahaan serta dilakukan dengan baik dan item X4.1.5 adalah nilai paling kecil yang memiliki arti bahwa item tersebut kurang berpengaruh dari variable kualitas layanan serta dilakukannya kurang baik.

#### **4.1.5 Hasil Analisis Data**

##### **4.1.5.1 Uji Validitas**

Uji validitas adalah uji yang digunakan untuk mengukur sah atau validnya suatu kuesioner. Kriteria dalam pengujian uji validitas ini jika  $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$  maka pernyataan tersebut dinyatakan valid dan jika nilai  $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$  maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid. Dasar dalam pengambilan keputusan uji validitas adalah didasarkan pada nilai R tabel dan R hitung, dimana R tabel signifikan 5% atau sebesar 0,172 apabila setiap item pernyataan dikatakan tidak valid apabila nilai R hitung dari uji validitas lebih besar dari 0,172. Hasil oleh data menggunakan SPSS dalam penelitian ini menunjukkan hasil uji validitas sebagai berikut :

**Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Data**

| VARIABEL          | Item | R Hitung | R Tabel | Keterangan |
|-------------------|------|----------|---------|------------|
| Literasi Keuangan | X1.1 | 0.650    | 0.195   | Valid      |
|                   | X1.2 | 0.562    | 0.195   | Valid      |
|                   | X1.3 | 0.484    | 0.195   | Valid      |



|                    |      |       |       |       |
|--------------------|------|-------|-------|-------|
|                    | X1.4 | 0.460 | 0.195 | Valid |
|                    | X1.5 | 0.605 | 0.195 | Valid |
| Trust              | X2.1 | 0.774 | 0.195 | Valid |
|                    | X2.2 | 0.534 | 0.195 | Valid |
|                    | X2.3 | 0.629 | 0.195 | Valid |
|                    | X2.4 | 0.599 | 0.195 | Valid |
|                    | X2.5 | 0.683 | 0.195 | Valid |
| Kualitas Layanan   | X3.1 | 0.643 | 0.195 | Valid |
|                    | X3.2 | 0.685 | 0.195 | Valid |
|                    | X3.3 | 0.656 | 0.195 | Valid |
|                    | X3.4 | 0.708 | 0.195 | Valid |
|                    | X3.5 | 0.666 | 0.195 | Valid |
| Citra Perusahaan   | X4.1 | 0.764 | 0.195 | Valid |
|                    | X4.2 | 0.810 | 0.195 | Valid |
|                    | X4.3 | 0.761 | 0.195 | Valid |
|                    | X4.4 | 0.739 | 0.195 | Valid |
|                    | X4.5 | 0.595 | 0.195 | Valid |
| Minat Berinvestasi | Y.1  | 0.699 | 0.195 | Valid |
|                    | Y.2  | 0.652 | 0.195 | Valid |
|                    | Y.3  | 0.667 | 0.195 | Valid |

Sumber : Output SPSS, diolah 2025

Uji validitas dapat dilakukan dengan membandingkan masing-masing nilai ada setiap indikator dengan t-tabel. Pada tabel uji validitas diatas, dapat diketahui bahwa seluruh variable yaitu literasi keuangan (X1), *trust* (X2), kualitas layanan (X3) dan citra Perusahaan (X4) dikatakan valid. Hal tersebut didasarkan pada nilai r hitung yang lebih

besar dibandingkan dengan r tabel dengan nilai 0,195. Dapat diambil Kesimpulan bahwa variable pada penelitian ini dapat diukur secara akurat dan valid dengan setiap indicator yang ada.

#### 4.1.5.2 Uji realibilitas

Uji realibilitas adalah uji untuk mengetahui apakah suatu data itu dapat dikatakan reliabel atau tidak. Cara untuk mengetahuinya adalah dengan cara melihat nilai cronbach's alpha  $> 0,60$ . Tetapi jika nilai cronbach's alpha  $< 0,60$  maka hasilnya dinyatakan tidak reliabel. Dasar pengambilan Keputusan dari uji reliabilitas sebagai berikut :

- Jika nilai Cronbach alpha  $> 0,60$  maka dinyatakan reliabel
- Jika nilai Cronbach alpha  $< 0,60$  maka dinyatakan tidak reliabel

Hasil olah data menggunakan SPSS dalam penelitian ini dengan uji realibilitas menunjukkan hasil sebagai berikut :

**Tabel 4. 10 Hasil Uji Realibilitas**

| Variabel | Cronch's Alpha | N of Item | Keterangan |
|----------|----------------|-----------|------------|
| X1       | 0.636          | 5         | Reliabel   |
| X2       | 0.644          | 5         | Reliabel   |
| X3       | 0.683          | 5         | Reliabel   |
| X4       | 0.786          | 5         | Reliabel   |
| Y        | 0.894          | 3         | Reliabel   |

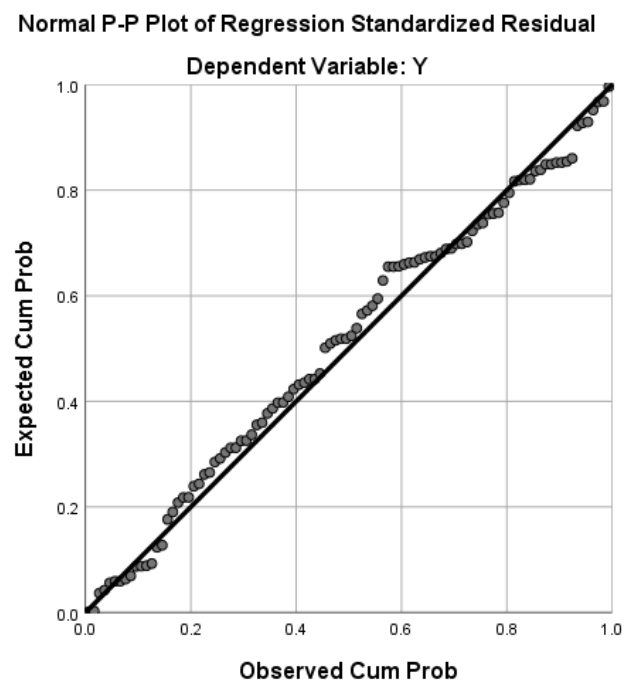
Sumber: Output SPSS, diolah 2025

Dari tabel hasil uji reliabilitas diatas dapat diketahui bahwa variable yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu literasi keuangan (X1), *trust* (X2), kualitas layanan (X3), dan citra perusahaan (X4) dikatakan reliabel.

#### 4.1.5.3 Uji Normalitas

Uji normalitas uji yang digunakan untuk mengetahui suatu model regresi pada penelitian ini berdistribusi secara normal atau tidak, baik itu pada variable independent ataupun variable dependen. Suatu model regresi dapat dikatakan normal apabila titik-titik (data plotting) mengikuti atau sesuai dengan arah garis diagonal. Hasil analisis penelitian menggunakan SPSS sebagai berikut:

**Gambar 4. 5 Uji Normalitas**



Sumber: Output SPSS diolah, 2025

Pada gambar hasil uji normalitas diatas, dapat dilihat bahwa titik-titik yang ada mengikuti garis diagonal. Sehingga, dapat dikatakan bahwa residual dalam penelitian ini dikatakan berdistribusi normal. Tanggapan terhadap kuesioner yang telah disebarkan menunjukkan sudah memenuhi asumsi normalitas dan responden yang sesuai dengan kriteria sudah diasumsikan pada garis tersebut.

Untuk mengetahui hasil dari uji normalitas berdistribusi normal atau tidak hanya bisa dilihat melalui titik-titik saja, dapat dilihat juga dengan Tes Kolmogorov-Smirnov. Acuan atau dasar yang dilihat adalah apabila hasil dari uji Kolmogorov-Smirnov lebih besar dari 0,05, maka dapat dinyatakan berdistribusi normal. Sebaliknya, apabila hasil dari Uji Kolmogorov-Smirnov lebih kecil dari 0,05 berarti data dinyatakan tidak berdistribusi normal. Hasil pengolahan data dari uji normalitas menggunakan SPSS pada penelitian ini sebagai berikut:

**Tabel 4. 11 Hasil Uji Normalitas**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

|                                  |                   | Unstandardized<br>Residual |
|----------------------------------|-------------------|----------------------------|
| N                                |                   | 100                        |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup> | Mean              | .0000000                   |
|                                  | Std.<br>Deviation | 1.42883823                 |
| Most Extreme<br>Differences      | Absolute          | .088                       |
|                                  | Positive          | .065                       |
|                                  | Negative          | -.088                      |

|                        |                   |
|------------------------|-------------------|
| Test Statistic         | .088              |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | .054 <sup>c</sup> |

Sumber: Output SPSS diolah, 2025

Uji normalitas dengan menggunakan uji Kolmogorov Smirnov didasarkan dengan melihat nilai asymp. Sig. (2-tailed), apabila hasil yang diperoleh lebih dari 5% atau 0,05 maka dinyatakan bahwa data berasumsi normalitas. Dari gambar uji Kolmogorov Smirnov diatas, dapat diketahui bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,054. Hal tersebut berarti pada penelitian ini, asumsi normalitas sudah terpenuhi.

#### 4.1.5.4 Uji Multikolinearitas

Uji multikolineritas adalah uji yang digunakan untuk mengetahui model regresi memiliki korelasi antara variable bebas. Suatu model regresi dikatakan baik apabila antar variable independent tidak memiliki korelasi atau tidak terjadi multikolinearitas (Ghozali, 2011). Dalam uji ini, dapat dilihat melalui hasil tolerance dan VIF dengan acuan nilai tolerance harus lebih tinggi dari 0,1 dan VIF kurang dari 10. Hasil dari olah data uji multikolinearitas pada penelitian ini menggunakan SPSS sebagai berikut:

**Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikoliniearitas**

| Variabel          | Tolerance | VIF   | Keterangan                      |
|-------------------|-----------|-------|---------------------------------|
| Literasi Keuangan | 0,868     | 1,152 | Tidak terjadi multikolinearitas |
| <i>Trust</i>      | 0,535     | 1,869 | Tidak terjadi multikolinearitas |
| Kualitas Layanan  | 0,524     | 1,908 | Tidak terjadi multikolinearitas |
| Citra Perusahaan  | 0,572     | 1,748 | Tidak terjadi multikolinearitas |

Sumber: Output SPSS diolah, 2025

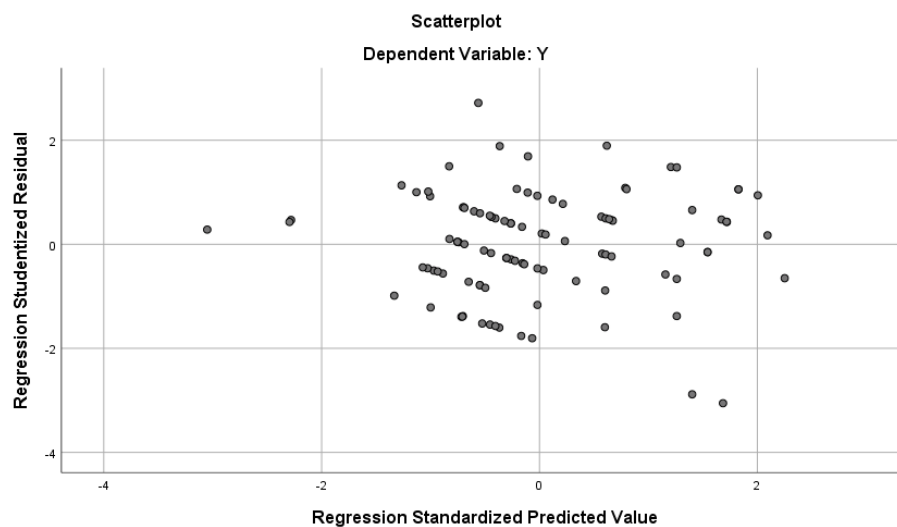
Hasil pada tabel uji multikolinearitas diatas dapat dapat diketahui bahwa nilai yang didapatkan pada tolerance lebih dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10. Hal itu berarti bahwa

variable literasi keuangan (X1), *trust* (X2), kualitas layanan (X3) dan citra perusahaan (X4) tidak terjadi multikolinearitas atau dinyatakan tidak adanya korelasi.

#### 4.1.5.5 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas adalah uji yang digunakan untuk mengetahui suatu model mengandung variasi residual atau tidak. Pada uji heteroskedastisitas ini dilihat melalui uji scatterplot dengan melihat gambar membentuk suatu pola atau tidak. Apabila membentuk suatu pola maka dinyatakan terjadi heteroskedastisitas dan apabila gambar tidak membentuk suatu pola maka dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas. Berikut hasil uji heteroskedastisitas pada penelitian ini dengan menggunakan SPSS sebagai berikut:

**Gambar 4. 6 Hasil Uji Heteroskedastisitas**



Sumber: Output SPSS, 2025

Pada gambar hasil uji heteroskedastisitas diatas, dapat diketahui bahwa pada gambar tersebut tidak membentuk pola karena titik-titik berada pada sumbu Y dan tersebar. Sehingga dapat dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Untuk mengetahui hasil dari uji heteroskedastisitas mengandung variasi residual atau tidak, bukan hanya dilihat melalui titik-titik saja, dapat juga melalui tabel. Cara mengetahuinya adalah dengan melihat apabila nilai sig > dari 0,05 maka dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas dan apabila sig. < dari 0,05 maka dinyatakan terjadi gejala heteroskedastisitas. Hasil pengolahan data dari uji heteroskedastisitas menggunakan SPSS pada penelitian ini sebagai berikut:

**Tabel 4. 13 Hasil Uji Heteroskedastisitas**

**Coefficients<sup>a</sup>**

|                                           |                        | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients |       |      |
|-------------------------------------------|------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model                                     |                        | B                           | Std. Error | Beta                      | t     | Sig. |
| 1                                         | (Constant)             | .273                        | 1.069      |                           | .255  | .799 |
|                                           | Literasi Keuangan (X1) | -.004                       | .046       | -.008                     | -.077 | .939 |
|                                           | <i>Trust</i> (X2)      | .013                        | .051       | .035                      | .250  | .803 |
|                                           | Kualitas Layanan (X3)  | .036                        | .047       | .108                      | .765  | .446 |
|                                           | Citra Perusahaan (X4)  | -.005                       | .038       | -.017                     | -.126 | .900 |
| a. Dependent Variable: Minat Berinvestasi |                        |                             |            |                           |       |      |

Sumber: Output SPSS diolah, 2025

Dari tabel hasil uji heteroskedastisitas dapat diketahui bahwa variable yang digunakan yaitu literasi keuangan (X1), *trust* (X2), kualitas layanan (X3) dan citra

perusahaan (X4) adalah nilai sig lebih dari 0,05 maka dinyatakan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

#### 4.1.5.6 Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda pada penelitian ini berfungsi untuk mengetahui bagaimana pengaruh literasi keuangan (X1), trust (X2), kualitas layanan (X3) dan citra perusahaan (X4) terhadap minat berinvestasi cicil emas (Y) di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Malang. Selain dari itu untuk mengetahui nilai variable terikat apakah terdapat perubahan terhadap variable bebas. Hasil olah data regresi berganda pada penelitian ini dengan menggunakan SPSS sebagai berikut:

**Tabel 4. 14 Hasil Uji Regresi Linear Berganda**

#### **Coefficients<sup>a</sup>**

|       |                        | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients |       |      |
|-------|------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model |                        | B                           | Std. Error | Beta                      | t     | Sig. |
| 1     | (Constant)             | -.322                       | .622       | -                         | .486  | .628 |
|       | Literasi Keuangan (X1) | .398                        | .141       | .258                      | 2.827 | .006 |
|       | Trust (X2)             | .248                        | .156       | .185                      | 1.588 | .116 |
|       | Kualitas Layanan (X3)  | .318                        | .147       | .257                      | 2.172 | .032 |
|       | Citra Perusahaan (X4)  | .051                        | .119       | .049                      | .432  | .667 |



|                                           |
|-------------------------------------------|
| a. Dependent Variable: Minat Berinvestasi |
|-------------------------------------------|

Sumber: Output SPSS diolah, 2025

Dari tabel hasil uji regresi linier berganda diatas, persamaan linier berganda pada tabel Unstandardized Coefficients memiliki jumlah constant sebesar -0.322 dan jumlah koefisien X1 sebesar 0,398 X2 sebesar 0,248, X3 sebesar 0,318 dan X4 sebesar 0,051.

Maka persamaan regresinya sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

$$Y = -.322 + 0.398X_1 + 0.248X_2 + 0.318X_3 + 0.051X_4 + e$$

Kesimpulan dari persamaan hasil uji regresi berganda di atas sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta sebesar -0.322 berarti nilai variable literasi keuangan (X1), *trust* (X2), kualitas layanan (X3), dan citra perusahaan (X4) dianggap tidak ada atau 0 pada saat nilainya tidak dipengaruhi oleh variable bebas. Oleh karena itu minat berinvestasi adalah 0.728
- b. Variabel literasi keuangan (X1) memiliki nilai koefisien sebesar 0.398. Hal tersebut berarti apabila variable literasi keuangan naik satu satuan, maka minat berinvestasi akan mengalami kenaikan sebesar 0.398.
- c. Variabel *trust* (X2) memiliki nilai koefisien sebesar 0.248. Hal tersebut berarti apabila variable *trust* naik satu satuan, maka minat berinvestasi akan mengalami kenaikan sebesar 0.248.

- d. Variabel kualitas layanan (X3) memiliki nilai koefisien sebesar 0.318. Hal tersebut berarti apabila variable kualitas layanan naik satu satuan, maka minat berinvestasi akan mengalami kenaikan sebesar 0.318.
- e. Variabel citra perusahaan (X4) memiliki nilai koefisien sebesar 0.051. Hal tersebut berarti apabila variable citra perusahaan naik satu satuan, maka minat berinvestasi akan mengalami kenaikan sebesar 0.051.

#### 4.1.5.7 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi adalah uji yang digunakan untuk mengetahui kemampuan suatu model dalam menjelaskan variable bebas terhadap variable terikat. Hasil olah data uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada penelitian ini menggunakan SPSS sebagai berikut:

**Tabel 4. 15 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

|                            |       |
|----------------------------|-------|
| Model Summary              |       |
| R square                   | .326  |
| Adjusted R Square          | .297  |
| Std. Error of the Estimate | 1.458 |

Sumber: Output SPSS diolah, 2025

Pada tabel hasil uji koefisien determinasi diatas dapat diketahui bahwa R square pada penelitian ini sebesar 0.297 atau 30%. Dapat dikatakan bahwa pengaruh variable bebas (literasi keuangan, trust, kualitas layanan dan citra perusahaan ) terhadap variabel terikat (minat berinvestasi) sebesar 0.297 dapat menjelaskan sebesar 30% variabel terikat. Sisanya yaitu sebesar 70% dijelaskan oleh variabel lain selain variabel bebas tersebut.

#### 4.1.5.98 Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial atau uji T adalah uji yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (literasi keuangan, trust, kualitas layanan dan citra perusahaan) secara individu atau parsial terhadap variabel terikat (minat berinvestasi). Dengan acuan pengambilan keputusan sebagai berikut:

- $H_0$  ditolak =  $Pr > a$
- $H_0$  diterima =  $Pr < a$

Dimana :

- $Pr$  = Probabilitas
- $A$  = Signifikansi (0,05)

Hasil olah data uji parsial atau uji T pada penelitian ini dengan SPSS adalah:

**Tabel 4. 16 Hasil Uji Parsial (Uji T)**

#### **Coefficients<sup>a</sup>**

| (constant)                | B    | t     | Sig. |
|---------------------------|------|-------|------|
|                           | .322 | .486  | .628 |
| Literasi Keuangan<br>(X1) | .398 | 2.827 | .006 |
| Trust (X2)                | .248 | 1.588 | .116 |
| Kualitas Layanan<br>(X3)  | .318 | 2.172 | .032 |
| Citra Perusahaan<br>(X4)  | .051 | .432  | .667 |

Sumber: Output SPSS diolah, 2025

Berdasarkan tabel hasil uji parsial atau uji T diatas maka hasilnya sebagai berikut:

1. Hipotesis 1

Nilai  $\text{sig} = 0.006 > 0.05$  dan  $t \text{ hitung} > 1.96$  pada variabel literasi keuangan, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Kesimpulannya adalah literasi keuangan secara berpengaruh terhadap minat berinvestasi (Y).

2. Hipotesis 2

Nilai  $\text{sig} = 0.116 > 0.05$  dan  $t \text{ hitung} < 1.96$  pada variabel trust, maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Kesimpulannya adalah trust tidak berpengaruh terhadap minat berinvestasi (Y).

3. Hipotesis 3

Nilai  $\text{sig} = 0.032 < 0.05$  dan  $t \text{ hitung} > 1.96$  pada variabel kualitas layanan, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Kesimpulannya adalah kualitas layanan berpengaruh terhadap minat berinvestasi (Y).

4. Hipotesis 4

Nilai  $\text{sig} = 0.667 > 0.05$  dan  $t \text{ hitung} < 1.96$  pada variabel citra perusahaan maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Kesimpulannya adalah citra perusahaan secara parisal tidak berpengaruh terhadap minat berinvestasi (Y).

## 4.2 Pembahasan

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuanagan, trust, kualitas layanan dan citra perusahaan terhadap minat berinvestasi cicil emas di Bank Syariah Indonesia Kota Malang. Dari hasil penyebaran kuesioner didapat bahwa mayoritas responden pada penelitian

ini berjenis kelamin perempuan sebanyak 78%. Analisis data untuk menguji pengaruh literasi keuangan, trust, kualitas layanan dan citra perusahaan terhadap minat berinvestasi cicil emas di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Malang telah dilakukan dan pembahasan dari penelitian akan dibahas sebagaimana berikut:

#### **4.2.1 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Berinvestasi**

Literasi keuangan adalah kemampuan seseorang dalam memahami dan mengelola keuangan dengan baik dan benar. Dalam penelitian ini tingkat literasi keuangan yang tinggi menunjukkan pada item seberapa paham Gen Z dalam mengelola keuangan dan memahami dasar-dasar keuangan. Dalam hal itu Gen Z sudah mulai menjadi pelanggan yang cerdas dalam mengambil keputusan berinvestasi dengan mempertimbangkan profit dan juga risiko dari berbagai masing-masing pilihan.

Pada tabel uji T menunjukkan bahwa hasil hipotesis adalah literasi keuangan berpengaruh terhadap minat berinvestasi Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Malang. Temuan penelitian menghasilkan nilai literasi keuangan sebesar  $0.006 > 0.05$  dan  $t \text{ hitung } 2.827 > 1.96$  pada variabel literasi keuangan, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Kesimpulannya adalah literasi keuangan secara berpengaruh terhadap minat berinvestasi (Y).

Artinya, literasi keuangan memiliki pengaruh terhadap minat berinvestasi. Hal itu menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat

literasi keuangan, maka semakin tinggi minat berinvestasi berinvestasi. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Setiana dan Hadiano 2023), (Pana dan Ambarwati 2023), (Ekatama dan Sutrisno 2022) dan (Savitri, Maulana, Perwita, dan Saptana 2021) bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi yang mengemukakan bahwa literasi keuangan dapat mengurangi risiko dan juga dapat membandingkan profit dengan berbagai pilihan platform dan juga dapat menghindari impulsive yang berisiko tinggi.

Pengaruh literasi keuangan telah dijelaskan dalam Q.S Al-Hasyr Ayat 18 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap orang memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat). Bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Mahateliti terhadap apa yang kamu kerjakan.” (Q.S Al-Hasyr:18).

#### **4.2.2 Pengaruh *Trust* Terhadap Minat Berinvestasi**

*Trust* adalah bentuk keyakinan seseorang kepercayaan atau ekspektasi seseorang terhadap sesuatu. Dalam kepercayaan ini adalah salah satu kunci untuk menjaga hubungan jangka Panjang dalam membangun pandangan seseorang, kepercayaan ini dapat membangun minat berinvestasi pada kalangan Gen Z.

Pada tabel uji T menunjukkan bahwa hasil hipotesis adalah *trust* tidak berpengaruh terhadap minat berinvestasi Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Malang. Temuan peneliti menghasilkan nilai  $\text{sig} = 0.116 > 0.05$  dan  $1.588 < 1.96$  pada variabel *trust*, maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Kesimpulannya adalah *trust* tidak berpengaruh terhadap minat berinvestasi (Y).

Artinya tingkat kepercayaan Gen Z terhadap perusahaan tidak menjadi faktor utama yang dapat mempengaruhi keputusan dalam berinvestasi. Dalam penelitian ini Gen Z tidak yakin bahwa BSI mampu memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan atau nasabah. Hal tersebut dikarenakan ketika peneliti menyebar kuesioner BSI sedang mengalami *trouble* sehingga Gen Z tidak meyakini kemampuan BSI dalam melayani masalah yang ada hal tersebut juga menjadi faktor utama yang mempengaruhi masyarakat dalam berinvestasi. Hasil penelitian ini sejalan dengan (Mauliya dan Hasanah 2022), (Cleanita Imra'atul Khasanah & Nur Huri Mustofa, 2022), (Kim, Lim dan Ji 2023), (Maziriri, Mapuranga dan Madinga 2019) dan (Siregar 2023) mengatakan bahwa *trust* atau kepercayaan tidak berpengaruh positif terhadap minat investasi.

Pengaruh *trust* telah disebutkan dalam QS. Al-Mu'minun ayat 8:

وَالَّذِينَ هُمْ لِأَمْتِهِمْ وَعَهْدِهِمْ رَاعُونَ ﴿٨﴾

Artinya: “*Sungguh beruntung pula) orang-orang yang memelihara amanat dan janji mereka*” (QS. Al-Mu'minun:8)

#### 4.2.3 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Berinvestasi

Kualitas Layanan merupakan pelayanan yang mengacu pada kepuasan pelanggan sebagai usaha untuk memenuhi ekspektasi pelanggan. Pelayanan terbaik dapat dicapai dengan meningkatkan kualitas layanan sesuai dengan standar kinerja perusahaan.

Pada tabel uji T menunjukkan bahwa hasil dari hipotesis adalah kualitas layanan berpengaruh terhadap minat berinvestasi Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Malang. Temuan peneliti menghasilkan nilai  $\text{sig} = 0.032 < 0.05$  dan  $2.172 > 1.96$  pada variabel kualitas layanan, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Kesimpulannya adalah kualitas layanan berpengaruh terhadap minat berinvestasi (Y).

Artinya kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap minat berinvestasi. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik fasilitas yang disediakan oleh BSI dan memadai, maka semakin tinggi minat Gen Z dalam berinvestasi. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Nur, 2023) dan (Kim, Lim dan Ji 2023) bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi.

Pengaruh literasi keuangan telah dijelaskan dalam Q.S Al-Hasyr Ayat 18 yang berbunyi:

وَأَنْفِقُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَلَا تُلْقُوا بِأَيْدِيكُمْ إِلَى التَّهْلُكَةِ وَأَحْسِنُوا إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُحْسِنِينَ ﴿١٩٥﴾

Artinya: *“Berinfaklah di jalan Allah, janganlah jerumuskan dirimu ke dalam kebinasaan, dan berbuatbaiklah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang berbuat baik.”* (QS. Al-Baqarah:195)



#### 4.2.4 Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Minat Berinvestasi

Citra perusahaan atau biasa disebut dengan nama baik perusahaan merupakan pengaruh utama bagi kelangsungan perusahaan, kebaikan perusahaan menjadi nilai tambah bagi Gen Z dalam mempertimbangkan suatu keputusan.

Pada tabel uji T menunjukkan bahwa hasil dari hipotesis adalah citra perusahaan tidak berpengaruh terhadap minat berinvestasi Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Malang. Temuan peneliti menghasilkan nilai  $\text{sig} = 0.667 > 0.05$  dan  $0.432 < 1.96$  pada variabel citra perusahaan maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Kesimpulannya adalah citra perusahaan secara parial tidak berpengaruh terhadap minat berinvestasi (Y).

Artinya, citra perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap minat berinvestasi. Dalam hal ini sesuai dengan hasil penelitian dinyatakan bahwa BSI memiliki reputasi yang kurang baik dimata Gen Z. Citra perusahaan dapat mempengaruhi perusahaan dikarenakan kurang percayanya Gen Z terhadap BSI, BSI dianggap tidak dapat memecahkan masalah ketika BSI mengalami *trouble*. Peneliti mengambil kesimpulan karena saat menyebar kuesioner BSI mengalami *trouble*, sehingga mengurangi minat Gen Z dalam berinvestasi. Dengan kata lain minat berinvestasi tidak dipengaruhi oleh citra perusahaan, karena bagi investor terutama investor institusional kinerja keuangan perusahaan seperti laba, pertumbuhan, dan juga rasio keuangannya jauh lebih

penting daripada citra perusahaan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian (Rizkulillah 2022) yang menyatakan citra perusahaan tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam berinvestasi cicil emas karena bagi investor keuntungan adalah hal yang utama .

Pengaruh literasi keuangan telah dijelaskan dalam Q.S Al-Hasyr Ayat 18 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ ﴿١٨﴾

Artinya: *“Wahai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap orang memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat). Bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Mahateliti terhadap apa yang kamu kerjakan.”* (QS. Al. Hasyr:18)

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Penelitian yang dilakukan dengan judul “Pengaruh Literasi Keuangan, Trust, Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan Terhadap Minat Berinvestasi Cicil Emas di BSI Kota Malang” dengan menggunakan analisis regresi linier berganda dapat ditarik Kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan berpengaruh terhadap minat berinvestasi cicil emas di BSI Kota Malang. Hal itu menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan seseorang, maka semakin besar minat untuk berinvestasi.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel trust tidak berpengaruh terhadap minat berinvestasi cicil emas di BSI Kota Malang. Hal ini dikarenakan bahwa tingkat kepercayaan seseorang

tidak secara langsung mempengaruhi keputusan mereka dalam berinvestasi.

3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh terhadap minat berinvestasi cicil emas di BSI Kota Malang. Hal itu menunjukkan bahwa semakin baik kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan keuangan maka semakin tinggi minat Masyarakat dalam berinvestasi. Aspek-aspek dalam kualitas layanan seperti keramahan staff, ketanggapan dalam menanggapi masalah yang ada dan kenyamanan fasilitas yang memadai.
4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel citra perusahaan tidak berpengaruh terhadap minat berinvestasi cicil emas di BSI Kota Malang. Hal ini menunjukkan persepsi positif atau negative terhadap citra perusahaan tidak menjadi faktor utama yang mempengaruhi keputusan seseorang untuk berinvestasi. Karena

investor lebih cenderung mempertimbangkan faktor lain seperti keuntungan investasi dan risiko.

## 5.2 Saran

Berdasarkan Kesimpulan dari penelitian ini, maka penulis mengajukan beberapa saran sebagai berikut:

### 1. Bagi PT. Bank Syariah Indonesia (BSI)

- a. Lebih mengoptimalkan literasi keuangan kepada masyarakat agar dapat mempengaruhi minat berinvestasi dengan cara menyediakan materi edukasi yang mudah dipahami, relevan dengan kebutuhan Masyarakat, dan disesuaikan dengan berbagai tingkat pemahaman pada setiap individu.
- b. Lebih meningkatkan transparansi dalam pengelolaan dana investasi dan memberikan laporan kinerja keuangan yang terakurasi jelas serta memastikan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah. Dan juga membangun komunikasi yang terbuka dan jujur

de ngan nasabah se rta me nanggapi se gala masalah yang te rke ndala  
pada nasabah de ngan ce pat, te pat dan profe ssional.

- c. Lebih meningkatkan kualitas layanan bagaimanapun kualitas layanan adalah hal yang sangat pe nting. Me nye diakan layanan yang mudah diakse s dan nyaman bagi nasabah baik me lalui platform digital maupun kantor cabang. Bank BSI juga dapat me nge mbangkan produk dan layanan inve stasi yang inovatif se suai de ngan ke butuhan pasar.
- d. Lebih me ngoptimalkan komunikasi yang e fe ktif de ngan Masyarakat me lalui be rbagai platform te rmasuk pada platform digital dan juga acara-acara publik se rta me nggunakan strate gi pe masaran yang e fe ktif untk me ningkatkan ke sadaran me rek dam me mbangun citra yang positif.

2. Bagi pe ne liti se lanjutnya

a. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel lainnya seperti kemudahan teknologi digital atau pengaruh promosi yang mungkin dapat mempengaruhi minat berinvestasi cicil emas.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alwahidin, & Nur Afni. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Indonesia. *ARBITRASE: Journal of Economics and Accounting*, 3(1), 57–71. <https://doi.org/10.47065/arbitrase.v3i1.445>
- Andika, S., & Syahputra, M. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat menabung nasabah di Bank Syariah MaAini, Adinda Putri Nur. 2023. *Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Perusahaan Dan Religiusitas Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Pengguna Digital Banking Sebagai Variabel Intervening*.
- Cleanita Imra'atul Khasanah, and Nur Huri Mustofa. 2022. "Analysis of Customer Perceptions, Trust and Brand Image on Customer Interest and Saving Decisions." *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam* 4(2):93–111.
- Guspia Ningsih, Guspia Ningsih, Muhammad Dayyan, and Nurjanah Nurjanah. 2019. "Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Berinvestasi Logam Mulia Di Pegadaian Syariah Langsa Barat." *Ihtiyath : Jurnal Manajemen Keuangan Syariah* 3(1):87–110. doi: 10.32505/ihtiyath.v3i1.1297.
- Hasibuan, Heny Liya, Saparuddin Siregar, and Sugianto Sugianto. 2022. "Pengaruh Citra Perusahaan Dan Promosi Terhadap Minat Menggunakan Hasanah Card Pada BSI KC Medan." *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)* 3(3):329–34. doi: 10.47065/ekuitas.v3i3.1164.
- Ilham Suryati. 2018. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT NASABAH UNTUK MENABUNG EMAS PADA PT. PEGADAIAN SYARIAH CABANG SETIA BUDI MEDAN." *Nucleic Acids Research* 6(1):1–7.
- Irpan Nurhab, Muhamad, and Siti Nurjanah. 2024. "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas, Dan Trust Terhadap Keputusan Anggota Non Muslim BMT Assyafiiyah Berkah Nasional Corresponding Author." *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa* 09(01):232–46. doi: 10.37366/jespb.v9i01.1335.
- Jeany, and Mauli Siagian. 2020. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bpr Artha Prima Perkasa." *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi (Jmbi Unsrat)* 7(3):330–41.
- Lusardi, Annamaria, and Olivia Mitchell. 2011. "FINANCIAL LITERACY AROUND THE WORLD - Annamaria Lusardi and Olivia S. Mitchell." *Nber*



17(4):1–14.

- Mauliya, Shafira, and Nurul Hasanah. 2022. “Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, Dan Return Terhadap Minat Masyarakat Berinvestasi Pada Fintech Lending Syariah.” *Prosiding SNAM PNJ* 1–13.
- Mulyadi, Aris Wahyu, and Ari Susanti. 2024. “Pengaruh Pendapatan, Pengetahuan Investasi, Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Investasi Tabungan Emas Di Pegadaian Pada Gen Z Di Wilayah Solo Raya.” *Jurnal Studi Inovasi* 4(1):36–44. doi: 10.52000/jsi.v4i1.149.
- Nabila, Nabila, and Puspita Puspita. 2024. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Dan Pengetahuan Produk Terhadap Pembiayaan Murabahah Cicilan Emas (Studi Pada Bank Xyz).” *Journal of Accounting, Management and Islamic Economics* 2(1):369–78. doi: 10.35384/jamie.v2i1.531.
- Nur, Mutmaiinnah Ainul. 2023. “The Affect Of Word Of Mouth, Service Quality, And Location On Decision To Be A Customer At BMT Babussalam Mojoagung Jombang.” *Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonom* VII(2010):596.
- Pakpahan, Nurul Hikmah, Anriza Witi Nasution, and Rumnasari K. Siregar. 2023. “Lifestyle Nasabah Investasi Cicil Emas Bank Syariah.” 1126–33.
- Palameta, Boris, Cam Nguyen, Taylor Shek-wai Hui, and David Gyarmati. 2016. “The Link between Financial Confidence and Financial Outcomes among Working-Aged Canadians for the Financial Consumer Agency of Canada.” *The Social Research and Demonstration Corporation* (May):1–63.
- Pana, Valen, and Lilik Ambarwati. 2023. “Pengaruh Ekspektasi Return Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Berinvestasi Emas Pada Mahasiswa STIE Widya Wiwaha.” *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan* 11(2):176. doi: 10.29103/jak.v11i2.12193.
- Pratama, Novio Dyfa, and Indri Yuliafitri. 2024. “Pengaruh Kemudahan Dan Tingkat Kepercayaan Pada Platform Investasi Online Serta Literasi Keuangan Terhadap Minat Berinvestasi Di Pasar Modal Syariah.” *Jurnal Alwatzikhoebillah: Kajian Islam, Pendidikan, Ekonomi, Humaniora* 10(1):18–28. doi: 10.37567/alwatzikhoebillah.v10i1.2127.
- Pratiwi, Angresty Ira, Eni Indriani, and Nungki Kartikasari. 2023. “Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Dan Perilaku Keuangan Terhadap Minat Investasi Tabungan Emas.” *JLEB: Journal of Law, Education and Business* 1(2):243–56. doi: 10.57235/jleb.v1i2.1123.

- Prihandini, kharisma Hunaning. 2018. "Pengaruh Citra Perusahaan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada Produk Muḍārabah Pada Bmt Nurul Jannah Petrokimia Gresik." *Ekonomi Syariah* 02(01):80–100.
- Puspita Sari, Juli Dwina, and Sayyidah Azzafira Azzafira. 2021. "Analisis Pengaruh Pendapatan Dan Pengetahuan Terhadap Minat Calon Nasabah Berinvestasi Emas Di Pegadaian Syariah." *Jurnal Investasi Islam* 6(2):95–117. doi: 10.32505/jii.v6i2.3552.
- Rachmatulloh, Dhepril Puradi, and Nihayatu Aslamatis Solekah. 2021. "Antecedents of Saving Decision at Sharia Banks: Islamic Financial Literacy, Religiosity and Service Quality (Studies on Millennial Generation)." *Al-Tijary* 6(2):97–111. doi: 10.21093/at.v6i2.2669.
- Rizkulillah, Cahya Amalia, Happy Sista Devy, Versiandika Yudha Pratama, Insitut Agama Islam, and Negeri Pekalongan. 2022. "PROMOSI DALAM MEMPENGAARUHI MINAT MENABUNG ANGGOTA KOPERASI." doi: 10.46306/vls.v2i1.
- Sabda Ar Rahman, Richo Elfrizal, and Waspodo Tjipto Subroto. 2022. "Pengaruh Motivasi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal Pada Mahasiswa." *Jurnal PROFIT: Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi* 9(2):112–22. doi: 10.36706/jp.v9i2.17263.
- Saputra, Rendi Fedias, Suyanto Suyanto, and Ardiansyah Japlani. 2021. "Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Berinvestasi Di Pasar Modal Dengan Perkembangan Teknologi Digital Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Mahasiswa Akuntansi Universitas Muhammadiyah Metro)." *Jurnal Akuntansi AKTIVA* 2(2):196–203.
- Septiana, Laili, and Cicih Ratnasih. 2021. "Pengaruh Kualitas Produk Tabungan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah, Berdampak Pada Loyalitas Nasabah Tabungan Tanda 360 Bank OCBC NISP." *Jurnal Manajemen FE-UB* 9(2):1–18.
- Setiana, Sinta, and Bram Hadiano. 2023. "Financial Leverage, Firm Size, Company Age, and Earning Persistence: Evidence From Indonesia." *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)* 4(4):1220–26. doi: 10.47065/ekuitas.v4i4.3311.
- SHELEMO, ASMAMAW ALEMAYEHU. 2023. *No Title*□□□□. Vol. 13.
- Siregar, Ainun Padilah, Pengaruh Literasi Keuangan, Dan Keamanan, Ainun Padilah Siregar, Anggita Dwi Ananda, Cheryne Vedra Rananda, and Tiara Putri Azzahra. 2023. "Online (Studi Kasus Mahasiswa Tingkat Strata Satu)."

*Student Research Journal* 1(3):393–410.

- Sony, Mohammad, and Zakiyuddin Arif. 2020. “Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Produk Tabungan Emas Pegadaian.” *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)* 8(2):472–81.
- Uswah, Nurul, Nur Fitriyah, and Indria Puspitasari Lenap. 2024. “Pengaruh Reputasi Perusahaan, Fluktuasi Harga Emas, Kualitas Pelayanan Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Nasabah Berinvestasi Melalui Cicil Emas Di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Masbagik.” *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi* 4(2):328–41. doi: 10.29303/risma.v4i1.1114.
- Zaelani, Rahmad Hendi. 2022. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Pembiayaan Cicil Emas Di Bank Syariah Indonesia Kc. Rogojampi.” *Jurnal Keuangan Dan Perbankan Syariah* 1(1):14–24.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- ndiri KCP Dumai Sukajadi. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(2), 1250–1257. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i2.451>
- Faruq, U., & Jennah, N. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Menabung pada Aini, Adinda Putri Nur. 2023. *Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Perusahaan Dan Religiusitas Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Pengguna Digital Banking Sebagai Variabel Intervening*.
- Cleanita Imra’atul Khasanah, and Nur Huri Mustofa. 2022. “Analysis of Customer Perceptions, Trust and Brand Image on Customer Interest and Saving Decisions.” *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam* 4(2):93–111.
- Guspia Ningsih, Guspia Ningsih, Muhammad Dayyan, and Nurjanah Nurjanah. 2019. “Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Berinvestasi Logam Mulia Di Pegadaian Syariah Langsa Barat.” *Ihtiyath : Jurnal Manajemen Keuangan Syariah* 3(1):87–110. doi: 10.32505/ihtiyath.v3i1.1297.
- Hasibuan, Heny Liya, Saparuddin Siregar, and Sugianto Sugianto. 2022. “Pengaruh Citra Perusahaan Dan Promosi Terhadap Minat Menggunakan Hasanah Card Pada BSI KC Medan.” *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)* 3(3):329–34. doi: 10.47065/ekuitas.v3i3.1164.
- Ilham Suryati. 2018. “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT NASABAH UNTUK MENABUNG EMAS PADA PT.

PEGADAIAN SYARIAH CABANG SETIA BUDI MEDAN.” *Nucleic Acids Research* 6(1):1–7.

Irpan Nurhab, Muhamad, and Siti Nurjanah. 2024. “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas, Dan Trust Terhadap Keputusan Anggota Non Muslim BMT Assyafiiyah Berkah Nasional Corresponding Author.” *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa* 09(01):232–46. doi: 10.37366/jespb.v9i01.1335.

Jeany, and Mauli Siagian. 2020. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bpr Artha Prima Perkasa.” *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi (Jmbi Unsrat)* 7(3):330–41.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). "Marketing Management (15th Edition). Pearson Education."

Lusardi, Annamaria, and Olivia Mitchell. 2011. “FINANCIAL LITERACY AROUND THE WORLD - Annamaria Lusardi and Olivia S. Mitchell.” *Nber* 17(4):1–14.

Mauliya, Shafira, and Nurul Hasanah. 2022. “Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, Dan Return Terhadap Minat Masyarakat Berinvestasi Pada Fintech Lending Syariah.” *Prosiding SNAM PNJ* 1–13.

Mulyadi, Aris Wahyu, and Ari Susanti. 2024. “Pengaruh Pendapatan, Pengetahuan Investasi, Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Investasi Tabungan Emas Di Pegadaian Pada Gen Z Di Wilayah Solo Raya.” *Jurnal Studi Inovasi* 4(1):36–44. doi: 10.52000/jsi.v4i1.149.

Nabila, Nabila, and Puspita Puspita. 2024. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Dan Pengetahuan Produk Terhadap Pembiayaan Murabahah Cicilan Emas (Studi Pada Bank Xyz).” *Journal of Accounting, Management and Islamic Economics* 2(1):369–78. doi: 10.35384/jamie.v2i1.531.

Nur, Mutmaiinnah Ainul. 2023. “The Affect Of Word Of Mouth, Service Quality, And Location On Decision To Be A Customer At BMT Babussalam Mojoagung Jombang.” *Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonom* VII(2010):596.

Pakpahan, Nurul Hikmah, Anriza Witi Nasution, and Rumnasari K. Siregar. 2023. “Lifestyle Nasabah Investasi Cicil Emas Bank Syariah.” 1126–33.

Palameta, Boris, Cam Nguyen, Taylor Shek-wai Hui, and David Gyarmati. 2016. “The Link between Financial Confidence and Financial Outcomes among Working-Aged Canadians for the Financial Consumer Agency of Canada.”

*The Social Research and Demonstration Corporation* (May):1–63.

- Pana, Valen, and Lilik Ambarwati. 2023. “Pengaruh Ekspektasi Return Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Berinvestasi Emas Pada Mahasiswa STIE Widya Wiwaha.” *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan* 11(2):176. doi: 10.29103/jak.v11i2.12193.
- Pratama, Novio Dyfa, and Indri Yuliafitri. 2024. “Pengaruh Kemudahan Dan Tingkat Kepercayaan Pada Platform Investasi Online Serta Literasi Keuangan Terhadap Minat Berinvestasi Di Pasar Modal Syariah.” *Jurnal Alwatzikhoebillah: Kajian Islam, Pendidikan, Ekonomi, Humaniora* 10(1):18–28. doi: 10.37567/alwatzikhoebillah.v10i1.2127.
- Pratiwi, Angresty Ira, Eni Indriani, and Nungki Kartikasari. 2023. “Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Dan Perilaku Keuangan Terhadap Minat Investasi Tabungan Emas.” *JLEB: Journal of Law, Education and Business* 1(2):243–56. doi: 10.57235/jleb.v1i2.1123.
- Prihandini, kharisma Hunaning. 2018. “Pengaruh Citra Perusahaan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Pada Produk Muḍārabah Pada Bmt Nurul Jannah Petrokimia Gresik.” *Ekonomi Syariah* 02(01):80–100.
- Puspita Sari, Juli Dwina, and Sayyidah Azzafira Azzafira. 2021. “Analisis Pengaruh Pendapatan Dan Pengetahuan Terhadap Minat Calon Nasabah Berinvestasi Emas Di Pegadaian Syariah.” *Jurnal Investasi Islam* 6(2):95–117. doi: 10.32505/jii.v6i2.3552.
- Rachmatulloh, Dhepril Puradi, and Nihayatu Aslamatis Solekah. 2021. “Antecedents of Saving Decision at Sharia Banks: Islamic Financial Literacy, Religiosity and Service Quality (Studies on Millennial Generation).” *Al-Tijary* 6(2):97–111. doi: 10.21093/at.v6i2.2669.
- Rizkulillah, Cahya Amalia, Happy Sista Devy, Versiandika Yudha Pratama, Insititut Agama Islam, and Negeri Pekalongan. 2022. “PROMOSI DALAM MEMPENGAARUHI MINAT MENABUNG ANGGOTA KOPERASI.” doi: 10.46306/vls.v2i1.
- Sabda Ar Rahman, Richo Elfrizal, and Waspodo Tjipto Subroto. 2022. “Pengaruh Motivasi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal Pada Mahasiswa.” *Jurnal PROFIT: Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi* 9(2):112–22. doi: 10.36706/jp.v9i2.17263.
- Saputra, Rendi Fedias, Suyanto Suyanto, and Ardiansyah Japlani. 2021. “Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Berinvestasi Di Pasar Modal Dengan Perkembangan Teknologi Digital Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris

- Mahasiswa Akuntansi Universitas Muhammadiyah Metro).” *Jurnal Akuntansi AKTIVA* 2(2):196–203.
- Septiana, Laili, and Cicih Ratnasih. 2021. “Pengaruh Kualitas Produk Tabungan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah, Berdampak Pada Loyalitas Nasabah Tabungan Tanda 360 Bank OCBC NISP.” *Jurnal Manajemen FE-UB* 9(2):1–18.
- Setiana, Sinta, and Bram Hadianito. 2023. “Financial Leverage, Firm Size, Company Age, and Earning Persistence: Evidence From Indonesia.” *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)* 4(4):1220–26. doi: 10.47065/ekuitas.v4i4.3311.
- SHELEMO, ASMAMAW ALEMAYEHU. 2023. *No Title* □□□□. Vol. 13.
- Siregar, Ainun Padilah, Pengaruh Literasi Keuangan, Dan Keamanan, Ainun Padilah Siregar, Anggita Dwi Ananda, Cheryne Vedra Rananda, and Tiara Putri Azzahra. 2023. “Online (Studi Kasus Mahasiswa Tingkat Strata Satu).” *Student Research Journal* 1(3):393–410.
- Sony, Mohammad, and Zakiyuddin Arif. 2020. “Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Produk Tabungan Emas Pegadaian.” *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)* 8(2):472–81.
- Uswah, Nurul, Nur Fitriyah, and Indria Puspitasari Lenap. 2024. “Pengaruh Reputasi Perusahaan, Fluktuasi Harga Emas, Kualitas Pelayanan Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Nasabah Berinvestasi Melalui Cicil Emas Di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Masbagik.” *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi* 4(2):328–41. doi: 10.29303/risma.v4i1.1114.
- Zaelani, Rahmad Hendi. 2022. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Pembiayaan Cicil Emas Di Bank Syariah Indonesia Kc. Rogojampi.” *Jurnal Keuangan Dan Perbankan Syariah* 1(1):14–24.
- Rizkulillah, C. A., Devy, H. S., Yudha Pratama, V., Islam, I. A., & Pekalongan, N. (n.d.). *PROMOSI DALAM MEMPENGAARUHI MINAT MENABUNG ANGGOTA KOPERASI*. <https://doi.org/10.46306/vls.v2i1>
- Studi, P., & Syariah, P. (n.d.). *TERHADAP PREFERENSI PADA LEMBAGA KEUANGAN MIKRO SYARIAH (Studi Pada Anggota Koperasi Al Amin Berkah Sejahtera Lampung Tengah) Skripsi Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam*.

- William, R. (n.d.). *CITRA PERUSAHAAN, KUALITAS PELAYANAN DAN REKOMENDASI WORD OF MOUTH BERPENGARUH TERHADAP MINAT MENABUNG DI CREDIT UNION KHATULISTIWA BAKTI PONTIANAK*.
- Maziriri, E.T., Mapuranga, M., & Madinga, N.W. (2019). Navigating selected perceived risk elements on investor trust and intention to invest in online trading platforms. *Journal of Economic and Financial Sciences*.
- Wang, Y., & Tsai, C. (2014). *The Relationship between Brand Image and Purchase Intention: Evidence from Award Winning Mutual Funds*. *MKTG: Branding & Brand Management* (Topic). 8 (2) 27-40.

## LAMPIRAN – LAMPIRAN

### Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

*Assalamualikum Wr. Wb*

Yth.

Bapak/Ibu/Saudara/i /Teman-teman Responden

Perkenalkan, saya Fairuz Fadhillah, mahasiswa S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Saat ini, saya sedang melakukan penelitian untuk tugas akhir atau skripsi dengan judul **“Pengaruh Literasi Keuangan, Trust, Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan Terhadap Minat Berinvestasi Cicil Emas di BSI Kota Malang.”**

Penelitian ini membutuhkan partisipasi Bapak/Ibu/Teman-teman sebagai responden. Syarat responden adalah:

1. Berusia lebih dari 17 tahun.
2. Berdomisili di Kota Malang.
3. Berminat atau sudah pernah berinvestasi cicil emas di BSI.

Dalam pengisian kuesioner, berikut petunjuk yang dapat responden gunakan untuk mengisi kuesioner penelitian ini. Pilihlah salah satu jawaban yang menurut Anda paling tepat pada salah satu alternatif jawaban yang tersedia, yaitu :

**1 = Sangat Tidak Setuju (STS)**

**2 = Tidak Setuju (TS)**

**3 = Netral (N)**

**4 = Setuju (S)**

**5 = Sangat Setuju (SS)**

Mohon kesediaan untuk menjawab kuesioner dengan jujur dan sesuai pengalaman responden untuk memastikan hasil data yang maksimal dan data yang dikumpulkan hanya digunakan untuk keperluan penelitian serta dijamin kerahasiannya. Partisipasi responden sangat berarti bagi keberhasilan penelitian ini. Terima kasih atas waktu dan bantuan yang diberikan.

*Wassalamualaikum Wr. Wb.*



Hormat saya,

Fairuz Fadhilah

**a. Identitas Responden**

1. Nama
2. Email
3. Jenis Kelamin
  - Laki-laki
  - Perempuan
4. Usia
  - 17-23 tahun
  - 24-30 tahun
  - 31-35 tahun
  - 36-40 tahun
  - >40 tahun
5. Domisili
6. Pekerjaan
  - PNS
  - Pegawai Swasta
  - Wiraswasta/pengusaha
  - Mahasiswa
  - Lainnya
7. Pendapatan
  - < Rp. 1.500.000
  - Rp1.500.000 – Rp3.000.000
  - Rp. 3000.000 – Rp. 5.000.000
  - Rp. 5.000.000 – Rp. 10.000.000
  - > Rp. 10.000.000

**b. Petunjuk Pengisian Pernyataan**

Terdapat alternatif jawaban sebagai berikut:

1= Sangat Tidak Setuju (STS)

2= Tidak Setuju (TS)

3= Netral (N)

4= Setuju (S)

5= Sangat Setuju (SS)

**1. Literasi Keuangan (X1)**

| No | Pernyataan                                                                                         | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
|----|----------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|
| 1. | Saya memahami tentang dasar-dasar keuangan syariah                                                 |   |   |   |   |   |
| 2. | Saya mengetahui produk dan layanan keuangan syariah.                                               |   |   |   |   |   |
| 3. | Saya mampu mengelolah keuangan dengan baik dan benar sesuai dengan prinsip syariah.                |   |   |   |   |   |
| 4. | Saya percaya diri dalam membuat keputusan keuangan dalam jangka panjang berdasarkan syariat islam. |   |   |   |   |   |
| 5. | Saya memahami risiko dn manfaat investasi berdasarkan prinsip syariah.                             |   |   |   |   |   |

**2. Trust (X2)**

| No | Pernyataan                                                                    | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
|----|-------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|
| 1. | Saya yakin BSI memiliki niat tulus dalam melayani pelanggan/nasabah.          |   |   |   |   |   |
| 2. | Saya yakin BSI mampu memnuhi kebutuhan dan harapan nasabah/pelanggan.         |   |   |   |   |   |
| 3. | Saya percaya bahwa BSI menjalankan transaksi sesuai dengan prinsip syariah.   |   |   |   |   |   |
| 4. | Saya merasa aman bergantung pada layanan dan produk yang ditawarkan oleh BSI. |   |   |   |   |   |
| 5. | Saya yakin BSI menjaga kepercayaan pelanggan dengan transparansi.             |   |   |   |   |   |

**3. Kualitas Layanan (X3)**

| No | Pernyataan                                                 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
|----|------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|
| 1. | Fasilitas yang disediakan BSI terlihat modern dan memadai. |   |   |   |   |   |

|    |                                                                                               |  |  |  |  |  |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|--|
| 2. | BSI dapat diandalkan dalam menyelesaikan masalah atau kendala.                                |  |  |  |  |  |
| 3. | Staff BSI tanggap dalam melakukan upaya pelayanan sesuai dengan ekspektasi nasabah/pelanggan. |  |  |  |  |  |
| 4. | Saya merasa aman dengan jaminan yang diberikan BSI saat bertransaksi.                         |  |  |  |  |  |
| 5. | BSI memberikan perhatian dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan pribadi saya.               |  |  |  |  |  |

#### 4. Citra Perusahaan (X4)

| No | Pernyataan                                                        | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
|----|-------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|
| 1. | BSI memiliki reputasi yang baik di Masyarakat.                    |   |   |   |   |   |
| 2. | Menurut saya BSI bertanggung jawab terhadap kebutuhan Masyarakat. |   |   |   |   |   |
| 3. | BSI memiliki kinerja yang baik dan dapat diandalkan.              |   |   |   |   |   |
| 4. | Menurut saya BSI berfokus pada kesejahteraan nasabah/pelanggan.   |   |   |   |   |   |
| 5. | Desain logo BSI mudah diingat oleh Masyarakat.                    |   |   |   |   |   |

#### 5. Minat Berinvestasi (Y)

| No | Pernyataan                                                                                 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|
| 1. | Saya mempunyai keinginan untuk mencari tahu mengenai investasi cicil emas di BSI.          |   |   |   |   |   |
| 2. | Saya mempunyai keinginan untuk mempelajari lebih jauh tentang investasi cicil emas di BSI. |   |   |   |   |   |
| 3. | Saya ingin mencoba untuk berinvestasi cicil emas di BSI.                                   |   |   |   |   |   |

**Lampiran 2. Tabulasi Data Penelitian**

| <b>Literasi Keuangan (X1)</b> |             |             |             |             |
|-------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| <b>X1.1</b>                   | <b>X1.2</b> | <b>X1.3</b> | <b>X1.4</b> | <b>X1.5</b> |
| 4                             | 4           | 5           | 4           | 4           |
| 5                             | 5           | 5           | 5           | 5           |
| 4                             | 5           | 3           | 4           | 4           |
| 3                             | 4           | 4           | 4           | 5           |
| 4                             | 4           | 5           | 3           | 4           |
| 5                             | 5           | 5           | 4           | 5           |
| 4                             | 4           | 4           | 4           | 5           |
| 4                             | 5           | 4           | 4           | 3           |
| 4                             | 4           | 5           | 3           | 5           |
| 4                             | 4           | 5           | 4           | 4           |
| 3                             | 4           | 5           | 4           | 5           |
| 4                             | 4           | 4           | 3           | 5           |
| 3                             | 4           | 5           | 4           | 3           |
| 4                             | 4           | 4           | 4           | 4           |
| 3                             | 5           | 5           | 4           | 4           |
| 4                             | 5           | 5           | 5           | 5           |
| 3                             | 3           | 4           | 5           | 4           |
| 3                             | 3           | 5           | 5           | 5           |
| 3                             | 5           | 5           | 4           | 3           |
| 3                             | 4           | 5           | 3           | 5           |
| 3                             | 4           | 4           | 4           | 3           |
| 2                             | 3           | 5           | 5           | 5           |
| 3                             | 5           | 4           | 5           | 4           |
| 4                             | 4           | 4           | 4           | 4           |
| 3                             | 5           | 5           | 5           | 5           |
| 4                             | 4           | 5           | 4           | 5           |
| 5                             | 5           | 5           | 4           | 5           |
| 4                             | 4           | 5           | 4           | 4           |
| 4                             | 4           | 4           | 4           | 4           |
| 2                             | 5           | 4           | 5           | 5           |
| 3                             | 4           | 4           | 4           | 5           |
| 4                             | 4           | 4           | 4           | 4           |
| 4                             | 4           | 5           | 3           | 5           |
| 3                             | 4           | 5           | 3           | 5           |
| 3                             | 5           | 4           | 4           | 4           |
| 4                             | 5           | 3           | 4           | 5           |

|   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|
| 3 | 3 | 4 | 4 | 5 |
| 4 | 5 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 3 | 5 | 4 | 3 | 4 |
| 3 | 2 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 4 | 5 | 5 | 4 |
| 4 | 3 | 4 | 5 | 5 |
| 2 | 4 | 4 | 5 | 3 |
| 3 | 3 | 5 | 4 | 4 |
| 3 | 5 | 4 | 5 | 3 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 2 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 3 |
| 4 | 5 | 4 | 5 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 3 | 3 | 4 | 5 | 3 |
| 2 | 4 | 5 | 5 | 4 |
| 3 | 2 | 4 | 4 | 3 |
| 3 | 3 | 5 | 4 | 3 |
| 3 | 3 | 3 | 5 | 4 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 5 | 4 | 4 | 5 |
| 3 | 5 | 4 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 5 |
| 3 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 3 | 3 | 5 | 4 | 4 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 4 | 4 | 3 | 5 | 4 |
| 3 | 4 | 5 | 4 | 3 |
| 4 | 3 | 5 | 5 | 3 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 3 | 3 | 5 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 5 | 3 | 5 | 3 |
| 3 | 3 | 4 | 4 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |

|   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|
| 4 | 4 | 5 | 4 | 5 |
| 4 | 4 | 5 | 4 | 5 |
| 5 | 4 | 5 | 5 | 4 |
| 4 | 5 | 3 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 2 | 5 |
| 4 | 5 | 4 | 2 | 3 |
| 4 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 4 | 3 | 4 | 5 | 4 |
| 4 | 5 | 4 | 4 | 5 |
| 4 | 5 | 4 | 5 | 3 |
| 4 | 5 | 4 | 5 | 3 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 5 |
| 4 | 4 | 5 | 4 | 5 |
| 4 | 5 | 4 | 5 | 5 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 3 |
| 4 | 4 | 5 | 4 | 5 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 5 |
| 4 | 5 | 4 | 5 | 4 |
| 5 | 3 | 4 | 4 | 5 |
| 2 | 5 | 4 | 2 | 4 |
| 4 | 5 | 4 | 4 | 3 |
| 4 | 5 | 4 | 4 | 4 |

| <i>Trust (X2)</i> |      |      |      |      |
|-------------------|------|------|------|------|
| X2.1              | X2.2 | X2.3 | X2.4 | X2.5 |
| 4                 | 4    | 4    | 5    | 4    |
| 5                 | 5    | 4    | 5    | 3    |
| 5                 | 4    | 5    | 4    | 5    |
| 5                 | 4    | 5    | 5    | 4    |
| 4                 | 4    | 5    | 4    | 3    |
| 5                 | 5    | 5    | 5    | 5    |
| 4                 | 4    | 4    | 4    | 4    |
| 4                 | 5    | 3    | 2    | 4    |
| 3                 | 4    | 5    | 4    | 4    |
| 4                 | 4    | 4    | 5    | 4    |

|   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|
| 3 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 3 | 4 | 3 | 5 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 5 | 3 | 5 | 4 |
| 3 | 5 | 3 | 4 | 4 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 2 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 3 | 5 | 4 | 3 | 3 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 4 | 3 | 5 | 5 |
| 4 | 5 | 4 | 3 | 3 |
| 3 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 3 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 3 | 5 | 4 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 5 |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 4 | 4 | 5 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 3 | 5 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 5 | 4 | 5 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |

|   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|
| 5 | 5 | 4 | 5 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 4 | 5 | 4 | 5 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 3 | 3 | 4 | 4 | 2 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 3 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 5 | 4 | 5 | 5 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 3 | 2 | 4 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 3 | 4 | 3 | 5 | 4 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 5 | 4 | 5 | 4 |
| 3 | 4 | 5 | 2 | 4 |
| 4 | 3 | 4 | 5 | 5 |
| 3 | 4 | 5 | 4 | 3 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 3 |
| 4 | 4 | 5 | 3 | 4 |
| 3 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 4 | 5 | 4 | 4 | 3 |
| 3 | 5 | 4 | 5 | 1 |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 4 |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 5 |



|   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|
| 3 | 3 | 3 | 5 | 4 |
| 5 | 4 | 3 | 4 | 5 |
| 3 | 3 | 4 | 5 | 4 |
| 2 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 4 | 5 | 5 | 1 | 3 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 4 | 3 | 4 | 5 | 4 |
| 4 | 4 | 5 | 2 | 4 |
| 4 | 5 | 4 | 5 | 4 |
| 4 | 5 | 4 | 5 | 4 |
| 5 | 4 | 5 | 3 | 4 |
| 4 | 5 | 4 | 2 | 4 |

| Kualitas Layanan (X3) |      |      |      |      |
|-----------------------|------|------|------|------|
| X3.1                  | X3.2 | X3.3 | X3.4 | X3.5 |
| 3                     | 3    | 4    | 4    | 5    |
| 5                     | 5    | 5    | 5    | 5    |
| 5                     | 5    | 5    | 5    | 5    |
| 4                     | 4    | 4    | 5    | 4    |
| 3                     | 4    | 4    | 4    | 4    |
| 5                     | 5    | 5    | 5    | 5    |
| 5                     | 3    | 4    | 4    | 4    |
| 2                     | 3    | 2    | 1    | 2    |
| 4                     | 3    | 4    | 4    | 5    |
| 4                     | 4    | 4    | 4    | 4    |
| 3                     | 4    | 5    | 5    | 4    |
| 5                     | 5    | 5    | 5    | 5    |
| 3                     | 4    | 4    | 5    | 3    |
| 5                     | 4    | 4    | 4    | 4    |
| 5                     | 4    | 4    | 4    | 4    |
| 4                     | 5    | 5    | 5    | 5    |
| 5                     | 5    | 4    | 4    | 4    |
| 5                     | 5    | 5    | 5    | 5    |
| 2                     | 3    | 3    | 4    | 5    |
| 3                     | 4    | 4    | 5    | 5    |

|   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|
| 5 | 3 | 3 | 4 | 3 |
| 4 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 3 | 3 | 5 | 4 | 4 |
| 5 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 3 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 3 | 4 | 5 | 4 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 3 | 5 | 4 | 3 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 5 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 3 |
| 4 | 5 | 4 | 3 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 5 |
| 4 | 5 | 4 | 5 | 3 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 3 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 3 | 5 | 4 | 3 | 3 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |

|   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|
| 5 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 4 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 3 | 3 | 4 | 5 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 3 | 3 | 4 | 4 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 3 | 3 | 3 |
| 4 | 3 | 5 | 5 | 4 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 4 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 4 |
| 2 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 3 | 4 | 4 | 5 | 3 |
| 4 | 4 | 5 | 2 | 5 |
| 5 | 5 | 3 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 3 | 4 | 4 |
| 2 | 5 | 3 | 4 | 4 |
| 2 | 4 | 5 | 5 | 5 |
| 2 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 3 | 5 | 5 | 3 | 4 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 3 |
| 4 | 5 | 4 | 3 | 5 |
| 2 | 4 | 5 | 3 | 5 |
| 2 | 4 | 5 | 3 | 5 |
| 2 | 3 | 4 | 4 | 5 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 5 |
| 4 | 3 | 5 | 4 | 3 |
| 3 | 4 | 5 | 4 | 3 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 3 |
| 2 | 4 | 5 | 5 | 3 |
| 3 | 4 | 4 | 5 | 5 |

|   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|
| 3 | 4 | 5 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 5 | 4 | 4 |

| Citra Perusahaan (X4) |      |      |      |      |
|-----------------------|------|------|------|------|
| X4.1                  | X4.2 | X4.3 | X4.4 | X4.5 |
| 5                     | 4    | 4    | 4    | 5    |
| 5                     | 5    | 5    | 5    | 5    |
| 5                     | 5    | 5    | 5    | 5    |
| 4                     | 4    | 3    | 3    | 4    |
| 4                     | 3    | 4    | 4    | 4    |
| 4                     | 5    | 4    | 5    | 5    |
| 3                     | 4    | 4    | 4    | 3    |
| 2                     | 3    | 5    | 5    | 4    |
| 4                     | 5    | 5    | 4    | 5    |
| 5                     | 4    | 4    | 4    | 5    |
| 4                     | 4    | 3    | 4    | 3    |
| 5                     | 5    | 5    | 5    | 5    |
| 3                     | 4    | 4    | 3    | 5    |
| 5                     | 4    | 4    | 4    | 5    |
| 5                     | 4    | 4    | 4    | 4    |
| 4                     | 5    | 5    | 5    | 5    |
| 4                     | 4    | 4    | 4    | 5    |
| 5                     | 5    | 5    | 5    | 5    |
| 3                     | 4    | 3    | 4    | 5    |
| 3                     | 3    | 3    | 3    | 3    |
| 4                     | 3    | 4    | 3    | 4    |
| 4                     | 4    | 5    | 4    | 5    |
| 3                     | 4    | 4    | 4    | 4    |
| 3                     | 4    | 4    | 3    | 4    |
| 4                     | 4    | 4    | 5    | 5    |
| 4                     | 3    | 3    | 4    | 5    |
| 5                     | 4    | 5    | 5    | 4    |
| 4                     | 4    | 4    | 4    | 4    |
| 5                     | 5    | 5    | 5    | 5    |
| 4                     | 4    | 4    | 4    | 4    |
| 5                     | 5    | 4    | 4    | 5    |
| 5                     | 5    | 5    | 5    | 5    |
| 3                     | 4    | 4    | 5    | 5    |

|   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|
| 3 | 5 | 5 | 4 | 3 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 3 | 5 | 4 | 4 | 5 |
| 3 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 5 |
| 3 | 4 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 3 | 5 | 5 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 3 | 4 | 3 | 2 | 3 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 5 | 4 | 5 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 3 | 3 | 2 | 2 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 3 | 4 | 5 |

|   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|
| 3 | 4 | 5 | 5 | 4 |
| 5 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 5 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 2 | 4 | 3 | 4 | 5 |
| 2 | 2 | 1 | 2 | 3 |
| 3 | 3 | 5 | 4 | 4 |
| 2 | 4 | 5 | 5 | 3 |
| 3 | 5 | 5 | 4 | 3 |
| 2 | 4 | 5 | 3 | 4 |
| 2 | 4 | 3 | 5 | 4 |
| 4 | 3 | 3 | 5 | 5 |
| 3 | 4 | 2 | 3 | 4 |
| 3 | 3 | 5 | 4 | 3 |
| 4 | 4 | 5 | 3 | 4 |
| 3 | 2 | 1 | 5 | 5 |
| 3 | 2 | 2 | 3 | 3 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 3 | 5 | 4 | 5 | 4 |
| 4 | 5 | 4 | 5 | 4 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 5 | 4 | 5 |
| 4 | 5 | 4 | 5 | 2 |
| 2 | 3 | 2 | 5 | 5 |
| 5 | 4 | 5 | 3 | 4 |
| 4 | 5 | 4 | 5 | 4 |

| Minat Menabung (Y) |    |    |
|--------------------|----|----|
| Y1                 | Y2 | Y3 |
| 4                  | 4  | 5  |
| 5                  | 5  | 4  |
| 3                  | 4  | 5  |
| 4                  | 4  | 5  |
| 4                  | 4  | 4  |
| 5                  | 5  | 5  |
| 3                  | 3  | 3  |

|   |   |   |
|---|---|---|
| 5 | 3 | 3 |
| 5 | 4 | 5 |
| 4 | 3 | 4 |
| 3 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 4 |
| 4 | 5 | 3 |
| 4 | 3 | 4 |
| 3 | 3 | 3 |
| 5 | 4 | 5 |
| 4 | 4 | 5 |
| 3 | 3 | 3 |
| 2 | 5 | 5 |
| 3 | 3 | 3 |
| 4 | 3 | 3 |
| 5 | 5 | 5 |
| 3 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 3 |
| 3 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 4 |
| 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 |
| 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 |
| 5 | 3 | 5 |
| 4 | 5 | 3 |
| 3 | 3 | 3 |
| 3 | 3 | 3 |
| 3 | 3 | 3 |
| 3 | 3 | 3 |
| 5 | 3 | 5 |
| 3 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 4 |
| 3 | 3 | 3 |
| 5 | 4 | 4 |
| 3 | 4 | 3 |
| 4 | 4 | 3 |
| 5 | 4 | 3 |
| 3 | 3 | 4 |

|   |   |   |
|---|---|---|
| 3 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 5 |
| 3 | 3 | 5 |
| 4 | 4 | 5 |
| 4 | 4 | 3 |
| 4 | 3 | 4 |
| 4 | 3 | 3 |
| 3 | 3 | 4 |
| 5 | 3 | 5 |
| 3 | 4 | 3 |
| 4 | 4 | 4 |
| 3 | 5 | 3 |
| 5 | 5 | 5 |
| 5 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 5 |
| 3 | 5 | 4 |
| 4 | 4 | 4 |
| 3 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 4 |
| 3 | 3 | 5 |
| 3 | 5 | 5 |
| 4 | 4 | 4 |
| 5 | 4 | 3 |
| 5 | 5 | 3 |
| 4 | 5 | 5 |
| 5 | 5 | 4 |
| 2 | 5 | 5 |
| 3 | 4 | 4 |
| 3 | 5 | 3 |
| 5 | 4 | 5 |
| 5 | 5 | 5 |
| 5 | 4 | 5 |
| 3 | 5 | 3 |
| 4 | 3 | 5 |
| 3 | 3 | 5 |
| 3 | 4 | 5 |
| 3 | 5 | 4 |
| 3 | 5 | 5 |
| 3 | 4 | 4 |



|   |   |   |
|---|---|---|
| 3 | 3 | 5 |
| 4 | 3 | 5 |
| 5 | 4 | 4 |
| 4 | 5 | 5 |
| 3 | 4 | 4 |
| 3 | 5 | 3 |
| 3 | 3 | 5 |
| 4 | 3 | 4 |
| 3 | 4 | 5 |
| 3 | 5 | 3 |
| 3 | 3 | 4 |
| 5 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 4 |
| 5 | 3 | 3 |
| 4 | 5 | 4 |

### Lampiran 3. Output Olah Data

#### Jenis Kelamin

|       |           | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Laki-laki | 22        | 22.0    | 22.0          | 22.0               |
|       | Perempuan | 78        | 78.0    | 78.0          | 100.0              |
|       | Total     | 100       | 100.0   | 100.0         |                    |

#### Usia

|       |               | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 17 - 23 tahun | 69        | 69.0    | 69.0          | 69.0               |
|       | 24 - 30 tahun | 16        | 16.0    | 16.0          | 85.0               |
|       | 31 - 35 tahun | 10        | 10.0    | 10.0          | 95.0               |
|       | 36 - 40 tahun | 1         | 1.0     | 1.0           | 96.0               |
|       | > 40 tahun    | 4         | 4.0     | 4.0           | 100.0              |
|       | Total         | 100       | 100.0   | 100.0         |                    |

#### Pekerjaan

|       |     | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | PNS | 3         | 3.0     | 3.0           | 3.0                |

|                      |     |       |       |       |
|----------------------|-----|-------|-------|-------|
| Pegawai Swasta       | 14  | 14.0  | 14.0  | 17.0  |
| Wiraswasta/Pengusaha | 15  | 15.0  | 15.0  | 32.0  |
| Mahasiswa            | 58  | 58.0  | 58.0  | 90.0  |
| Lainnya              | 10  | 10.0  | 10.0  | 100.0 |
| Total                | 100 | 100.0 | 100.0 |       |

### Pendapatan

|       |                            | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|----------------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | < Rp1.500.000              | 37        | 37.0    | 37.0          | 37.0               |
|       | Rp1.500.000 - Rp3.000.000  | 29        | 29.0    | 29.0          | 66.0               |
|       | Rp3.000.000 - Rp5.000.000  | 20        | 20.0    | 20.0          | 86.0               |
|       | Rp5.000.000 - Rp10.000.000 | 12        | 12.0    | 12.0          | 98.0               |
|       | > Rp10.000.000             | 2         | 2.0     | 2.0           | 100.0              |
|       | Total                      | 100       | 100.0   | 100.0         |                    |

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

#### Unstandardized Residual

|                                  |                |                   |
|----------------------------------|----------------|-------------------|
| N                                |                | 100               |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup> | Mean           | .0000000          |
|                                  | Std. Deviation | 1.42883823        |
|                                  |                |                   |
| Most Extreme Differences         | Absolute       | .088              |
|                                  | Positive       | .065              |
|                                  | Negative       | -.088             |
| Test Statistic                   |                | .088              |
| Asymp. Sig. (2-tailed)           |                | .054 <sup>c</sup> |

| Variabel          | Tolerance | VIF   | Keterangan                      |
|-------------------|-----------|-------|---------------------------------|
| Literasi Keuangan | 0,868     | 1,152 | Tidak terjadi multikolinearitas |
| <i>Trust</i>      | 0,535     | 1,869 | Tidak terjadi multikolinearitas |
| Kualitas Layanan  | 0,524     | 1,908 | Tidak terjadi multikolinearitas |
| Citra Perusahaan  | 0,572     | 1,748 | Tidak terjadi multikolinearitas |

|       |            | <b>Coefficients<sup>a</sup></b> |            |                           |       |      |
|-------|------------|---------------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
|       |            | Unstandardized Coefficients     |            | Standardized Coefficients |       |      |
| Model |            | B                               | Std. Error | Beta                      | t     | Sig. |
| 1     | (Constant) | .273                            | 1.069      |                           | .255  | .799 |
|       | X1         | -.004                           | .046       | -.008                     | -.077 | .939 |
|       | X2         | .013                            | .051       | .035                      | .250  | .803 |
|       | X3         | .036                            | .047       | .108                      | .765  | .446 |
|       | X4         | -.005                           | .038       | -.017                     | -.126 | .900 |

a. Dependent Variable: ABS\_RES

|       |                   | <b>Coefficients<sup>a</sup></b> |            |                           |       |      |
|-------|-------------------|---------------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
|       |                   | Unstandardized Coefficients     |            | Standardized Coefficients |       |      |
| Model |                   | B                               | Std. Error | Beta                      | t     | Sig. |
| T     | (Constant)        | -.322                           | .662       |                           | -.486 | .628 |
|       | Literasi Keuangan | .398                            | .141       | .258                      | 2.827 | .006 |
|       | Trust             | .248                            | .156       | .185                      | 1.588 | .116 |
|       | Kualitas Layanan  | .318                            | .147       | .257                      | 2.172 | .032 |
|       | Citra Perusahaan  | .051                            | .119       | .049                      | .432  | .667 |

a. Dependent Variable: Minat Berinvestasi

| <b>Model Summary</b> |                   |          |                   |                            |
|----------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model                | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1                    | .571 <sup>a</sup> | .326     | .297              | 1.45861                    |

a. Predictors: (Constant), X1, X2, X3, X4

## Lampiran 5 Jurnal Bimbingan



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**  
**FAKULTAS EKONOMI**  
Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

### JURNAL BIMBINGAN SKRIPSI

#### IDENTITAS MAHASISWA:

NIM 210503110034  
Nama : Fairuz Fadhilah  
Fakultas : Ekonomi  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Dosen Pembimbing : Dr. Nihayatu Aslamatis Solekah, SE., M.M  
Judul Skripsi : Pengaruh Literasi Keuangan, Trust, Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan Terhadap Minat Berinvestasi Cicil Emas di Bank Syariah Kota Malang (BSI) Kota Malang

#### JURNAL BIMBINGAN :

| No | Tanggal           | Deskripsi                                                                                                                | Tahun Akademik   | Status          |
|----|-------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|-----------------|
| 1  | 30 September 2024 | Konsultasi mengenai judul                                                                                                | Ganjil 2024/2025 | Sudah Dikoreksi |
| 2  | 17 Oktober 2024   | Merevisi judul dan BAB 1                                                                                                 | Ganjil 2024/2025 | Sudah Dikoreksi |
| 3  | 26 Oktober 2024   | Mulai membuat BAB 2 dan BAB 3 dan penambahan kajian literatur dan juga jurnal                                            | Ganjil 2024/2025 | Sudah Dikoreksi |
| 4  | 7 November 2024   | Memperbaiki dan merevisi BAB 1 sampai BAB 3, mengurutkan antar paragraf di latar belakang dan menambah kajian literatur. | Ganjil 2024/2025 | Sudah Dikoreksi |

|   |                        |                                                                      |                     |                    |
|---|------------------------|----------------------------------------------------------------------|---------------------|--------------------|
| 5 | 7<br>November<br>2024  | Tambahan jurnal internasional                                        | Ganjil<br>2024/2025 | Sudah<br>Dikoreksi |
| 6 | 8<br>November<br>2024  | ACC Seminar Proposal                                                 | Ganjil<br>2024/2025 | Sudah<br>Dikoreksi |
| 7 | 22<br>November<br>2024 | Bimbingan revisi dengan dosen penguji 1 (Ibu Iffat Mauimunah)        | Ganjil<br>2024/2025 | Sudah<br>Dikoreksi |
| 8 | 22<br>November<br>2024 | Bimbingan revisi bersama dosen Penguji 2 (Bapak Barianto Sudarmawan) | Ganjil<br>2024/2025 | Sudah<br>Dikoreksi |

Malang, 18 April 2025

Dosen Pembimbing



**Dr. Nihayatu Aslamatis Solekah, SE., M.M**

## Lampiran 6 Hasil Turnitin

|                  |                                                                                                                                                                                                                                                                            |               |                |
|------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|----------------|
| <b>12%</b>       | <b>10%</b>                                                                                                                                                                                                                                                                 | <b>5%</b>     | <b>7%</b>      |
| SIMILARITY INDEX | INTERNET SOURCES                                                                                                                                                                                                                                                           | PUBLICATIONS  | STUDENT PAPERS |
| PRIMARY SOURCES  |                                                                                                                                                                                                                                                                            |               |                |
| <b>1</b>         | <b>etheses.uin-malang.ac.id</b><br>Internet Source                                                                                                                                                                                                                         | <b>4%</b>     |                |
| <b>2</b>         | <b>Submitted to IAIN Purwokerto</b><br>Student Paper                                                                                                                                                                                                                       | <b>1%</b>     |                |
| <b>3</b>         | <b>Rivfany Diya Istiqomah, Musnaini Musnaini, Sylvia Kartika Wulan B. "Pengaruh Influencer Marketing dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian pada Gen Z Pengguna TikTok di Kota Jambi", MARAS : Jurnal Penelitian Multidisiplin, 2025</b><br>Publication | <b>1%</b>     |                |
| <b>4</b>         | <b>repository.radenintan.ac.id</b><br>Internet Source                                                                                                                                                                                                                      | <b>1%</b>     |                |
| <b>5</b>         | <b>123dok.com</b><br>Internet Source                                                                                                                                                                                                                                       | <b>&lt;1%</b> |                |
| <b>6</b>         | <b>repository.ar-raniry.ac.id</b><br>Internet Source                                                                                                                                                                                                                       | <b>&lt;1%</b> |                |
| <b>7</b>         | <b>Submitted to IAIN Bengkulu</b><br>Student Paper                                                                                                                                                                                                                         | <b>&lt;1%</b> |                |

|    |                                                                                                                                                                                    |      |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| 8  | <a href="https://dspace.uui.ac.id">dspace.uui.ac.id</a><br>Internet Source                                                                                                         | <1 % |
| 9  | Submitted to Academic Library Consortium<br>Student Paper                                                                                                                          | <1 % |
| 10 | Faradila Meirisa. "Peran Mediasi Struktur Modal Pada Pengaruh Profitabilitas dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Non-Cyclical", Jurnal Perspektif, 2025<br>Publication | <1 % |
| 11 | <a href="https://repository.ub.ac.id">repository.ub.ac.id</a><br>Internet Source                                                                                                   | <1 % |
| 12 | Submitted to Universitas Muhammadiyah Palembang<br>Student Paper                                                                                                                   | <1 % |
| 13 | Submitted to Konsorsium Turnitin Relawan Jurnal Indonesia<br>Student Paper                                                                                                         | <1 % |
| 14 | <a href="https://etd.uinsyahada.ac.id">etd.uinsyahada.ac.id</a><br>Internet Source                                                                                                 | <1 % |
| 15 | Submitted to Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia<br>Student Paper                                                                                                               | <1 % |
| 16 | <a href="https://eprints.iain-surakarta.ac.id">eprints.iain-surakarta.ac.id</a><br>Internet Source                                                                                 | <1 % |
| 17 | <a href="https://vdocuments.mx">vdocuments.mx</a><br>Internet Source                                                                                                               |      |

|    |                                                                              |      |
|----|------------------------------------------------------------------------------|------|
|    |                                                                              | <1 % |
| 18 | Submitted to Universitas Diponegoro<br>Student Paper                         | <1 % |
| 19 | Submitted to University of Wollongong<br>Student Paper                       | <1 % |
| 20 | eprints.radenfatah.ac.id<br>Internet Source                                  | <1 % |
| 21 | etd.umy.ac.id<br>Internet Source                                             | <1 % |
| 22 | Submitted to Binus University International<br>Student Paper                 | <1 % |
| 23 | Submitted to Universitas Islam Negeri Imam<br>Bonjol Padang<br>Student Paper | <1 % |
| 24 | Submitted to Udayana University<br>Student Paper                             | <1 % |
| 25 | Submitted to Universitas Sam Ratulangi<br>Student Paper                      | <1 % |
| 26 | mojs.mtu.ac.id<br>Internet Source                                            | <1 % |
| 27 | Submitted to UIN Raden Intan Lampung<br>Student Paper                        | <1 % |
| 28 | repository.upiypk.ac.id<br>Internet Source                                   |      |



|    |                                                                                                                                                                                             |      |
|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
|    |                                                                                                                                                                                             | <1 % |
| 29 | Submitted to Universitas Muria Kudus<br>Student Paper                                                                                                                                       | <1 % |
| 30 | Ardila Ardila, Titin Eka Sugiatini. "Dampak Baby Spa terhadap Tumbuh Kembang Anak Usia 3-5 Bulan di Momby Spa Labuan Kabupaten Pandeglang", Malahayati Nursing Journal, 2025<br>Publication | <1 % |
| 31 | Submitted to Universitas Jambi<br>Student Paper                                                                                                                                             | <1 % |
| 32 | repository.widyatama.ac.id<br>Internet Source                                                                                                                                               | <1 % |
| 33 | Submitted to Universitas Nasional<br>Student Paper                                                                                                                                          | <1 % |
| 34 | pt.scribd.com<br>Internet Source                                                                                                                                                            | <1 % |
| 35 | Submitted to Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Tengah<br>Student Paper                                                                                                     | <1 % |
| 36 | Mikdon Tobi Selan, Hanie Teki Tjendani. "Analisis kondisi perkerasan lentur pada Jalan Margomulyo Kecamatan Asemrowo Kota Surabaya dengan metode Pevement                                   | <1 % |

## Condition Index (PCI)", Jurnal Teknik Industri Terintegrasi, 2024

Publication

|    |                                                                                                          |      |
|----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| 37 | Submitted to Sultan Agung Islamic University<br>Student Paper                                            | <1 % |
| 38 | eaton.com.cn<br>Internet Source                                                                          | <1 % |
| 39 | Submitted to Fakultas Kedokteran Universitas Pattimura<br>Student Paper                                  | <1 % |
| 40 | ejurnal.seminar-id.com<br>Internet Source                                                                | <1 % |
| 41 | Submitted to Forum Komunikasi Perpustakaan Perguruan Tinggi Kristen Indonesia (FKPPTKI)<br>Student Paper | <1 % |
| 42 | Submitted to International University of Malaya-Wales<br>Student Paper                                   | <1 % |
| 43 | Submitted to UIN Sunan Ampel Surabaya<br>Student Paper                                                   | <1 % |
| 44 | Submitted to Universitas Negeri Surabaya<br>Student Paper                                                | <1 % |
| 45 | Submitted to Universitas Putera Batam<br>Student Paper                                                   | <1 % |

|    |                                                                                                                                                                                                                                                                                           |      |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| 46 | repository.umy.ac.id<br>Internet Source                                                                                                                                                                                                                                                   | <1 % |
| 47 | Submitted to Universitas Negeri Padang<br>Student Paper                                                                                                                                                                                                                                   | <1 % |
| 48 | repo.undiksha.ac.id<br>Internet Source                                                                                                                                                                                                                                                    | <1 % |
| 49 | Ahmad Renaldyotomo. "Alternatif Sengketa terhadap Wanprestasi Arisan Online Berdasarkan Pasal 1338 KUH PERDATA", Karimah Tauhid, 2024<br>Publication                                                                                                                                      | <1 % |
| 50 | Ikanov Dwiputri, Fahmi Iqbal Firmananda, Dewi Yasra. "The Influence Of Entrepreneurial Learning On Interest In Entrepreneurship Students Of The Master's Institute Of Technology And Business", Journal of Economic, Management, Business, Accounting Sustainability, 2024<br>Publication | <1 % |
| 51 | Submitted to LL DIKTI IX Turnitin Consortium Part II<br>Student Paper                                                                                                                                                                                                                     | <1 % |
| 52 | Submitted to Universitas Dian Nuswantoro<br>Student Paper                                                                                                                                                                                                                                 | <1 % |
| 53 | Submitted to Universitas Negeri Jakarta<br>Student Paper                                                                                                                                                                                                                                  | <1 % |



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM**  
**MALANG FAKULTAS EKONOMI**  
Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

**SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Fitriyah, MM  
NIP 197609242008012012  
Jabatan : **UP2M**

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut :

Nama : Fairuz Fadhilah  
NIM 210503110034  
Konsentrasi : Entrepreneur  
**Pengaruh Literasi Keuangan, Trust, Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan**  
Judul Skripsi : **Terhadap Minat Berinvestasi Cicil Emas di Bank Syariah Indonesia (BSI) Kota Malang**

Menerangkan bahwa penulis skripsi mahasiswa tersebut dinyatakan **LOLOS PLAGIARISM** dari **TURNITIN** dengan nilai *Originaly report*:

| SIMILARTY INDEX | INTERNET SOURCES | PUBLICATION | STUDENT PAPER |
|-----------------|------------------|-------------|---------------|
| 12%             | 10%              | 6%          | 7%            |

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan di berikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 23  
April 2025



UP2M

Fitriyah, MM

## Lampiran 8 Biodata Peneliti

### BIODATA PENELITI



Nama Lengkap : Fairuz Fadhillah  
Tempat, tanggal lahir : Probolinggo, 11 Juni 2002  
Alamat Asal : Jalan Raya Dringu Gang Semeru No.10 Kab. Probolinggo  
Alamat Kos : Jalan Sigura-gura Barat III No.2 Kota Malang  
Telepon/HP : 095236336496  
E-mail : dhilaafairuz@gmail.com  
Facebook : Fairuz Fadhillah

#### **Pendidikan Formal**

2008 – 2009 : TK Islam An-Nur Kota Probolinggo  
2009 – 2015 : SDN Wiroborang 1 Kota Probolinggo  
2015 – 2018 : SMPN 5 Kota Probolinggo  
2018 – 2021 : MAN 2 Kota Probolinggo  
2021 – 2025 : UIN Maulana Malik Ibrahim Malang  
Jurusan Perbankan Syariah

#### **Pendidikan Non Formal**

2021 – 2022 : Ma'had Sunan Ampel Al-Aly Malang  
2021 – 2022 : Program Perkuliahan Bahasa Arab UIN Maulana Malik Ibrahim Malang  
2022 – 2023 : *English Language Center (ELC)* UIN Malang