

**PERAN MEDIASI SIKAP DALAM HUBUNGAN NILAI
KONSUMSI DAN NIAT INVESTASI PADA INSTRUMEN
SYARIAH**

SKRIPSI



Oleh
AUREL CINTA NURDIANSAH PUTRI
NIM : 220501110241

**JURUSAN MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) MAULANA MALIK
IBRAHIM MALANG
2025**

**PERAN MEDIASI SIKAP DALAM HUBUNGAN NILAI
KONSUMSI DAN NIAT INVESTASI PADA INSTRUMEN
SYARIAH**

SKRIPSI

Diajukan kepada:

Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang
untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen (SM)



Oleh
AUREL CINTA NURDIANSAH PUTRI
NIM : 220501110241

**JURUSAN MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) MAULANA MALIK
IBRAHIM MALANG
2025**

LEMBAR PERSETUJUAN

**PERAN MEDIASI SIKAP DALAM HUBUNGANNILAI
KONSUMSI DAN NIAT INVESTASI PADA INSTRUMEN
SYARIAH**

SKRIPSI

Oleh

Aurel Cinta Nurdiansah Putri

NIM : 220501110241

Telah Disetujui Pada Tanggal 17 Desember 2025

Dosen Pembimbing,



Fitriyah, MM

NIP. 197609242008012012

LEMBAR PENGESAHAN

Mediation Of Attitude In Consumption Values and Sharia Investment Intentions

SKRIPSI

Oleh

Aurel Cinta Nurdiansah Putri

NIM : 220501110241

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Pengaji
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M.)
Pada 24 Desember 2025

Susunan Dewan Pengaji:

Tanda Tangan

- 1 Ketua Pengaji
Puji Endah Purnamasari, M.M
NIP. 198710022015032004
- 2 Anggota Pengaji
Mega Noerman Ningtyas, M.Sc
NIP. 199109272019032023
- 3 Sekretaris Pengaji
Fitriyah, MM
NIP. 197609242008012012



Disahkan Oleh:

Ketua Program Studi,



Dr. Setiani, MM

NIP. 199009182018012002

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Aurel Cinta Nurdiansah Putri
NIM : 220501110241
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Manajemen

menyatakan bahwa “**Skripsi**” yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul:

PERAN MEDIASI SIKAP DALAM HUBUNGANNILAI KONSUMSI DAN NIAT INVESTASI PADA INSTRUMEN SYARIAH adalah hasil karya sendiri, bukan “**duplicasi**” dari karya orang lain.

Selanjutnya apabila dikemudian 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, 17 Desember 2025
Hormat saya,



Aurel Cinta
NIM : 220501110241

HALAMAN MOTTO

إِنْ أَحْسَنْتُمْ أَحْسَنْتُمْ لِأَنفُسِكُمْ وَإِنْ أَسَأْتُمْ فَلَهَا

“Jika kamu berbuat baik , artinya kamu berbuat baik untuk dirimu sendiri. Jika kamu berbuat jahat, maka (kerugian kejahanatan) itu untuk dirimu sendiri”.

(QS.Al-Isra: 7)

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا

“Allah tidak membebani seseorang, kecuali menurut kesanggupannya.”

(QS.Al-Baqarah: 286)

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur dipanjatkankan kepada Allah SWT atas curahan rahmat dan petunjuk-Nya, sehingga penelitian ini dapat terwujud dengan judul “PERAN MEDIASI SIKAP DALAM HUBUNGANNILAI KONSUMSI DAN NIAT INVESTASI PADA INSTRUMEN SYARIAH”.

Shalawat dan salam senantiasa dilimpahkan kepada pembawa risalah kita, Nabi Muhammad SAW yang telah mengarahkan umat manusia dari kegelapan menuju cahaya hidayah Islam yang penuh berkah.

Penyusunan tugas akhir skripsi ini tiada akan terwujud tanpa arahan dan bimbingan yang berharga dari beragam pihak. Dengan demikian, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Ilfi Nur Diana, M.Si. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang,
2. Bapak Dr. H. Misbachul Munir, Lc., M. El. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang,
3. Ibu Dr. Setiani,M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang,
4. Fitriyah, MM. selaku Dosen Pembimbing yang dengan penuh kesabaran telah memberikan bimbingan dan motivasi yang sangat penting dalam proses penyelesaian penelitian ini,
5. Ibu Nur Laili Fikriah, M.Sc., selaku Dosen Wali yang selama masa perkuliahan tidak henti-hentinya memberikan arahan yang sangat membantu dalam proses studi dan pengembangan diri,
6. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang telah membekali saya dengan ilmu pengetahuan yang berharga sepanjang perjalanan akademik ini,
7. Kepada seluruh keluarga besar khususnya Bapak Nurdin dan Ibu Elok yang senantiasa melimpahkan doa, memberikan dukungan, dan semangat yang tiada surutnya,

8. Kepada teman-teman seangkatan di Program Studi Manajemen Angkatan 2022 “Majesty” yang telah membantu sepanjang perjalanan perkuliahan hingga pencapaian saat ini,
9. Sahabat-sahabat terdekat saya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang selalu membersamai perjalan saya semasa kuliah,
10. Kepada diri saya sendiri atas komitmen yang telah ditunjukkan dalam menghadapi setiap tantangan akademik dan menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik mungkin.

Penulis menyadari dengan penuh kesadaran bahwa skripsi ini belum mencapai derajat kesempurnaan yang diharapkan. Oleh sebab itu, penulis sangat mengharapkan masukan dan kritik yang konstruktif guna perbaikan dan penyempurnaan naskah ilmiah ini. Penulis berharap agar hasil dari penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi seluruh pihak yang berkepentingan.

Malang, 9 Desember 2025

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
ملخص	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	12
1.4.2 Manfaat Praktis	13
1.5 Batasan Penelitian.....	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA	15
2.1 Penelitian Terdahulu	15
2.2 Kajian Teoritis	29
2.2.1 <i>Theory of Cosumption Value</i>	29
2.2.2 <i>Theory of Planned Behavior (TPB)</i>	35
2.2.3 <i>Value Attitude Behavior</i>	36
2.2.4 Niat Investasi	36
2.2.5 Sikap	37
2.3 Kerangka Konseptual.....	38
2.4 Hipotesis Penelitian	40
2.4.1 Pengaruh nilai fungsional terhadap niat investasi	40
2.4.2 Pengaruh nilai sosial terhadap investasi	41
2.4.3 Pengaruh nilai emosional terhadap investasi	41
2.4.4 Pengaruh nilai religius terhadap investasi.....	42
2.4.5 Pengaruh nilai epistemik terhadap investasi	43
2.4.6 Pengaruh nilai sikap terhadap niat investasi syariah.....	44
2.4.7 Pengaruh sikap sebagai mediator antara nilai fungsional dengan niat syariah	45
2.4.8 Pengaruh sikap sebagai mediator antara nilai sosial dengan niat investasi syariah	46
2.4.9 Pengaruh sikap sebagai mediator antara nilai emosional dengan niat investasi syariah	46
2.4.10 Pengaruh sikap sebagai mediator antara nilai religius dengan niat investasi syariah	47
2.4.11 Pengaruh sikap sebagai mediator antara nilai epistemik dengan niat investasi syariah	48
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	49
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian	49

3.2	Lokasi Penelitian	50
3.3	Populasi dan Sampel.....	51
3.4	Teknik Pengambilan Sampel	52
3.5	Data dan Jenis Data	52
3.5.1	Data Primer.....	52
3.5.2	Data Sekunder.....	53
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	54
3.7	Definisi Operasional Variabel.....	54
3.8	Analisis Data.....	59
3.8.1	<i>Partial Least Square (PLS)</i>	60
3.8.2	Uji Statistik Deskriptif	60
3.8.3	Uji Evaluasi Model	61
3.8.4	Uji Hipotesis	63
3.8.5	Uji Mediasi	64
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		65
4.1	Penjelasan Hasil Penelitian.....	65
4.1.1	Gambaran Umum Lokasi Penelitian	65
4.2	Pembahasan	90
4.2.1	Pengaruh Nilai Fungsional terhadap Niat Investasi Pada Instrumen Syariah	90
4.2.2	Pengaruh Nilai Sosial terhadap Niat Investasi Pada Instrumen Syariah	92
4.2.3	Pengaruh Nilai Emosional terhadap Niat Investasi Pada Instrumen Syariah	93
4.2.4	Pengaruh Nilai Religius terhadap Niat Investasi Pada Instrumen Syariah	95
4.2.5	Pengaruh Nilai Epistemik terhadap Niat Investasi Pada Instrumen Syariah.....	97
4.2.6	Pengaruh Sikap terhadap Niat Investasi Pada Instrumen Syariah.....	98
4.2.7	Peran Mediasi Sikap dalam hubungan Nilai Fungsional terhadap Niat Investasi Pada Instrumen Syariah.....	100
4.2.8	Peran Mediasi Sikap dalam hubungan Nilai Sosial terhadap Niat Investasi Pada Instrumen Syariah.....	101
4.2.9	Peran Mediasi Sikap dalam hubungan Nilai Emosional terhadap Niat Investasi Pada Instrumen Syariah	103
4.2.10	Peran Mediasi Sikap dalam hubungan Nilai Religius terhadap Niat Investasi Pada Instrumen Syariah	104
4.2.11	Peran Mediasi Sikap dalam hubungan Nilai Epistemik terhadap Niat Investasi Pada Instrumen Syariah.....	105
BAB V PENUTUP		108
5.1	Kesimpulan.....	108
5.2	Saran	110
DAFTAR PUSTAKA.....		111
DAFTAR LAMPIRAN		118

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 2. 2 Persamaan dan Perbedaan	28
Tabel 3. 1 Kriteria pemberian Skor Kuisioner	53
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel	55
Tabel 4. 1 Karakteristik Berdasarkan Domisili	66
Tabel 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	67
Tabel 4. 3 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	68
Tabel 4. 4 Frekuensi Variabel Nilai Fungsional	69
Tabel 4. 5 Frekuensi Variabel Nilai Sosial	70
Tabel 4. 6 Frekuensi Variabel Nilai Emosional.....	71
Tabel 4. 7 Frekuensi Variabel Nilai Religius.....	71
Tabel 4. 8 Frekuensi Variabel Nilai Epistemik.....	72
Tabel 4. 9 Frekuensi Variabel Niat Investasi.....	73
Tabel 4. 10 Frekuensi Variabel Sikap.....	74
Tabel 4. 11 Nilai Outer Loading (<i>Running Pertama</i>).....	75
Tabel 4.12 Nilai Outer Loading (Running kedua)	77
Tabel 4. 13 Fornell-Larcker Criterion	78
Tabel 4. 14 Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT).....	80
Tabel 4. 15 Reliability Test	82
Tabel 4. 16 Adjusted R-square	83
Tabel 4. 17 F-Square	84
Tabel 4. 18 Q-Square.....	86
Tabel 4. 19 Hasil Path Coefficient	87
Tabel 4. 20 Hasil Uji Pengaruh Mediasi	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Penduduk Indonesia Berdasarkan Agama Semester I (2025). 3
Gambar 1. 2 Perkembangan Produk Pasar Modal Syariah 4
Gambar 1. 3 Jumlah Persebaran Investor di Indonesia 9
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual 38

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Kuisioner	118
Lampiran 2 Jawaban Responden.....	124
Lampiran 3 Hasil Olah Data SmartPLS 4	169
Lampiran 4 Biodata Peneliti.....	173
Lampiran 5 Hasil Plagiasi	175
Lampiran 6 Bukti Konsultasi	176

ABSTRAK

Aurel Cinta Nurdiansah Putri. 2025, SKRIPSI. Judul: “Peran Mediasi Sikap Dalam Hubungannilai Konsumsi Dan Niat Investasi Pada Instrumen Syariah”

Pembimbing : Fitriyah, M.M.

Kata Kunci : Nilai Konsumsi, Sikap, Niat Investasi Syariah, *Theory of Planned Behavior, Value Attitude Behavior*

Tantangan global seperti perubahan iklim, krisis energi, dan ketimpangan sosial menuntut sistem keuangan yang berkelanjutan dan berkeadilan. Keuangan syariah memiliki potensi strategis karena selaras dengan prinsip keberlanjutan dan etika Islam, namun partisipasi investor syariah di Indonesia masih belum sebanding dengan potensi pasar yang tersedia, sehingga diperlukan pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor perilaku yang memengaruhi niat investasi syariah. Penelitian ini menganalisis pengaruh nilai konsumsi yang meliputi nilai fungsional, sosial, emosional, religius, dan epistemik terhadap niat investasi pada instrumen syariah dengan sikap sebagai variabel mediasi melalui integrasi Theory of Consumption Values (TCV), Value-Attitude-Behavior (VAB) Model, dan Theory of Planned Behavior (TPB). Data diperoleh dari investor ritel di wilayah Jawa, Sumatera, dan Sulawesi menggunakan pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian diharapkan berkontribusi pada pengembangan literatur keuangan berkelanjutan berbasis syariah serta mendukung perumusan strategi literasi untuk meningkatkan partisipasi investor di pasar modal syariah Indonesia.

Penelitian ini menggunakan pendekatan survei kuantitatif, dengan mendistribusikan kuesioner kepada 260 investor ritel di Jawa, Sumatera, dan Sulawesi. Analisis data dilakukan menggunakan pemodelan persamaan struktural kuadrat terkecil parsial (PLS-SEM) dengan perangkat lunak SmartPLS. Model penelitian diuji dengan menganalisis model pengukuran dan model struktural untuk menentukan pengaruh langsung dan tidak langsung antar variabel.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, dari lima nilai konsumsi yang diuji, hanya nilai emosional dan sikap yang memiliki pengaruh langsung dan signifikan terhadap niat berinvestasi pada instrumen Syariah. Sementara itu, nilai fungsional, sosial, religiusitas, dan epistemik tidak menunjukkan pengaruh langsung yang signifikan. Di sisi lain, nilai fungsional, emosional, dan religiusitas ditemukan memengaruhi niat melalui sikap sebagai variabel mediasi, sedangkan nilai sosial dan epistemik tidak dimediasi oleh sikap. Model penelitian ini memiliki kemampuan prediktif yang kuat dengan nilai R^2 untuk niat dan sikap yang cukup besar. Temuan ini menggarisbawahi pentingnya strategi literasi dan komunikasi keuangan syariah yang menekankan aspek emosional dan pembentukan sikap positif untuk meningkatkan minat serta keterlibatan investor Muslim dalam instrumen keuangan berbasis syariah.

ABSTRACT

Aurel Cinta Nurdiansah Putri. 2025, THESIS. Title: "Mediation of Attitude in Consumption Values and Sharia Investment Intentions"

Advisor : Fitriyah, M.M.

Keywords : Consumption Value, Attitude, Sharia Investment Intention, Theory of Planned Behavior, Value Attitude Behavior

A sustainable and just financial system is necessary to address global issues like social injustice, energy shortages, and climate change. Because sharia finance adheres to Islamic norms and sustainability, it has strategic potential. A deeper comprehension of the behavioral aspects influencing sharia investment intents is necessary, nevertheless, as the participation of sharia investors in Indonesia is still not commensurate with the available market potential. Through the integration of the Theory of Consumption Values (TCV), Value-Attitude-Behavior (VAB) Model, and Theory of Planned Behavior (TPB), this study examines the impact of consumption values, including functional, social, emotional, religious, and epistemic values, on investment intentions in Islamic instruments with attitude acting as a mediating variable. A quantitative method was used to collect data from retail investors in Java, Sumatra, and Sulawesi. The findings of this study are anticipated to promote the creation of literacy methods to boost investor involvement in the Indonesian sharia capital market as well as the advancement of sharia-based sustainable finance literature.

In order to conduct a quantitative study, 260 retail investors in Java, Sumatra, and Sulawesi were given questionnaires. With the use of SmartPLS software, the Partial Least Square–Structural Equation Modeling (PLS-SEM) technique was used to analyze the data. To ascertain the direct and indirect impacts between variables, the measurement model and structural model analysis were used to test the study model.

The findings indicate that only emotional value and attitude have a direct and significant impact on the intention to invest in Islamic instruments out of the five consumption values examined. In contrast, there is no discernible direct impact on functional, social, religious, or epistemological values. However, whereas social and epistemic values were not mediated by attitude, functional, emotional, and religious values were revealed to influence intention through attitude as a mediating variable. With a high R² value for intention and attitude, this study model offers good predictive potential. In order to boost Muslim investors' interest and involvement in Islamic-based financial instruments, these findings highlight the significance of Islamic financial literacy and communication tactics that emphasize emotional factors and the development of positive attitudes.

ملخص

أوريل تشينتا نورديانساه فوتري. 2025، أطروحة. العنوان: ”تأثير الموقف في قيم الاستهلاك ونوايا الاستثمار وفقاً للشريعة الإسلامية“
المشرف: فطريه، م.م.

الكلمات المفتاحية: قيمة الاستهلاك، الموقف، نية الاستثمار وفقاً للشريعة الإسلامية، نظرية السلوك المخطط، الموقف من القيمة والسلوك

يُظهر تطور الأدوات المالية الإسلامية في إندونيسيا زيادة في اهتمام الجمهور بالاستثمارات التي تتوافق مع المبادئ الإسلامية. ومع ذلك، لا يتحدد سلوك الاستثمار فقط من خلال الوصول إلى المعلومات، بل أيضاً من خلال قيم الاستهلاك التي تؤثر على موقف الشخص ونواياه في اختيار الأدوات المالية الإسلامية. تهدف هذه الدراسة إلى تحليل تأثير قيم الاستهلاك، بما في ذلك القيم الوظيفية والاجتماعية والعاطفية والدينية والمعرفية، على نية الاستثمار في الأدوات الإسلامية، مع اعتبار الموقف متغيراً وسيطاً. كما أن الدافع وراء هذه الدراسة هو عدم اتساق نتائج الأبحاث السابقة حول العوامل التي تؤثر على الاهتمام بالاستثمار الإسلامي وأهمية فهم دور الموقف في عملية صنع القرار لدى المستثمرين المسلمين.

تستخدم هذه الدراسة نهجاً كمياً مع طريقة المسح من خلال توزيع استبيانات على 260 مستثمراً من الأفراد في جاوة وسومطرة وسولاويزي. تم إجراء تحليل البيانات باستخدام تقنية نمذجة المعادلات الهيكلية بأقل المربعات الجزئية (PLS-SEM) بمساعدة برنامج SmartPLS. تم اختبار نموذج البحث من خلال نموذج القياس وتحليل النموذج الهيكلاني لتحديد التأثيرات المباشرة وغير المباشرة بين المتغيرات.

أظهرت النتائج أن من بين القيم الاستهلاكية الخمس التي تم اختبارها، فقط القيمة العاطفية والموقف لهما تأثير مباشر وهام على نية الاستثمار في الأدوات المالية الشرعية. في حين أن القيم الوظيفية والاجتماعية والدينية والمعرفية لا تظهر تأثيراً مباشراً هاماً. من ناحية أخرى، وجد أن القيم الوظيفية والعاطفية والدينية تؤثر على النية من خلال الموقف كمتغير وسيط، في حين أن القيم الاجتماعية والمعرفية لم تتوسطها المواقف. يتمتع نموذج البحث هذا بقوة تنبؤية كبيرة، حيث تبلغ قيمة

R^2 55% للنية و 63.9% للموقف. تؤكد هذه النتائج على أهمية الثقافة المالية الإسلامية واستراتيجيات الاتصال التي ترکز على الجوانب العاطفية وتشكيل مواقف إيجابية لزيادة اهتمام المستثمرين المسلمين بالأدوات المالية الإسلامية ومشاركتهم فيها.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

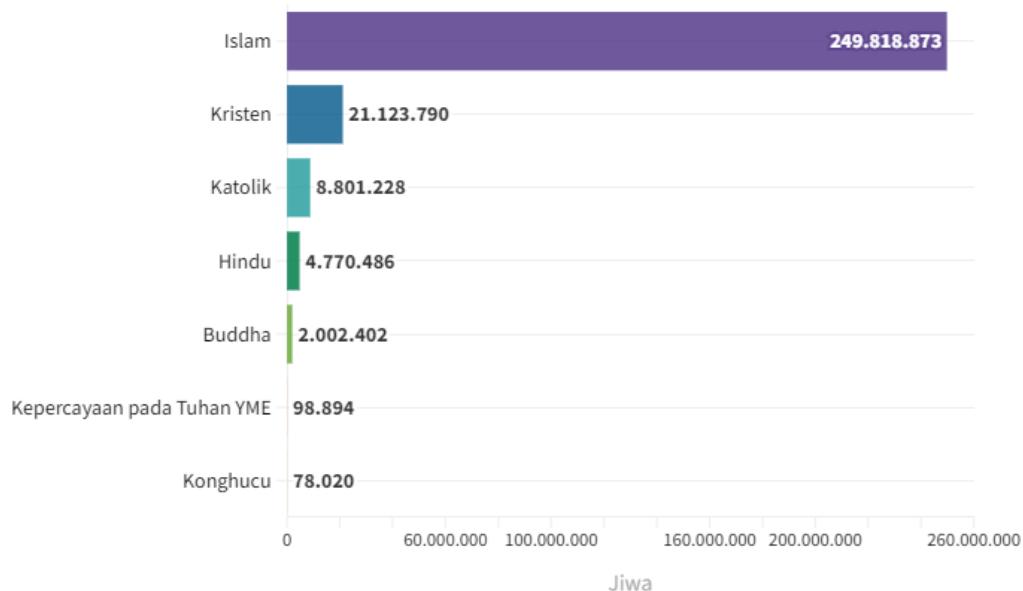
Perubahan iklim, krisis energi, degradasi keanekaragaman hayati, dan ketimpangan sosial ekonomi yang semakin dalam merupakan tantangan yang saling terkait dan multifaset yang dihadapi dunia saat ini (Pörtner et al., 2023; Sverdrup, 2019). Kondisi ini menekankan stabilitas ekonomi dan kesejahteraan sosial jangka panjang, sekaligus menuntut transisi menuju model pembangunan yang lebih berkelanjutan dan inklusif (Pörtner et al., 2023). Pembangunan keberlanjutan merupakan prinsip fundamental yang memastikan bahwa pertumbuhan ekonomi tidak dicapai dengan mengorbankan keberlanjutan lingkungan atau nilai-nilai sosial (UNEP, 2021). Sistem keuangan syariah memiliki potensi strategis untuk menyediakan solusi keuangan yang adil dan berkelanjutan dalam konteks ini.

Sektor keuangan mendukung transisi menuju ekonomi hijau hal ini menunjukkan bahwa sektor keuangan memiliki peranan yang strategis. Sistem keuangan memainkan peran krusial dalam medanai inisiatif berkelanjutan, termasuk transportasi ramah lingkungan, energi terbarukan, dan pelestarian lingkungan, saat pengelolaan aliran modal dilakukan secara tanggung jawab. Ide keuangan berkelanjutan muncul sebagai hasil dari perkembangan ini. Laporan OECD (2020) dan UNEP (2021) menunjukkan bahwa keuangan berkelanjutan menyediakan kerangka penting dalam keputusan investasi yaitu mengintegrasikan pertimbangan lingkungan, sosial dan tata kelola (ESG). Nilai-nilai Islam pada

dasarnya selaras dengan prinsip-prinsip ESG, misalnya larangan riba mencerminkan keadilan distributif, larangan *gharar* (kegiatan ilegal) mendorong transparansi, dan *maqasid syariah* (tujuan syariah) menekankan keberlanjutan sosial-lingkungan. Oleh karena itu, keuangan syariah memiliki signifikasni yang signifikan sebagai komponen dari solusi keuangan berkelanjutan. Di Indonesia, salah satu wujud nyata keuangan berkelanjutan adalah pengembangan instrumen keuangan syariah, yang tidak hanya mematuhi prinsip Syariah, tetapi juga menunjukkan pentingnya bagi pembangunan berkelanjutan (Delle Foglie & Keshminder, 2022).

Investasi syariah menempati tempat khusus dalam sistem keuangan kontemporer karena melampaui pengeajaran keuntungan dan juga menggabungkan nilai-nilai moral dan prinsip-prinsip etika Islam. Dengan melarang praktik riba (bunga), *gharar* (ketidakpastian), dan *maysir* (perjudian), investasi ini merupakan pilihan yang halal dan bijaksana bagi umat Muslim di industri yang menguntungkan (Inayah, 2020). Oleh karena itu, investasi syariah bukan hanya instrumen keuangan tetapi juga merupakan bentuk ibadah dan manifestasi penerapan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari (Hiljannah et al., 2023). Investasi syariah juga berfungsi sebagai instrumen investasi yang memiliki makna spiritual dan moral terutama di negara-negara Muslim seperti Indonesia.

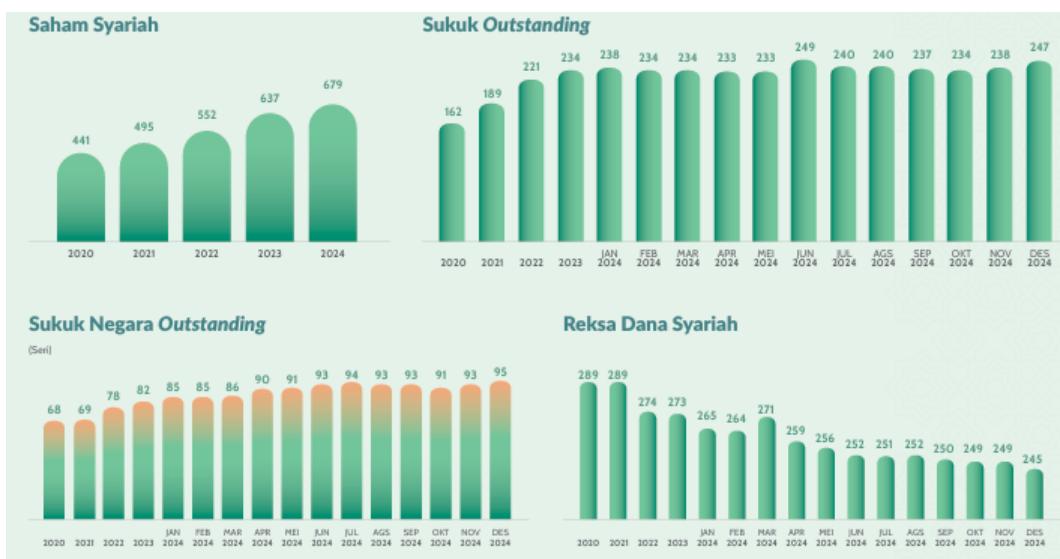
Gambar 1. 1
Jumlah Penduduk Indonesia Berdasarkan Agama
Semester I (2025)



Sumber: Dataindonesia.id

Berdasarkan data yang dipublikasikan oleh Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil (Disdukcapil) Kementerian Dalam Negeri, jumlah penduduk Indonesia pada semester pertama tahun 2025 adalah 286,69 juta jiwa. Dengan jumlah penduduk sebesar 87,14% atau sekitar 249,82 jiwa, umat Islam merupakan mayoritas penduduk Indonesia. Populasi Muslim yang besar ini bukan sekadar faktor demografi, tetapi mencerminkan potensi pasar yang sangat besar bagi pengembangan keuangan dan investasi syariah, dengan syarat literasi dan akses yang memadai. Grafik dibawah ini menggambarkan perkembangan instrumen-instrumen tersebut.

Gambar 1.2
Perkembangan Produk Pasar Modal Syariah



Sumber: Laporan Keuangan Syariah Indonesia (2024)

Pasar modal syariah Indonesia menunjukkan tren pertumbuhan yang positif sepanjang tahun 2024. Berdasarkan laporan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) (2024), jumlah investor syariah yang menggunakan Sistem Perdagangan Daring (SLI) berbasis syariah meningkat signifikan sebesar 22,38% dibandingkan tahun sebelumnya, dengan penambahan 30.979 investor baru sehingga totalnya menjadi 169.397 investor. Peningkatan jumlah investor ini menunjukkan semakin bersarnya minat masyarakat terhadap instrumen pasar modal syariah, terutama di kalangan generasi muda. Lebih lanjut, layanan investasi syariah semakin beragam, meliputi saham syariah, reksa dana syariah, sukuk korporasi, dan Surat Berharga Syariah Negara (SBSN), sehingga memperluas pilihan instrumen halal bagi investor ritel. Dari sisi produk, kinerja pasar modal syariah juga semakin membaik. Kapitalisasi saham syariah dalam ISSI meningkat 11,05% year-on-year (yoY) mencapai Rp6.825,31 triliun pada akhir tahun 2024. Dalam penawaran umum nilai sukuk

korporasi umum yang diterbitkan meningkat 21,82% year-on-year (yoY) menjadi Rp55,27 triliun, sementara nilai SBSN yang diterbitkan meningkat 12,47% year-on-year (yoY) menjadi Rp1.626,42 triliun. Selanjutnya, Nilai Aktiva Bersih (NAB) reksa dana syariah meningkat 18,17% jadi Rp 50,55 triliun. Namun, meskipun pertumbuhan positif, persentase investor Syariah lebih rendah dibandingkan total investor di pasar modal domestik. Hal ini memperlihatkan adanya kesenjangan antara potensi pasar dan partisipasi yang terealisasi. Banyak investor masih mendasarkan keputusan investasi semata-mata pada profitabilitas atau tren pasar, mengabaikan nilai-nilai konsumsi yang seharusnya menjadi landasan moral dan motivasi untuk berinvestasi (Dziawgo, 2021).

Penelitian Faisal et al., (2023) menunjukkan bahwa varibel-variabel nilai konsumsi mempengaruhi niat seorang individu dalam mengambil keputusan untuk berinvestasi di instrumen syariah. Hal tersebut menunjukkan bahwasanya nilai konsumsi (nilai fungsional, nilai sosial, nilai emosional, nilai religius dan nilai epistemik) berpengaruh positif atau signifikan terhadap niat investasi. Penelitian diperkuat oleh Baihui et al., (2024) yang menegaskan pentingnya persepsi tentang kegunaan, kemudahan penggunaan, kepuasan emosional, dan manfaat sosial yang diperoleh dari investasi, khususnya dikalangan mahasiswa.

Faktor psikologi seperti sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku yang dirasakan juga terdapat pengaruh yang terjadi pada niat investasi pada diri seseorang khususnya mahasiswa pada instrumen syariah maupun produk islami lainnya serta masih jarang melibatkan variabel mediasi secara komprehensif. kedua penelitian tersebut senada dengan penelitian Zhang et al., (2024) bahwasanya nilai

konsumsi berpengaruh signifikan terhadap niat beli namun penelitian ini dalam konteks niat beli di *e-commerce*. Hasil berbeda ditemukan dalam penelitian Mohd Suki & Mohd Suki (2015) bahwa nilai yang memiliki pengaruh paling kuat terhadap pembelian produk hijau yaitu nilai epistemik dan selanjutnya nilai sosial. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Misra (2025) dalam konteks *e-pharmacy* menyebutkan bahwa hanya nilai sosial, nilai kondisional dan nilai emosional yang hanya memiliki pengaruh signifikan sedangkan nilai fungsional dan epistemik tidak memiliki pengaruh. Inkonsistensi ini menunjukkan bahwa konteks penelitian memengaruhi peran nilai konsumsi terhadap niat perilaku.

Menurut Ariff Azly Muhamed et al., (2019) dalam penelitiannya nilai religius memiliki pengaruh paling kuat terhadap niat investasi pada nilai konsumsi. Penelitian serupa dengan Duqi & Al-Tamimi (2019) dimana nilai religius mempengaruhi niat dan minat seseorang untuk membeli suatu produk. Inkonsistensi hasil penelitian (S. Amin & Tarun (2021) dan Mohd Suki & Mohd Suki (2015) bahwa beberapa nilai konsumsi seperti nilai sosial, nilai fungsional juga tidak memiliki pengaruh terhadap niat pembelian dalam hal pembelian hijau.

Penelitian oleh Amin et al., (2023) nilai konsumsi seperti nilai emosional, nilai epistemik, nilai kondisional, nilai fungsional dan nilai sosial berpengaruh terhadap perilaku seseorang ketika memutuskan pilihan investasi hal tersebut dapat kita simpulkan bahwa nilai konsumsi berpengaruh positif terdapat sikap seseorang dalam mengambil keputusan investasi. Besarnya nilai konsumsi pada seseorang maka akan meningkatkan niat seseorang untuk berinvestasi. Penelitian lain dilakukan oleh Wu & Lee (2025) tentang pengaruh nilai konsumsi terhadap niat

pembelian (*purchase intention*) pada produk *fashion* yang berkelanjutan, bahwasanya nilai konsumsi seperti nilai fungsional, nilai sosial, nilai emosional berdampak positif terhadap sikap seseorang.

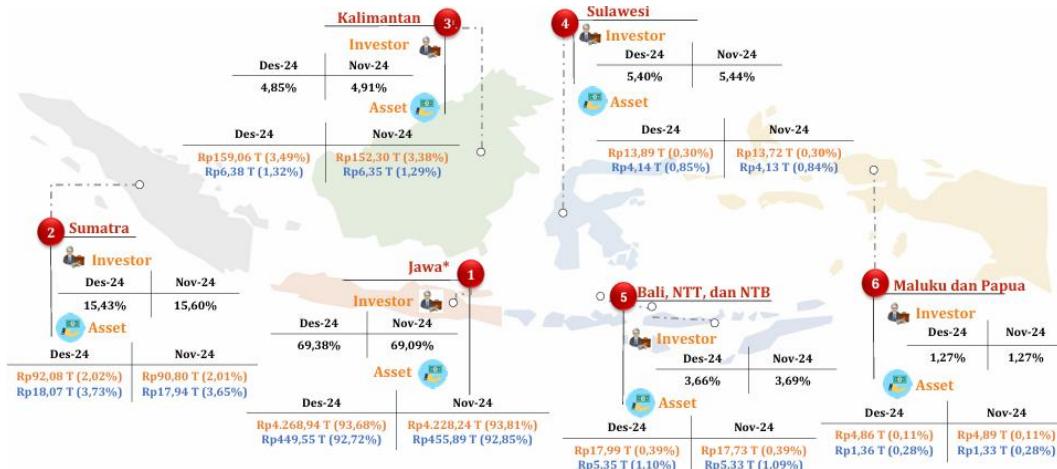
Penelitian tersebut sejalan dengan penelitian sebelumnya walaupun dalam konteks yang berbeda namun penelitian tersebut memiliki persamaan dalam hal teori yang digunakan yaitu *Theory of Consumption Value*. Hal ini menegaskan pentingnya peran sikap sebagai faktor psikologis yang menjembatani nilai konsumsi dengan niat berinvestasi. Penelitian yang dilakukan Rahayu & Khiswari (2023) juga menyatakan bahwa nilai fungsional dan nilai emosional memiliki pengaruh terhadap sikap namun bisa dipengaruhi oleh hal lain untuk hasil yang berbeda. Dari ketiga penelitian tersebut menunjukkan bahwa variabel sikap bisa menjadi variabel yang memediasi hubungan antara nilai konsumsi seperti nilai fungsional, nilai sosial, nilai emosional, nilai religius, dan nilai epistemik terhadap niat investasi. Penelitian yang dilakukan oleh Akbar et al., (2024), Baihui et al., (2024), Ikhsan & Wulandari (2024), dan Wu & Lee (2025) juga sejalan dengan penelitian sebelumnya bahwa sikap dapat memediasi hubungan nilai konsumsi terhadap niat investasi pada. Dimana dalam hal tersebut sikap juga menjadi prediktor niat. Selain itu, sebagian besar studi hanya menguji hubungan langsung antara nilai konsumsi dan niat investasi tanpa memasukkan peran mediasi sikap secara eksplisit (Duqi & Al-Tamimi, 2019)

Meski nilai-nilai tersebut diyakini memiliki pengaruh terhadap niat berinvestasi, pengaruh tersebut tidak selalu bersifat langsung. Dalam banyak model perilaku, termasuk *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991) dan *Value-Attitude-*

Behavior (VAB) Model (Sheth al., 1991), sikap menjadi elemen penting yang menjembatani antara nilai dan intensi perilaku. Dengan kata lain, seberapa besar pengaruh nilai konsumsi terhadap niat berinvestasi sangat tergantung pada bagaimana sikap individu terbentuk terhadap investasi itu sendiri. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan yang lebih menyeluruh untuk memahami niat berinvestasi, terutama pada instrumen syariah yang berada di persimpangan antara nilai religius, keberlanjutan, dan orientasi ekonomi. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan mengidentifikasi dan menganalisis bagaimana nilai-nilai konsumsi yang mencakup nilai fungsional, sosial, emosional, religius, dan epistemik mempengaruhi niat berinvestasi melalui mediasi sikap.

Kerangka teoritis mengenai hubungan nilai konsumsi, sikap, dan niat investasi perlu diperkuat dengan kondisi empiris di lapangan. Salah satu aspek yang relevan untuk dianalisis adalah distribusi geografis investor ritel, karena persebaran ini tidak hanya mencerminkan konsentrasi basis investor, tetapi juga dapat memengaruhi pembentukan nilai dan sikap yang mendasari keputusan investasi, termasuk pada instrumen syariah.

Gambar 1.3
Jumlah Persebaran Investor di Indonesia



Sumber: www.KSEI.com

Data dari Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI, 2024) juga menunjukkan persebaran investor ritel yang tidak merata secara geografis. Sekitar 69,38% investor berada di Pulau Jawa, disusul oleh Sumatera (15,43%) dan Sulawesi (5,40%). Berdasarkan data ini, penelitian ini akan memfokuskan observasi pada tiga wilayah dengan jumlah investor tertinggi, yaitu Jawa, Sumatera, dan Sulawesi, guna mendapatkan pemahaman yang representatif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi niat berinvestasi pada instrumen syariah.

Untuk itu, penelitian ini mengusulkan model integratif dengan menggabungkan *Theory of Consumption Values* (TCV) sebagai dasar identifikasi nilai-nilai konsumsi, serta *Value-Attitude-Behavior* (VAB) Model dan *Theory of Planned Behavior* (TPB) sebagai kerangka hubungan perilaku. Integrasi ketiga teori ini belum banyak diadopsi dalam kajian *green finance* berbasis syariah, khususnya dalam konteks investor individu di Indonesia. Dengan demikian, selain memberikan pemahaman teoritis yang lebih kaya, penelitian ini juga diharapkan

dapat memberikan kontribusi kebaruan dalam pengembangan literatur terkait perilaku investasi berkelanjutan pada pasar keuangan Islam.

Dalam rangka menjawab permasalahan tersebut, penelitian ini mengadopsi pendekatan *Theory of Consumption Values (TCV)* yang dikemukakan oleh Sheth et al. (1991). Teori ini menawarkan kerangka konseptual yang komprehensif untuk memahami bagaimana berbagai nilai, baik nilai praktis maupun emosional dan sosial, memengaruhi preferensi dan keputusan konsumen. Dalam kontek ini, TCV menjadi sangat relevan karena instrumen ini tidak hanya menawarkan keuntungan finansial, tetapi juga dimensi spiritual, sosial, dan keberlanjutan. Dengan mengintegrasikan TCV, VAB Model, dan TPB, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi bagaimana nilai-nilai fungsional, sosial, emosional, religius, dan epistemik mempengaruhi niat investasi berkelanjutan melalui mediasi sikap. Selain itu, teori ini masih jarang digunakan dalam pendekatan investasi syariah (Hassan et al., 2019).

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini berjudul: **”Peran Mediasi Sikap Dalam Hubungan Nilai Konsumsi Dan Niat Investasi Pada Instrumen Syariah”** Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis terhadap literatur keuangan berkelanjutan berbasis syariah serta menjadi dasar pengambilan kebijakan dalam merancang strategi literasi keuangan yang relevan bagi investor ritel di Indonesia.

Besar harapan, hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan strategi literasi keuangan berkelanjutan dan memperluas pemahaman terhadap perilaku investasi individu dalam konteks keuangan syariah.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka rumusan masalah sebagai berikut:

- 1) Apakah terdapat pengaruh nilai fungsional terhadap niat investasi syariah?
- 2) Apakah terdapat pengaruh nilai sosial terhadap niat investasi syariah?
- 3) Apakah terdapat pengaruh nilai emosional terhadap niat investasi syariah?
- 4) Apakah terdapat pengaruh nilai religius terhadap niat investasi syariah?
- 5) Apakah terdapat pengaruh nilai epistemik terhadap niat investasi syariah?
- 6) Apakah terdapat pengaruh sikap terhadap niat investasi syariah?
- 7) Apakah sikap memediasi pengaruh nilai fungsional terhadap niat investasi syariah?
- 8) Apakah sikap memediasi pengaruh nilai terhadap niat investasi syariah?
- 9) Apakah sikap memediasi pengaruh nilai terhadap niat investasi syariah?
- 10) Apakah sikap memediasi pengaruh nilai religius terhadap niat investasi syariah?
- 11) Apakah sikap memediasi pengaruh nilai epistemik terhadap niat investasi syariah?

1.3 Tujuan Penelitian

- 1) Untuk menganalisis pengaruh nilai fungsional terhadap niat investasi syariah.
- 2) Untuk menganalisis pengaruh nilai sosial terhadap niat investasi syariah.

- 3) Untuk menganalisis pengaruh nilai emosional terhadap niat investasi syariah.
- 4) Untuk menganalisis pengaruh nilai religius terhadap niat investasi syariah.
- 5) Untuk menganalisis pengaruh nilai epistemik terhadap niat investasi syariah.
- 6) Untuk menganalisis pengaruh sikap terhadap niat investasi syariah.
- 7) Untuk menganalisis peran mediasi sikap dalam hubungan antara nilai fungsional dan niat investasi syariah.
- 8) Untuk menganalisis peran mediasi sikap dalam hubungan antara nilai sosial dan niat investasi syariah.
- 9) Untuk menganalisis peran mediasi sikap dalam hubungan antara nilai emosional dan niat investasi syariah.
- 10) Untuk menganalisis peran mediasi sikap dalam hubungan antara nilai religius dan niat investasi syariah.
- 11) Untuk menganalisis peran mediasi sikap dalam hubungan antara nilai epistemik dan niat investasi syariah.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini memberikan kontribusi teoritis penting dalam ranah keuangan berkelanjutan berbasis syariah, dengan memperkaya kajian perilaku investasi individu melalui integrasi tiga teori utama: *Theory of Consumption Values* (TCV), *Value-Attitude-Behavior* (VAB), dan *Theory of Planned Behavior* (TPB).

Pendekatan ini menawarkan model konseptual yang lebih komprehensif dalam memahami keterkaitan antara nilai-nilai konsumsi, sikap, dan niat berinvestasi dalam konteks syariah. Kebaruan teoritis juga muncul dari pemetaan hubungan antar variabel dengan mempertimbangkan faktor mediasi sikap, aspek yang masih relatif jarang diteliti secara mendalam dalam literatur keuangan Islam dan keberlanjutan. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan bagi penelitian lanjutan yang ingin mengeksplorasi perilaku investor pada instrumen keuangan etis lainnya dalam perspektif multidimensi nilai dan sikap.

1.4.2 Manfaat Praktis

Dari sisi praktis, studi memberi masukan strategis bagi pemerintah, regulator, dan institusi keuangan syariah dalam merancang kebijakan dan program literasi keuangan yang lebih tepat sasaran. Selain itu, penelitian ini juga bermanfaat bagi investor individu, karena dapat memberikan pemahaman tentang bagaimana nilai-nilai konsumsi dapat mempengaruhi keputusan investasi mereka. Dengan mengidentifikasi dimensi nilai konsumsi yang paling berpengaruh terhadap niat investasi melalui mediasi sikap, pihak-pihak terkait dapat menyusun kampanye edukatif yang mengandalkan insentif finansial, selain itu juga menyentuh aspek sosial, emosional, dan religius yang relevan dengan karakteristik investor ritel di Indonesia. Selain itu, temuan mengenai perbedaan geografis dalam persepsi dan niat investasi dapat digunakan untuk menyusun strategi komunikasi dan distribusi produk syariah yang lebih inklusif dan berbasis kebutuhan lokal. Pada akhirnya, penelitian ini diharapkan mampu mendorong partisipasi individu dalam investasi

berkelanjutan, memperkuat pasar modal syariah, serta mendukung pencapaian komitmen Indonesia terhadap agenda pembangunan berkelanjutan (SDGs) dan mitigasi perubahan iklim secara lebih merata dan partisipatif.

1.5 Batasan Penelitian

Batasan dari penelitian ini yang dirancang untuk memperjelas ruang lingkup dan fokus pembahasan yaitu hanya difokuskan pada wilayah Jawa, Sumatera, dan Sulawesi. Selain itu, penelitian ini juga hanya menguji pengaruh variabel independen seperti nilai fungsional, nilai sosial, nilai emosional, nilai religius dan nilai epistemik terhadap niat investasi syariah dengan sikap sebagai variabel mediasi, tanpa melibatkan variabel lain sebagai faktor yang mungkin juga berpengaruh. Data dikumpulkan secara *cross-sectional* melalui kuisioner.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dipakai untuk mengkaji, melakukan perbandingan serta mengumpulkan temuan terkait hubungan antar variabel yang ada, sekaligus menjadi dasar dalam menemukan sebuah inovasi yang akan dilakukan oleh penelitian dimasa yang akan datang.

Menurut Faisal et al., (2023) dalam penelitiannya mengkaji niat investasi berkelanjutan dalam konteks investasi syariah dengan menggunakan kerangka *Theory of Consumption Values (TCV)*. Variabel-variabel seperti nilai fungsional, sosial, emosional, religiusitas, dan epistemik digunakan untuk menjelaskan perilaku investor terhadap instrumen investasi syariah. Menggunakan metode PLS-SEM, hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh dimensi nilai konsumsi tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat investasi. Penelitian ini menjadi rujukan utama saat mengkaji peran nilai konsumsi dalam keputusan investasi syariah. Namun dalam penelitian tersebut tidak mempertimbangkan peran mediasi sikap.

Menurut Duqi & Al-Tamimi (2019) dalam penelitiannya meneliti faktor-faktor yang memengaruhi keputusan investor terhadap investasi syariah. Dengan pendekatan kuantitatif dan analisis regresi, ditemukan bahwa, faktor religius, *expected return*, dan ketersediaan informasi memiliki pengaruh signifikan terhadap minat investasi. Penelitian ini relevan dalam menggambarkan bagaimana nilai

religius dan informasi menjadi determinan penting dalam keputusan investasi berbasis syariah.

Menurut H. Amin et al., (2022) dalam penelitiannya mengidentifikasi pengaruh nilai emosional, nilai epistemik, nilai kondisional, nilai fungsional, dan nilai sosial terhadap perilaku pemilihan produk investasi syariah di Malaysia. Menggunakan metode PLS, bahwa keempat dimensi nilai memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap perilaku investasi. Studi ini memperkuat validitas penggunaan konstruk TCV dalam konteks keuangan Islam dan memberikan dasar teoritis bagi penelitian tentang sikap dan niat investasi berkelanjutan.

Menurut Ikhsan & Wulandari (2024) dalam penelitiannya menggunakan kerangka (TPB) untuk menguji pengaruh sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku terhadap niat berinvestasi pada instrumen syariah di kalangan milenial Muslim di Jabodetabek. Hasilnya semua variabel independen terhadap niat investasi berpengaruh signifikan. Temuan ini mendukung teori TPB dan menegaskan bahwa sikap positif terhadap investasi berkelanjutan berkontribusi kuat dalam meningkatkan minat investasi.

Penelitian oleh Timur et al. (2025) mengembangkan pendekatan TPB yang diperluas (*Extended Pro-Environmental Planned Behavior*) untuk mengkaji niat investasi dalam instrumen syariah. Variabel seperti dukungan otoritas, kepedulian lingkungan, manfaat dan risiko yang dirasakan, serta nilai religius digunakan sebagai prediktor, dengan sikap sebagai variabel mediasi. Meskipun variabel sikap tidak berpengaruh signifikan secara langsung, temuan menunjukkan bahwa norma sosial, persepsi kontrol, dan nilai religius secara signifikan memengaruhi niat

investasi. Ini memperluas pemahaman tentang bagaimana faktor lingkungan dan nilai personal bekerja dalam model perilaku investasi.

Penelitian yang dilakukan oleh Ismail (2024) menggunakan TPB untuk menganalisis niat investasi syariah di Jakarta. Studi ini menunjukkan bahwa niat investasi dipengaruhi secara signifikan oleh sikap terhadap perilaku, standar subjektif, pengendalian perilaku, dan dukungan terhadap pelestarian lingkungan. Namun, tidak ada pengaruh yang nyata dari literasi keuangan syariah. Studi ini menunjukkan bahwa unsur sosial dan afektif, alih-alih hanya pengetahuan teknis, memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap niat investasi.

Sedangkan dalam penelitian Rahayu & Khiswari (2023) meneliti pengaruh nilai fungsional dan emosional terhadap sikap terhadap produk hijau, dengan norma subjektif sebagai moderator. Temuan menunjukkan bahwa nilai emosional tidak memiliki dampak yang nyata terhadap sikap, hanya nilai fungsional yang berpengaruh. Selain itu, hubungan tersebut tidak dimoderasi oleh norma subjektif. Penelitian ini memberikan wawasan bahwa tidak semua nilai personal memiliki kekuatan yang sama dalam membentuk sikap konsumen.

Menurur Baihui et al. (2024) dalam penelitiannya mengembangkan TPB dalam konteks investasi mahasiswa pada produk reksa dana *online*. Penelitian ini menemukan bahwa sikap, norma subjektif, kontrol perilaku, serta nilai fungsional, efisiensi, emosional, dan sosial, semuanya berpengaruh signifikan terhadap niat investasi. Studi ini menegaskan pentingnya persepsi manfaat, kepuasan emosional, dan pengaruh sosial dalam membentuk keputusan investasi generasi muda.

Penelitian yang dilakukan oleh Kasmad et al. (2024) mengkaji faktor-faktor komunitas yang memengaruhi minat investasi masyarakat terhadap instrumen syariah dengan menjadikan investasi berkelanjutan sebagai variabel moderasi. Hasilnya menunjukkan bahwa norma subjektif dan pengaruh komunitas melalui platform sosial berkontribusi positif dan signifikan terhadap niat investasi syariah, baik secara *direct effect* maupun *indirect effect*. Temuan ini mendukung dimensi nilai sosial dalam teori nilai konsumsi, yang menekankan pentingnya dorongan memperoleh pengakuan sosial dalam membentuk keputusan investasi berkelanjutan, serta menegaskan peran strategis aspek komunitas dan kesadaran lingkungan dalam konteks keuangan syariah berbasis lingkungan.

Menurut Akbar et al. (2024) dalam hasil penelitiannya menunjukkan bahwa sikap merupakan prediktor terkuat dari niat investasi, yang selanjutnya berdampak pada perilaku aktual. Selain itu, pengetahuan tentang investasi syariah, kesadaran lingkungan, dan nilai religius juga berkontribusi dalam membentuk sikap investor. Penelitian ini menegaskan pentingnya membangun sikap positif melalui edukasi dan nilai-nilai etis dalam memengaruhi keputusan investasi berkelanjutan di sektor keuangan syariah.

Menurut Misra (2025) dalam penelitiannya mengatakan bahwa niat beli konsumen dipengaruhi secara signifikan oleh nilai fungsional, nilai emosional, nilai sosial dan nilai kondisional sedangkan harga dan juga nilai epistemik tidak berpengaruh langsung terhadap niat beli. Dan dalam penelitian ini juga membuktikan sikap dapat berperan sebagai mediator antar hubungan nilai kosumsi dengan niat investasi pada instrumen syariah..

Penelitian yang dilakukan oleh S. Amin & Tarun (2021) menunjukkan bahwa hanya nilai emosional yang berpengaruh langsung terhadap niat membeli produk hijau, sedangkan nilai fungsional dan nilai sosial tidak. Namun, ketiga nilai konsumsi tersebut berpengaruh signifikan melalui green trust sebagai mediator.

Menurut Mohd Suki & Mohd Suki (2015) dijelaskan bahwa tidak semua nilai konsumsi berpengaruh hanya terdapat dua nilai yang berpengaruh terhadap pembelian produk hijau yaitu nilai epistemik dan nilai sosial, sedangkan nilai lainnya seperti nilai fungsional, emosional, dan kondisional yang tidak berpengaruh signifikan terhadap kepedulian konsumen pada produk hijau. Namun, temuan studi tersebut juga menunjukkan bahwa, jika menyangkut produk ramah lingkungan, kaitan antara nilai konsumsi dan niat pembelian lebih kuat ketika konsumen lebih peduli terhadap lingkungan.

Menurut Ariff Azly Muhammed et al., (2019) perilaku konsumen dalam memilih produk pangan bersertifikat halal dipengaruhi oleh nilai emosional, nilai epistemik, dan kepedulian halal. Temuan ini juga menegaskan bahwa kepatuhan terhadap prinsip religius menjadi faktor utama dalam menentukan perilaku konsumsi halal.

Menurut Wu & Lee (2025) nilai konsumsi memiliki pengaruh terhadap niat beli konsumen pada fashion berkelanjutan baik secara langsung maupun tidak nilai-nilai tersebut yaitu nilai fungsional, nilai sosial, nilai emosional, *precious*, dan etis. Hal ini mendukung penelitian yang dilakukan dalam hal bahwa sikap dapat memediasi atau mendorong perilaku berkelanjutan seseorang dalam hal investasi maupun konsumsi.

Menurut Zhang et al., (2024) mengatakan bahwa nilai konsumsi seperti nilai fungsional, nilai sosial, dan nilai emosional sangat berpengaruh terhadap pembelian produk hijau dimana *green trust* disini memperkuat hubungan tersebut.

Menurut Maulani et al., (2022) menyatakan bahwa pengetahuan dan keagamaan dapat mempengaruhi niat pembelian individu dalam produk kosmetik halal dimana sikap juga dapat memediasi hubungan keduanya dan memperkuat pengaruh yang ada.

Berdasarkan studi-studi terdahulu, belum ditemukan penelitian yang secara komprehensif menguji mediator dalam hubungan antara lima nilai konsumsi dan niat investasi syariah yaitu sikap. Selain itu, integrasi teori TCV, VAB, dan TPB secara simultan dalam konteks instrumen syariah di Indonesia masih sangat terbatas.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama/Tahun/Judul	Variabel Penelitian	Metode/ Alat analisis	Kesimpulan
1.	<p><i>“Examining the Purchase Intentions of Indonesian Investors for Green Sukuk”</i> Yudi Ahmad Faisal, Indra Gunawan, Amelia Hayati, Ardi Apriliadi, Dan Muhammad Fajri (2023)</p>	<p>Variabel Independen (X1) Nilai fungsional (X2) Sosial (X3) Emosional (X4) Religiusitas (X5)Nilai pengetahuan</p> <p>Variabel Dependen (Y) Niat investasi green sukuk</p>	Kuantitatif, Skala Likert,Kuisioner, (PLS-SEM).	<ul style="list-style-type: none"> Nilai fungsional berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat investasi <i>green sukuk</i> Nilai sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat investasi <i>green sukuk</i> Nilai Emosional berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat investasi <i>green sukuk</i> Nilai Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat investasi <i>green sukuk</i> Nilai epistemik berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat investasi <i>green sukuk</i>
2.	<p><i>“Purchase intention toward E-pharmacy ad: the consumption value perspective”</i> Pankaj Misra (2024)</p>	<p>Variabel Independen (X1) functional value (X2) emotional value (X3) social value (X4) epistemic value (X5) conditional value</p> <p>Variabel Dependen (Y) purchase intention</p>	Kuantitatif, a cross-sectional survey design, Smart PLS Ver.4.0.9.6	<ul style="list-style-type: none"> Nilai fungsional sebagian positif terhadap <i>purchase intention</i> Nilai Emosional, Nilai sosial, dan nilai kondisional berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>purchase intention</i> Nilai epistemik dan nilai fungsional(sebagian) tidak berpengaruh signifikan terhadap <i>purchase intention</i>

3.	<p><i>“Factors Affecting Inventors’ Decision Regarding Investement In Islamic Sukuk”</i> Andi Duqi dan Hussein Al Tamimi (2019)</p>	<p>Variabel Independen (X1) Karakteristik suuk (X2) Faktor religius (X3) <i>Expected return</i> (X4) Ketersediaan informasi (<i>availability of information</i>)</p> <p>Variabel Dependend (Y) Investasi di suuk</p>	<p>Metode kuantitatif Kuisioner (g-form), Analisis regresi , SPSS</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Karakteristik suuk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi di suuk • Faktor Religius berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi di suuk • <i>Expected return</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi di suuk • Ketersediaan informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi di suuk
4	<p><i>“Determinants of choice behaviour of Islamic investment products in Malaysia”</i> H. Amin, D. Suhartanto, Muhammad Amjad Ali, M. F. Ghazali, Rizal Hamid, Dzuljastri Abdul Razak (2022)</p>	<p>Variabel Independen (X1) Nilai emosional (X2) Nilai epistemik (X3) Nilai kondisional (X4) Nilai fungsional (X5) Nilai sosial</p> <p>Variabel Dependend (Y) Perilaku pilihan investasi</p>	<p>Kuisioner (g-form), PLS</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Nilai emosional memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pilihan investasi • Nilai epistemik memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pilihan investasi • Nilai kondisional memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pilihan investasi • Nilai fungsional memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pilihan investasi • Nilai sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pilihan investasi
5.	<p><i>“Impact of attitude, subjective norms, and perceived behavioural control on intention to invest in retail green sukuk among Muslim millennials in Jabodetabek”</i> Muhammad Ananda Ikhsan & Ries Wulandari (2024)</p>	<p>Variabel independen (X1) Sikap (X2) Norma subjektif (X3) Kontrol perilaku</p> <p>Variabel dependen (Y) niat investasi <i>green sukuk</i></p>	<p>PLS-SEM, kuisioner</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat investasi <i>green sukuk</i> • Norma subjektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat investasi <i>green sukuk</i> • Kontrol perilaku berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat investasi <i>green sukuk</i>

6.	<p><i>“Community Determination Factors Influence the Interest in Investing Retail Green Sukuk: Sustainable Investment as Moderating Variable”</i></p> <p>Kasmad Kasmad, Supatmin Supatmin, Taufik Awaludin, and Ida Syafira (2024)</p>	<p>Variabel Independen</p> <p>(X1) Norma subjektif (X2) Keterbukaan (X3) Pengaruh platform sosial (X4) Pengetahuan lingkungan (X5) Penghindaran resiko</p> <p>Variabel Moderasi</p> <p>(Z) investasi berkelanjutan</p> <p>Variabel dependen</p> <p>(Y) niat investasi green sukuk</p>	<p>PLS-SEM dan analisis deskriptif SMARTPLS Ver.4.0</p>	<ul style="list-style-type: none"> Pengetahuan lingkungan memiliki hubungan positif namun tidak mempengaruhi niat investasi pada <i>green sukuk</i>.
7.	<p><i>“Determinants of Muslim investors in investing through green sukuk retail: an extended pro-environmental planned behavior approach”</i></p> <p>Yan Putra Timur, Ahmad Ajib Ridlwan, Syazwani Abd Rahim, Khusnul Fikriyah, Fitriah Dwi Susilowati, Clarashinta Canggih, Fira Nurafini, Maryam Bte Badrul Munir (2025)</p>	<p>Variabel Independen</p> <p>(X1) <i>Perceived Authority Support</i> (PAS) (X2) <i>Perceived Environmental Concern</i> (PEC) (X3) <i>Perceived Benefit</i> (PB) (X4) <i>Perceived Risk</i> (PR) (X5) <i>Religious Value</i> (RV)</p>	<p>PLS-SEM,SmartPLS ver.3.0</p>	<ul style="list-style-type: none"> PAS,PEC berpengaruh positif dan signifikan terhadap AT,SN,PBC SN,PBC,PB,RV berpengaruh signifikan terhadap INT AT memiliki pengaruh positif terhadap INT namun tidak signifikan

		Variabel dependen (Y) Niat Investasi berkelanjutan (INT) Variabel Mediasi <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Attitude</i> (AT)/Sikap 2. <i>Subjective Norm</i> (SN) Perceived Behavioral Control (PBC)		
8.	Effect of consumption values on customers' green purchase intention: a mediating role of green trust Sanjida Amin and MdTouhiduzzaman Tarun (2021)	Variabel Independen (X1) functional value (X2) social value (X3) emotional value Variabel dependen (Y) purchase intention Variabel Mediasi (M) green trust	Kuantitatif,cross-sectional, kuisioner, SPSS dan SEM-PLS	<ul style="list-style-type: none"> • Nilai emosional memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat pembelian • Nilai sosial, Nilai fungsional tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap niat pembelian
9.	“Consumption values and consumer environmental concern regarding green products” Norazah Mohd Suki and Norbayah Mohd Suki (2015)	Variabel Independen (X1) functional value (X2) social value	Kuantitatif, Purposive sampling, SMART-PLS	<ul style="list-style-type: none"> • Nilai sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli produk hijau • Nilai epistemik berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli produk hijau • Nilai Emosional tidak berpengaruh terhadap niat beli produk hijau

		<p>(X3) emotional value (X4) conditional value (X5) epistemic value</p> <p>Variabel dependen (Y) purchase intention</p>		<ul style="list-style-type: none"> Nilai fungsional tidak berpengaruh terhadap niat beli produk hijau Nilai kondisional tidak berpengaruh terhadap niat beli produk hijau semakin tinggi kepedulian lingkungan konsumen, semakin kuat hubungan antara nilai konsumsi dengan niat pembelian <i>green products</i>.
10.	<p><i>"Investment Behaviour in Retail Green Sukuk: Case of Indonesia"</i></p> <p>Nashr Akbar, M.Ec , Wiku Suryomurti, (2024)</p>	<p>Variabel Independen (X1) Sikap (X2) Norma subjektif (X3) <i>Perceived Behavioral Control</i> (PBC)</p> <p>Variabel dependen (Y)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Niat berinvestasi di Retail Green Sukuk (RGS) 2. Keputusan investasi aktual 	Metode Kuantitatif, Kuisioner PLS-SEM	<ul style="list-style-type: none"> keputusan untuk berinvestasi di RGS dipengaruhi oleh niat dan kontrol perilaku yang dipersepsikan (<i>perceived behavioral control</i>/PBC). Sikap dan norma subjektif memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat untuk berinvestasi di RGS. Sikap ditemukan sebagai prediktor terkuat dari niat dan dipengaruhi oleh pengetahuan tentang RGS, kesadaran lingkungan dan religiusitas.
11.	<p><i>"Extending the theory of planned behavior to identify students'</i></p>	<p>Variabel Independen (X): (X1) Sikap</p>	Metode Kuantitatif, Kuisioner, PLS-SEM,	<ul style="list-style-type: none"> Hasil penelitian mengungkapkan bahwa sikap, norma subjektif, kontrol perilaku yang dirasakan,

	<p><i>investment intentions in internet money market funds”</i> Zhan Baihui, Ku Maisurah Ku Bahador, Rafeah Mat Saat (2024)</p>	<p>(X2) Norma Subjektif (X3) <i>Perceived Behavioral Control</i> (PBC) (X4) Nilai Fungsional (X5) Nilai Efisiensi (X6) Nilai Emosional (X7) Nilai Sosial</p> <p>Variabel dependen (Y): Niat Investasi</p>	SmartPLS	<p>dan nilai yang dirasakan secara signifikan memengaruhi niat investasi mahasiswa.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Selain itu, nilai yang dirasakan, termasuk nilai fungsional, nilai efisiensi, nilai emosional, dan nilai sosial, juga berdampak positif pada niat investasi di kalangan mahasiswa, dengan menekankan pentingnya persepsi mahasiswa tentang kegunaan, kemudahan penggunaan, kepuasan emosional, dan manfaat sosial yang diperoleh dari investasi
12.	<p><i>The impact of consumption value on consumer behaviour: a case study of halal-certified food supplies.</i> Ariff Azly Muhammed, A. A. M., Mohd Nizam, A. R., Firdaus Mohd Hamzah, F. M. H., Che Rosmawati, C. M. Z., & Suhaiza Zailani, S. Z. (2019)</p>	<p>Variabel dependen (Y): <i>Choice Behaviour</i> (CB)</p> <p>Variabel Independen (X): (X1) Nilai Emosional (X2) Nilai Epistemik (X3) Nilai Religius</p>	<p>Metode Kuantitatif, <i>Structural Equation Modeling</i> (CB-SEM)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Nilai Emosional berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku • Nilai Epistemik berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku • Nilai Religius berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku • Nilai Religius merupakan variabel terkuat yang mempengaruhi perilaku
13	<p><i>“A Study on the Impact of the Consumption Value of Sustainable Fashion Products on Purchase Intention Based on the Theory of Planned Behavior”</i> Yifei Wu , Young-SookLee (2025)</p>	<p>Variabel Independen (X): <i>Consumption Value</i> (5 indikator)</p> <p>Variabel dependen (Y): <i>Purchase Intention</i></p> <p>Variabel Moderasi (Z)</p>	<p>Kuantitatif, kuisioner, SPSS 26.0, AMOS 26.0, SEM</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Nilai konsumsi(fungsional, sosial, emosional, nilai berharga, dan nilai etika) berdampak positif signifikan terhadap sikap • TPB (norma subjektif, sikap, dan persepsi kendali perilaku) secara signifikan mempengaruhi niat pembelian. • Nilai sosial memiliki pengaruh terbesar terhadap niat pembelian

		<i>Enviromental Concern</i> Variabel Mediasi (M) <i>Theory of Planned Begavior</i>		
14	<p><i>“Consumers purchase intention in live-streaming e-commerce: A consumption value perspective and the role of streamer popularity”</i></p> <p>Qi zhang, Yuling Wang, Shaizatulaqma Kamalul Ariffin (2024)</p>	<p>Variabel Independen (X): (X1) Nilai Fungsional (X2) Nilai Sosial (X3) Nilai Emosional (X4) Nilai Epistemik (X5) Nilai Kondisional (X6) <i>Self-Gratification Value</i></p> <p>Variabel dependen (Y): Purchase Intention</p> <p>Variabel Moderasi (Z) <i>Streamer Popularity</i></p>	Kuantitatif, kuisioner, SEM(PLS-SEM), SPSS26, SmartPLS 3.3.3	<ul style="list-style-type: none"> Nilai fungsional berpengaruh signifikan terhadap niat beli Nilai sosial berpengaruh signifikan terhadap niat beli Nilai emosional berpengaruh signifikan terhadap niat beli Nilai kondisional berpengaruh signifikan terhadap niat beli Kepuasan diri berpengaruh signifikan terhadap niat beli
15	<p><i>“Purchase Intention of Halal Cosmetics: The Mediating Role of Attitude”</i></p> <p>Maghfira Rizky Maulani1 Nuryakin, Nur Hidayah (2022)</p>	<p>Variabel Independen (X): (X1) <i>Knowledge</i> (X2) <i>Religiousity</i></p> <p>Variabel dependen (Y): Purchase Intention</p>	Kuantitatif, kuisioner, AMOS, SEM-PLS	<ul style="list-style-type: none"> Pengetahuan berpengaruh positif terhadap sikap Pengetahuan tidak mempengaruhi secara signifikan terhadap niat pemberian Keagamaan mempengaruhi secara signifikan terhadap niat pembelian Keagaman tidak memiliki pengaruh terhadap sikap

		Variabel Mediasi (M) Attitude		<ul style="list-style-type: none"> • Sikap berperan sebagai mediasi hubungan antara pengetahuan dan agama terhadap niat pembelian
16	Determinan Niat Investasi <i>Green sukuk</i> pada investor di DKI Jakarta Ismail 2024	Variabel Independen (X1) Sikap Terhadap Perilaku (X2) Norma Subjektif (X3) Persepsi Kontrol Perilaku (X4) Mendukung Perlindungan Lingkungan (X5) Literasi Keuangan Syariah Variabel dependen (Y) Niat Investasi green Sukuk	Kuantitatif, PLS-SEM, Smart PLS	<ul style="list-style-type: none"> • Sikap terhadap perilaku memiliki pengaruh signifikan terhadap niat investasi green sukuk • Norma subjektif memiliki pengaruh signifikan terhadap niat investasi green sukuk • Persepsi kontrol memiliki pengaruh signifikan terhadap niat investasi green sukuk • Mendukung perlindungan lingkungan memiliki pengaruh signifikan terhadap niat investasi green sukuk • Literasi keuangan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap niat investasi green sukuk.
17	<i>“Consumer Attitudes Towards Green Products:Exploration Of The Role Of Functional Values, Emotional Values, And Subjective Norms”</i> Sri Rahayu, Zain Khiswari (2023)	Variabel Independen (X): (X1) Nilai Fungsional (X2) Nilai Emosional Variabel dependen (Y): Sikap Variabel Moderasi (Z) Norma Subjektif	Kuantitatif, PLS-SEM, SmartPLS	<ul style="list-style-type: none"> • Nilai fungsional berpengaruh positif terhadap sikap • Nilai emosional tidak berpengaruh positif terhadap sikap • Variabel moderasi norma subjektif tidak berperan sebagai pemoderasi

Sumber: Data diolah Peneliti (2025)

Tabel 2. 2 Persamaan dan Perbedaan

Persamaan	Perbedaan
Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah menggunakan <i>Theory of Consumption value</i> (Faisal et al., 2023; Mohd Suki & Mohd Suki, 2015; Wu & Lee, 2025; Zhang et al., 2024) dan sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Amin et al. (2022) yang mengaitkan nilai-nilai konsumsi dengan perilaku terhadap produk keuangan syariah dan juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Duqi & Al-Tamimi, 2019) yang menyoroti bahwa perilaku investor ritel dan faktor-faktor psikologis yang mempengaruhi keputusan investor.	Penelitian ini menggabungkan <i>Theory of Consumption value (TCV)</i> , <i>Value-Attitude-Behavior (VAB)</i> dan <i>Theory of Planned behavior (TPB)</i> untuk menjelaskan alur pengaruh dari nilai konsumsi terhadap sikap terhadap niat investasi yang dimana memberikan analisis yang lebih komprehensif. Fokus dari penelitian ini adalah hadirnya variabel sikap menjadi variabel mediasi dalam penelitian ini. Dan keterbaharuan fokus wilayah yaitu di Sumatra.

Sumber: Data diolah Peneliti (2025)

2.2 Kajian Teoritis

2.2.1 *Theory of Consumption Value*

Teori Nilai Konsumsi (TCV) yang dikembangkan oleh Sheth et al. (1991), menjelaskan bahwa keputusan individu dipengaruhi oleh lima nilai utama yaitu nilai fungsional, sosial, emosional, epistemik dan kondisional.

Dalam penelitian ini, peneliti mengadaptasi model TCV dengan menambahkan nilai religius, mengingat konteks penelitian adalah investasi berbasis syariah. Studi sejalan dengan Faisal et al., (2023), dalam penelitiannya ia memasukkan nilai religius kedalam konsep TCV agar sesuai dengan konteks yang di bahas yaitu investasi syariah. Dalam konteks investasi berkelanjutan, nilai-nilai ini relevan karena mencerminkan dimensi praktis, afektif, sosial, spiritual dan intelektual dari keputusan berinvestasi.

2.2.1.1 Nilai Fungsional

Mengacu pada manfaat praktis dan utilitarian dari investasi, seperti keuntungan finansial dan keamanan. Pengertian lain di paparkan oleh Faisal et al., (2023), bahwa nilai fungsional ialah suatu keuntungan yang dipercaya konsumen maupun pelanggan produk atau layanan yang ditawarkan berdasarkan atribut fisik (utilitas) dan fungsinya. Atribut utilitas seperti kinerja, ketergantungan, dan kegunaan dari produk tersebut. Persepsi pelanggan terhadap manfaat fungsional ini terkait dengan seberapa efisien proses pembelian, atau seberapa mudah dan cepat mereka mendapatkan produk yang dinginkan.

Nilai fungsional berasal dari kualitas yang melekat pada barang atau jasa. Akibatnya, pertimbangan seperti harga yang kompetitif dan kualitas produk menjadi sangat penting dalam memengaruhi pilihan pelanggan, terutama dalam hal memilih dan menggunakan barang ramah lingkungan daripada barang yang tidak ramah lingkungan. Pengembangan nilai fungsional dapat dipengaruhi oleh elemen-elemen termasuk keamanan pangan, kesadaran kesehatan, dan nilai ekonomi, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi pengembangan niat beli. Nilai fungsional dalam konteks barang investasi syariah meliputi keamanan, kebutuhan finansial, dan keandalan.

Sejalan dengan hal tersebut, Islam menekankan pentingnya manfaat nyata (manfa'ah) dan kegunaan dalam pemanfaatan sumber daya dalam Al-Qur'an surah Al-Mulk ayat 15 yang memiliki bunyi:

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذُلُّاً فَامْشُوا فِي مَا نَعَكِبُهَا وَكُلُّوا مِنْ رِزْقِهِ ۝ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ ۝

“Dialah yang menjadikan bumi untuk kamu dalam keadaan mudah dimanfaatkan. Maka, jelajahilah segala penjurunya dan makanlah sebagian dari rezeki-Nya. Hanya kepada-Nya kamu (kembali setelah) dibangkitkan.” (QS.Al-Mulk [67]: 15).

Ayat diatas menjelaskan bahwa Allah SWT memerintahkan umatnya untuk menjadikan bumi dan segala sumber dayanya dimanfaatkan dengan sebaik mungkin dan sesuai dengan kebutuhannya, hal ini menunjukkan relevansi efisiensi dan utilitas kebermanfaatan sebagai bagian dari nilai fungsional. Selain itu, Islam juga mendorong umatnya untuk melakukan transaksi dengan berlandaskan pada kualitas, kejujuran, dan keadilan sebagaimana sabda Rasullah ﷺ, bersabda:

البِيْعَانِ بِالْخِيَارِ مَا لَمْ يَتَفَرَّقَا، فَإِنْ صَدَقَا وَبَيَّنَا بُورْكًا لَهُمَا فِي بَيْعِهِمَا، وَإِنْ كَتَمَا وَكَدَّا مُحِقَّتْ بَرَكَةُ بَيْعِهِمَا
"Dua orang yang bertransaksi (penjual dan pembeli) memiliki hak pilih (untuk melanjutkan atau membatalkan) selama mereka belum berpisah. Jika keduanya jujur dan saling menjelaskan kondisi barang, maka akan diberkahi jual-belinya. Namun, jika keduanya menyembunyikan dan berdusta, maka akan dihilangkan berkah dari jual-belinya". (HR Bukhari dan Muslim).

Hadist diatas menjelaskan bahwa kualitas, keandalan dan kejujuran dalam transaksi merupakan elemen penting bagi terciptanya nilai fungsional yang berkah. Dengan demikian dapat kita simpulkan bahwa nilai fungsional tidak hanya dilihat dari aspek utilitarian semata, tetapi juga harus menjamin adanya kebermanfaatan, keamanan dan keberkahan.

2.2.1.2Nilai Sosial

Terkait dengan pengaruh sosial dan citra yang diperoleh dari investasi yang dianggap bertanggung jawab secara sosial. Dalam hal konsumsi dan pilihan, nilai sosial adalah pengaruh dari mereka yang memiliki kekuatan untuk mempengaruhi proses pengambilan keputusan seseorang. Nilai sosial, yang dipengaruhi oleh rasa

status, rasa memiliki, dan kontribusi seseorang terhadap masyarakat, mempengaruhi niat perilaku atau akseptabilitas (Faisal et al., 2023).

Dalam perspektif Islam Allah SWT berfirman dalam surat Al-Qhashas ayat 77, yang berbunyi:

وَابْتَغِ فِيمَا أَتَكَ اللَّهُ الدَّارُ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسِ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنْ كَمَا أَخْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ
الْفَسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ ﴿٧٧﴾

“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.” (QS. Al-Qhasas [28]: 77).

Ayat diatas dapat dihubungkan dalam konteks aktivitas ekonomi, termasuk konsumsi maupun investasi, dimana hal tersebut tidak boleh hanya berorientasi kepada keuntungan pribadi saja melainkan harus bermanfaat bagi masyarakat dan lingkungan. Hal ini juga sejalan dengan sabda Rasulullah ﷺ :

حَيْرُ النَّاسِ أَنْفَعُهُمْ لِلنَّاسِ

“Sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi orang lain.” (HR. Ahmad, ath-Thabrani, ad-Daruqutni. Hadits ini disahkan oleh Al-Albani didalam Shahilul Jami’ no:3289)

Hadist ini menegaskan bahwa nilai sosial dalam pilihan ekonomi tercermin dari kontribusi yang memberikan dampak positif bagi kesejahteraan bersama.

2.2.1.3Nilai Emosional

Berkaitan dengan perasaan yang ditimbulkan oleh suatu investasi, seperti kepuasan atau kebanggaan dalam berkontribusi terhadap perlindungan lingkungan. Menurut Shet et. al (1991) nilai emosional adalah utilitas yang diperoleh konsumen dari kemampuan suatu produk atau layanan untuk membangkitkan perasaan atau

keadaan afektif tertentu, seperti kegembiraan, kenyamanan, atau keamanan. Nilai ini dianggap penting karena konsumen membeli bukan hanya untuk kebutuhan fungsional tetapi juga untuk memenuhi kebutuhan emosional.

Hal tersebut sejalan dengan firman Allah SWT dalam surat Al-Baqarah ayat 265 yang berbunyi:

وَمِثْلُ الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ ابْتِغَاءَ مَرْضَاتٍ اللَّهُ وَتَشْيِئَنَا مِنْ أَنْفُسِهِمْ كَمَثْلٍ جَنَّةٍ، بِرِبْوَةٍ أَصَابَهَا وَإِلَّا فَأَتَتْ أُكُلَّهَا ضَعْفَيْنِ فَإِنْ لَمْ يُصِبْهَا وَإِلَّا قَطْلٌ وَاللَّهُ إِنَّمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ ٢٦٥

“Perumpamaan orang-orang yang menginfakkan harta mereka untuk mencari rida Allah dan memperteguh jiwa mereka adalah seperti sebuah kebun di dataran tinggi yang disiram oleh hujan lebat, lalu ia (kebun itu) menghasilkan buah-buahan dua kali lipat. Jika hujan lebat tidak menyiraminya, hujan gerimis (pun memadai). Allah Maha Melihat apa yang kamu kerjakan.”(QS. Al-Baqarah [2]: 265).

Ayat diatas menekankan pengeluaran harta pada jalan yang baik akan memberikan dampak emosional yang positif berupa ketentraman dan kepuasan batin. Ayat tersebut juga menggambarkan bahwa pengeluaran harta dengan tujuan yang baik bukan hanya berdampak pada hasil materi, tetapi juga menumbuhkan kondisi emosional yang positif, seperti ketentraman, rasa aman, dan kepuasan batin. Dalam konteks modern, hal tersebut dapat dibungkungkan dengan investasi yang bersifat keberlanjutan yaitu di instrumen investasi syariah yang dapat menumbuhkan kondisi emosional yang positif seperti kentraman , rasa aman dan kepuasan batin.

2.2.1.4Nilai Keagamaan (Religiusitas)

Nilai keagamaan merujuk pada tingkat kesesuaian suatu produk atau keputusan konsumsi dengan prinsip dan ajaran agama yang dianut oleh individu. Meskipun tidak termasuk dalam lima nilai asli TCV, nilai ini sering digunakan

dalam studi yang mengembangkan teori tersebut dalam konteks Muslim atau masyarakat religius. Dalam penelitian Alam et al., (2011), menemukan bahwa kebiasaan belanja umat Islam sangat dipengaruhi oleh religiusitas mereka, terutama dalam hal memilih barang halal dan layanan perbankan Islam. Studi sejalan dengan Faisal et al., (2023) nilai ini juga mendukung terhadap keputusan seseorang berinvestasi di instrumen syariah yaitu *green sukuk*. Dalam konteks investasi syariah, nilai keagamaan muncul saat konsumen merasa bahwa investasi yang dilakukan sesuai dengan prinsip syariah dan membawa manfaat spiritual. Dalam surat Al-Baqarah ayat 275 yang berbunyi:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبُوَا لَا يَقُولُونَ إِلَّا كَمَا يَفْعُلُ الَّذِي يَتَحَجَّطُهُ الشَّيْطَنُ مِنَ الْمُسْكِنِ ذَلِكَ بِأَكْثَمٍ قَالُوا إِنَّا
الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبُوَا وَأَحَلَ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَمَ الرِّبُوَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَأَنْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ
وَأَنْفَرْهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْبَحُ النَّارَ هُنْ فِيهَا خَلِدُونَ (٢٧٥)

“Orang-orang yang memakan (bertransaksi dengan) riba tidak dapat berdiri, kecuali seperti orang yang berdiri sempoyongan karena kesurupan setan. Demikian itu terjadi karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Siapa pun yang telah sampai kepadanya peringatan dari Tuhan (menyangkut riba), lalu dia berhenti sehingga apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Siapa yang mengulangi (transaksi riba), mereka itulah penghuni neraka. Mereka kekal di dalamnya.”(QS. Al-Baqarah [2]: 275).

Arti ayat diatas Allah SWT milarang umat muslim melakukan larangan riba termasuk dalam aktivitas ekonomi, dalam pengertian “*Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba*” hal tersebut menekankan bahwa umat muslim dituntut untuk memilih instrumen keuangan yang bebas dari praktik riba, termasuk investasi berbasis syariah.

2.2.1.5Nilai Epistemik

Menggambarkan keingintahuan dan pencarian pengetahuan baru melalui investasi dalam instrumen yang inovatif (Faisal et al., 2023). Sheth et al. (1991) menjelaskan bahwa nilai epistemik muncul ketika suatu produk mampu memenuhi rasa ingin tahu, memberikan kebaruan, atau memperluas wawasan konsumen. Dalam konteks investasi syariah, nilai epistemik muncul saat investor tertarik mempelajari bagaimana instrumen sesuai dengan prinsip syariah. Konsumen yang memiliki motivasi belajar tinggi akan menghargai informasi transparan, inovasi produk, dan edukasi yang diberikan.

2.2.2 *Theory of Planned Behavior (TPB)*

Teori Perilaku Terencana menyatakan bahwa tiga faktor utama memengaruhi tindakan seseorang. Faktor-faktor tersebut adalah perasaan mereka tentang perilaku tersebut, apa yang diharapkan masyarakat dari mereka, dan seberapa besar kendali yang mereka rasa miliki atas perilaku tersebut (Ajzen, 1991). Teori ini menekankan bahwa niat untuk bertindak merupakan prediktor paling langsung dari perilaku aktual. Menurut (Ajzen, 1991) niat terbentuk ketika individu memiliki penilaian positif terhadap suatu perilaku, memperoleh dukungan sosial atau norma yang mengarah pada penerimaan sosial, serta meyakini bahwa perilaku tersebut membawa manfaat dan dapat diimplementasikan dengan peluang yang tersedia (Ajzen, 1985). Namun dalam penelitian ini hanya sikap yang difokuskan karena sikap dterminant terkuat yang memengaruhi perilaku individu.

Oleh karena itu, sikap diposisikan sebagai variable mediasi dalam hubungan nilai konsumsi dan niat investasi syariah.

2.2.3 *Value Attitude Behavior*

Model Nilai Sikap Perilaku (VAB) atau hierarki nilai sikap perilaku yang diperkenalkan oleh Homer & Kahle (1988) menjelaskan bahwa nilai abstrak individu membentuk sikap evaluatif, yang selanjutnya memengaruhi perilaku aktual. Teori ini mendukung alur kausal dalam penelitian ini, yakni nilai konsumsi (fungsional, sosial, emosional, religius, dan epistemik) membentuk sikap, yang kemudian menjadi jalur utama menuju niat investasi. Penelitian Nazirova & Borbala (2024) turut menegaskan bahwa sikap merupakan mediator alami antara sistem nilai dan tindakan nyata, sejalan dengan kerangka VAB.

Model ini juga banyak digunakan dalam studi perilaku konsumen terkait keberlanjutan, seperti keputusan membeli produk hijau, pola konsumsi ramah lingkungan, dan upaya pengurangan sampah, yang konsisten menunjukkan keterhubungan nilai → sikap → perilaku terbukti kuat (Habib et al., 2023; Ma & Chang, 2022; Sheikh et al., 2025). Dengan demikian, penelitian ini menempatkan VAB sebagai teori pendukung untuk menegaskan peran sikap sebagai mediator antara nilai konsumsi dan niat investasi syariah.

2.2.4 *Niat Investasi*

Niat investasi adalah kecenderungan psikologis atau kemauan seseorang untuk menginvestasikan uang dalam instrumen tertentu dengan harapan

memperoleh keuntungan di masa depan. Menurut Dika (2023) niat investasi adalah keinginan untuk memperoleh pengetahuan tentang jenis investasi tertentu, termasuk kinerja, kelemahan, dan aspek lainnya, untuk membuat keputusan yang tepat. Menurut Ajzen (1991) dalam Teori Perilaku Terencana (TPB), niat individu memainkan peran kunci dalam menentukan apakah mereka akan benar-benar bertindak, termasuk dalam proses pengambilan keputusan keuangan.

Niat ini dipengaruhi oleh banyak faktor, termasuk sikap terhadap investasi, norma sosial subjektif, dan keyakinan tentang pengendalian diri terkait pengetahuan keuangan dan kemampuan keuangan. Dengan kata lain, niat seseorang untuk berinvestasi diperkuat dengan persepsi positif tentang manfaat dan kemudahan berinvestasi.

Dalam penelitian ini niat investasi tersebut merujuk pada niat investasi pada instrumen syariah. Pengertian dari Investasi syariah ialah penanaman modal yang dijalankan berdasarkan prinsip syariah, yang menekankan keadilan, keberkahan, dan keterhindaran dari praktik riba (bunga), *gharar* (ketidakpastian berlebihan), dan *maysir* (spekulasi/judi)(Inayah, 2020). Di Indonesia, bentuk investasi syariah bermacam-macam mulai dari saham syariah, sukuk, dan reksadana syariah yang langsung diawasi oleh OJK.

2.2.5 Sikap

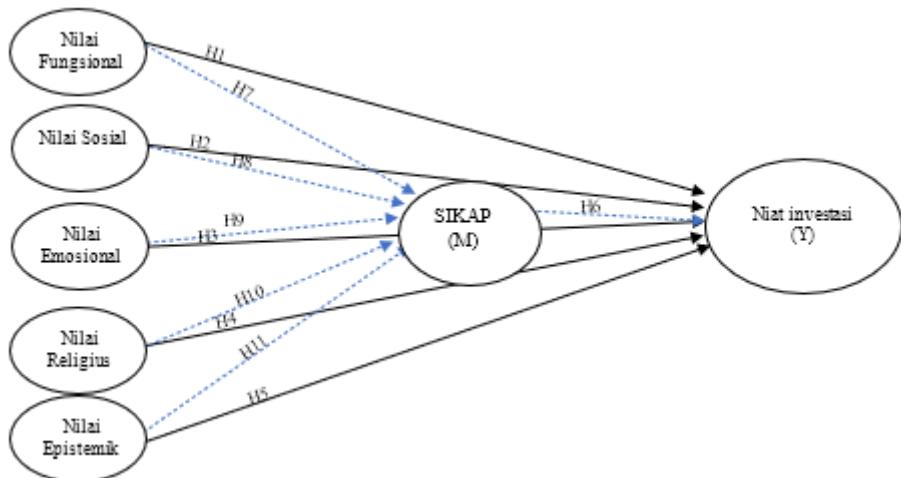
Sikap dapat diartikan sebagai representasi kognitif dan afektif individu terhadap objek, orang, atau situasi tertentu, yang kemudian tercermin dalam kecenderungan berperilaku. Sikap terbentuk berdasarkan keyakinan seseorang

terhadap konsekuensi dari suatu tindakan, serta evaluasinya terhadap hasil yang diperoleh (Ajzen, 1991). Dalam konteks investasi berkelanjutan, sikap mencerminkan bagaimana individu menilai manfaat maupun risiko dari keterlibatan dalam instrumen yang mendukung prinsip syariah dan keberlanjutan. Semakin positif sikap seseorang terhadap prinsip syariah, maka semakin besar kemungkinan ia merealisasikan niat investasinya (Ikhsan & Wulandari, 2024).

Menurut (Baihui et al., 2024) Sikap mengacu pada skema evaluasi individu terhadap konsekuensi dari tindakan tertentu. Oleh karena itu, sikap dalam penelitian ini menjembatani niat investasi syariah.

2.3 Kerangka Konseptual

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual



Sumber: Data diolah Peneliti (2025)

Keterangan:

- : Pengaruh Parsial
- : Pengaruh Mediasi

- H1: S. Amin & Tarun (2021); Baihui et al., (2024); Faisal et al., (2023); Misra, (2025); Mohd Suki & Mohd Suki (2015); Zhang et al., (2024)
- H2: S. Amin & Tarun (2021); Baihui et al., (2024); Faisal et al., (2023); Misra (2025); Mohd Suki & Mohd Suki (2015)
- H3: Ariff Azly Muhamed et al. (2019); Baihui et al., (2024); Faisal et al., (2023); Misra (2025); Mohd Suki & Mohd Suki (2015); Rahayu & Khiswari (2023)
- H4: Ariff Azly Muhamed et al., (2019); Duqi & Al-Tamimi (2019); Faisal et al., (2023); Ismail (2024); Timur et al., (2025)
- H5: Ariff Azly Muhamed et al., (2019); Faisal et al., (2023); Maulani et al., (2022); Misra (2025); Mohd Suki & Mohd Suki (2015)
- H6: Akbar et al., (2024); Baihui et al., (2024); Ikhsan & Wulandari (2024); Ismail (2024)
- H7: (Akbar et al., 2024; Baihui et al., 2024; Faisal et al., 2023a; Ikhsan & Wulandari, 2024)
- H8: (Baihui et al., 2024; Faisal et al., 2023a; Ismail, 2024; Misra, 2025; Zhang et al., 2024)
- H9: (Akbar et al., 2024; S. Amin & Tarun, 2021; Ariff Azly Muhamed et al., 2019; Faisal et al., 2023a; Ikhsan & Wulandari, 2024; Rahayu & Khiswari, 2023)
- H10: (Duqi & Al-Tamimi, 2019; Faisal et al., 2023a; Ikhsan & Wulandari, 2024; Ismail, 2024; Timur et al., 2025; Wu & Lee, 2025)
- H11: (H. Amin et al., 2022; Faisal et al., 2023a; Ismail, 2024; Kasmad et al., 2024; Maulani et al., 2022; Mohd Suki & Mohd Suki, 2015)

Kerangka ini menggambarkan bahwa nilai-nilai konsumsi secara langsung memengaruhi sikap, yang pada akhirnya memengaruhi niat investasi berkelanjutan. Pemilihan sikap sebagai variabel mediasi didasarkan pada model *Value-Attitude-Behavior* Milfont et al. (2010) dan TPB Ajzen (1991) yang menekankan bahwa sikap adalah prediktor utama niat perilaku

2.4 Hipotesis Penelitian

2.4.1 Pengaruh nilai fungsional terhadap niat investasi

Menurut berbagai penelitian, nilai fungsional memiliki dampak positif dan substansial terhadap sikap seseorang terhadap suatu produk atau pilihan investasi. Kegunaan praktis suatu produk, seperti efektivitas, kualitas, dan keuntungan finansialnya, disebut sebagai nilai fungsionalnya (Sheth et al., 1991).

Nilai fungsional memiliki dampak positif terhadap niat investasi Syariah (Faisal et al., 2023; Zhang et al., 2024). Keputusan investasi semakin tinggi ketika nilai fungsional semakin tinggi. Pernyataan tersebut diperkuat Baihui et al., (2024) nilai fungsional mempengaruhi investasi berbasis *online*.

Sebaliknya S. Amin & Tarun (2021) dan Mohd Suki & Mohd Suki (2015) berpendapat nilai fungsional tidak berpengaruh terhadap niat beli pada *green product*. Sejalan dengan Misra (2025) bahwa nilai fungsional dapat berpengaruh apabila melalui perantara.

Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun nilai fungsional dianggap penting, kekuatan pengaruhnya dapat bervariasi tergantung pada konteks sosial dan persepsi afektif lainnya. Oleh karena itu, meskipun nilai fungsional diyakini

berkontribusi terhadap pembentukan niat, perannya tetap perlu diuji ulang secara empiris dalam konteks investasi syariah yang memiliki dimensi etika dan religiusitas yang lebih kuat dibandingkan produk keuangan konvensional. Oleh karena itu, peneliti dapat menyusun hipotesa berupa:

H1: Nilai fungsional berpengaruh terhadap niat investasi.

2.4.2 Pengaruh nilai sosial terhadap investasi

Niat investasi dalam keuangan Islam dipengaruhi oleh nilai-nilai sosial, yang signifikan dan menguntungkan (H. Amin et al., 2022; Baihui et al., 2024; Faisal et al., 2023). Nilai ini mencerminkan tekanan normatif atau keinginan untuk diakui secara sosial. Penelitian sejalan dengan Mohd Suki & Mohd Suki (2015) nilai sosial memiliki pengaruh positif terhadap niat beli pada *green product*.

Hasil lain diperoleh dari penelitian S. Amin & Tarun (2021) nilai sosial tidak berpengaruh terhadap niat pembelian. Studi menunjukkan bahwa dalam beberapa konteks, nilai sosial tidak selalu menjadi variabel dominan dalam membentuk sikap, terutama ketika faktor-faktor intrinsik seperti nilai religius atau nilai epistemik lebih menonjol. Oleh karena itu, peneliti dapat menyusun hipotesa berupa:

H2 : Nilai sosial berpengaruh terhadap niat investasi.

2.4.3 Pengaruh nilai emosional terhadap investasi

Nilai emosional terkait dengan kepuasan afektif yang timbul dari keputusan berinvestasi yang dianggap bermakna secara personal. Dalam konteks investasi

syariah, nilai ini muncul dari perasaan berkontribusi pada keberlanjutan dan mengikuti prinsip syariah. Penelitian Baihui et al., (2024) dan Faisal et al., (2023) mengonfirmasi sikap positif terhadap produk keuangan syariah dibentuk oleh adanya peran penting dari nilai emosional. Keputusan yang memberi rasa nyaman, aman, dan berdampak positif secara sosial dan spiritual dapat memicu keterikatan emosional yang mendalam, sehingga memperkuat sikap investor. Hal ini sejalan dengan penelitian Misra (2025) nilai emosional berpengaruh positif terhadap niat beli produk hijau.

Sebaliknya hasil lain ditemukan Ariff Azly Muhamed et al., (2019) dan Rahayu & Khiswari (2023) nilai emosional tidak selalu berpengaruh signifikan terhadap sikap atau niat investasi, terutama ketika persepsi utilitas atau rasionalitas lebih dominan. Nilai emosional juga bisa bersifat subjektif dan temporer, tergantung pada kondisi afektif individu atau ekspektasi yang terbentuk. Dalam beberapa kasus, investor justru lebih terpengaruh oleh nilai fungsional atau religius dibandingkan emosi yang ditimbulkan dari suatu keputusan investasi. Oleh karena itu, peneliti dapat menyusun hipotesa berupa:

H3 : Nilai emosional berpengaruh terhadap niat investasi.

2.4.4 Pengaruh nilai religius terhadap investasi

Nilai religius mempengaruhi perilaku konsumsi dan investasi individu dengan menempatkan aspek keimanan, kepatuhan terhadap syariat, dan tanggung jawab moral sebagai dasar keputusan. Dalam investasi syariah, yang menggabungkan prinsip syariah dan keberlanjutan, nilai religius menjadi fondasi

pembentukan sikap positif. Penelitian Duqi & Al-Tamimi (2019), Faisal et al., (2023) dan Timur et al., (2025) nilai religius berkontribusi signifikan terhadap sikap dan preferensi individu pada produk keuangan syariah. Sikap positif muncul ketika investor merasa yakin bahwa instrumen investasi yang dipilih selaras dengan ajaran agama dan berdampak baik secara spiritual dan sosial

Namun demikian, terdapat temuan bahwa nilai religius tidak selalu berpengaruh langsung terhadap sikap, melainkan melalui mediasi faktor-faktor lain seperti norma sosial atau persepsi kendali (Ismail, 2024). Dalam beberapa kasus, nilai religius hanya menjadi latar belakang yang tidak teraktualisasi dalam bentuk sikap konkret jika tidak didukung informasi dan literasi yang memadai. Hal ini mengindikasikan bahwa nilai religius bisa bersifat latar (*background factor*) daripada faktor determinan utama dalam membentuk sikap, terutama dalam konteks pengambilan keputusan finansial yang kompleks. Oleh karena itu, pengaruh nilai religius terhadap sikap perlu dikaji lebih mendalam dalam konteks integratif yang mempertimbangkan faktor-faktor lainnya, peneliti dapat menyusun hipotesa berupa:

H4: Nilai religius berpengaruh terhadap niat investasi.

2.4.5 Pengaruh nilai epistemik terhadap investasi

Nilai epistemik menggambarkan keingintahuan intelektual dan kebutuhan informasi dalam membuat keputusan investasi. Dalam konteks investasi syariah, nilai ini muncul saat investor terdorong oleh rasa ingin tahu terhadap produk investasi baru yang berorientasi pada keberlanjutan dan berbasis syariah. Pada

dasarnya niat beli terhadap produk investasi syariah yang inovatif dipengaruhi oleh nilai epistemik (Faisal et al., 2023). Hal tersebut sejalan dengan beberapa penelitian (Ariff Azly Muhamed et al., 2019; Maulani et al., 2022 dan Mohd Suki & Mohd Suki, 2015)

Penelitian lain menunjukkan pengaruh tidak signifikan dari nilai epistemik terhadap niat investasi atau *purchase intention*. Seperti penelitian Misra (2025) menunjukkan nilai epistemik cenderung inkonsisten dalam memengaruhi preferensi *purchase intention*, terutama ketika informasi yang tersedia tidak cukup atau sulit dipahami. Selain itu, ketika pengetahuan tidak diikuti dengan keyakinan atau sikap yang kuat, pengaruh nilai epistemik menjadi terbatas. Oleh karena itu, untuk menilai apakah nilai epistemik dapat membentuk sikap positif terhadap niat investasi syariah, peneliti dapat menyusun hipotesa berupa:

H5 : Nilai epistemik berpengaruh terhadap niat investasi.

2.4.6 Pengaruh nilai sikap terhadap niat investasi syariah

Sikap individu terhadap suatu perilaku merupakan prediktor utama dalam membentuk intensi atau niat untuk melakukannya, sebagaimana dijelaskan dalam TPB (Ajzen, 1991). Dalam konteks tersebut, niat untuk berpartisipasi didorong oleh sikap positif terhadap investasi syariah. Pernyataan ditegaskan bahwa faktor kunci dalam mendorong niat investasi di kalangan investor muda dan sadar lingkungan adalah sikap menurut Akbar et al., (2024), Baihui et al., (2024) dan Ikhsan & Wulandari (2024). Penelitian Ismail (2024) juga menunjukkan bahwa sikap

berpengaruh signifikan terhadap niat investasi, bahkan lebih kuat daripada faktor literasi keuangan.

Menurut Timur et al., (2025) sikap tidak selalu memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap niat investasi. Hal tersebut terimplementasikan ketika ada faktor lain seperti norma sosial atau persepsi risiko yang lebih dominan dalam membentuk niat individu. Dalam konteks investasi, sikap yang positif mungkin tidak langsung diterjemahkan menjadi niat investasi apabila tidak disertai dengan keyakinan akan manfaat finansial, dukungan sosial, atau kontrol perilaku. Oleh karena itu, peneliti dapat menyusun hipotesa berupa:

H6 : Sikap berpengaruh terhadap niat investasi syariah

2.4.7 Pengaruh sikap sebagai mediator antara nilai fungsional dengan niat syariah

Penelitian Amin et al. (2022), Baihui et al. (2024) dan Faisal et al. (2023) menemukan bahwa niat investasi terhadap produk investasi syariah dipengaruhi secara positif oleh nilai fungsional yang meliputi kemudahan akses, kejelasan manfaat finansial, dan efisiensi. Dalam konteks investasi, persepsi fungsional terkait manfaat finansial, keamanan, dan kesesuaian syariah menjadi fondasi dalam membentuk sikap positif.

Menurut Akbar et al. (2024) dan Ikhsan & Wulandari (2024), sikap berpengaruh positif signifikan terhadap niat investasi syariah. Maka dari itu, sikap digunakan menjadi mekanisme psikologis yang menjembatani antara persepsi nilai fungsional dan niat berinvestasi. Dengan demikian, hipotesis berikut dirumuskan:

H7: Sikap memediasi pengaruh nilai fungsional terhadap niat investasi syariah.

2.4.8 Pengaruh sikap sebagai mediator antara nilai sosial dengan niat investasi syariah

Nilai sosial mencerminkan dorongan untuk memperoleh pengakuan atau status sosial melalui perilaku investasi yang dianggap etis atau bertanggung jawab. Penelitian Faisal et al. (2023) mengonfirmasi nilai sosial berpengaruh signifikan terhadap niat seseorang dalam berinvestasi pada instrumen syariah, khususnya dalam komunitas yang religius atau pro-lingkungan.

Selanjutnya, berdasarkan temuan Baihui et al. (2024) dan Ismail (2024) sikap yang terbentuk dari dorongan sosial tersebut berkontribusi pada peningkatan niat berinvestasi. Artinya, individu yang merasa bahwa investasi syariah memberikan citra sosial positif akan memiliki sikap yang baik dan pada akhirnya berniat untuk membeli. Dengan demikian, hipotesis berikut dirumuskan:

H8: Sikap memediasi pengaruh nilai sosial terhadap niat investasi syariah

2.4.9 Pengaruh sikap sebagai mediator antara nilai emosional dengan niat investasi syariah

Nilai emosional menyangkut pengalaman afektif, seperti rasa bangga, puas, atau nyaman karena berinvestasi pada instrumen yang berdampak sosial-

lingkungan. Menurut Amin et al. (2022); Baihui et al. (2024) dan Faisal et al. (2023) investasi syariah dipengaruhi oleh nilai ini.

Namun, tergantung pada situasi dan variabel eksternal seperti literasi keuangan, nilai emosional tidak selalu penting (Rahayu & Khiswari, 2023). Di sisi lain, ketika nilai ini membentuk sikap positif, maka dampaknya terhadap niat investasi menjadi lebih kuat terkonfirmasi melalui hasil studi Akbar et al. (2024) dan Ikhsan & Wulandari (2024). Dengan demikian, hipotesis berikut dirumuskan

H9: Sikap memediasi pengaruh nilai emosional terhadap niat investasi syariah.

2.4.10 Pengaruh sikap sebagai mediator antara nilai religius dengan niat investasi syariah

Nilai religius berkaitan dengan keyakinan bahwa keputusan investasi selaras dengan ajaran agama. Dalam konteks investasi, aspek syariah dan keberlanjutan menjadi faktor utama. Studi oleh Duqi & Al-Tamimi (2019) dan Faisal et al. (2023) menemukan nilai religius berkontribusi positif terhadap sikap terhadap investasi syariah.

Sementara itu, Ikhsan & Wulandari (2024) dan Ismail (2024) menegaskan bahwa sikap yang dilandasi nilai religius akan berpengaruh terhadap niat investasi. Dengan demikian, nilai religius mendorong pembentukan sikap positif yang selanjutnya meningkatkan niat berinvestasi. Dengan demikian, hipotesis berikut dirumuskan

H10: Sikap memediasi pengaruh nilai religius terhadap niat investasi syariah.

2.4.11 Pengaruh sikap sebagai mediator antara nilai epistemik dengan niat investasi syariah

Nilai epistemik berakar dari keingintahuan intelektual atau dorongan untuk memahami hal baru. Dalam investasi syariah, investor yang terdorong oleh keingintahuan tentang konsep keuangan berkelanjutan syariah akan menunjukkan sikap terbuka. Studi oleh Amin et al. (2022) dan Faisal et al. (2023) memperlihatkan nilai epistemik berdampak pada pembentukan sikap positif terhadap produk keuangan inovatif. Penelitian (Mohd Suki & Mohd Suki, 2015) mengatakan nilai epistemik memiliki pengaruh yang paling kuat dalam konteks pembelian produk hijau yang dimana dalam hal ini dapat digunakan dalam konteks investasi syariah.

Penelitian (Akbar et al., 2024; Ismail, 2024) juga menunjukkan sikap positif terhadap investasi syariah yang terbentuk dari motivasi kognitif dan pemahaman akan manfaatnya akan mendorong niat investasi. Maka, nilai epistemik berkontribusi terhadap niat investasi melalui pembentukan sikap yang didasari pemahaman. Dengan demikian, hipotesis dirumuskan

H11: Sikap memediasi pengaruh nilai epistemik terhadap niat investasi syariah

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Pendekatan kuantitatif digunakan dalam penelitian dengan jenis penelitian eksplanatori. Metode diterapkan karena tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan bagaimana nilai-nilai berbeda pada individu dapat mempengaruhi keputusan mereka untuk berinvestasi pada produk keuangan syariah dan ramah lingkungan. Lima aspek nilai konsumsi (nilai fungsional, sosial, emosional, religius, dan epistemik) dalam penelitian ini menjadi variabel utama yang dianggap berpengaruh pada keputusan seseorang untuk berinvestasi. Selain itu, variabel sikap diposisikan sebagai mediator.

Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuisioner berdasarkan indikator untuk setiap variabel diikuti dengan survei terhadap responden yang relevan. Setelah pengumpulan data berhasil, analisis dilakukan menggunakan pemodelan persamaan struktural kuadrat terkecil parsial (PLS-SEM). Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan penanganan model yang kompleks, terutama ketika variabel sulit diukur secara langsung dan harus diwakili oleh beberapa indikator. Selain itu, PLS-SEM lebih sesuai untuk kondisi data lapangan yang sering berfluktuasi karena tidak mengharuskan data memiliki distribusi normal sempurna. Pendekatan ini memungkinkan peneliti menguji efek mediasi, yang merupakan komponen krusial dari tujuan penelitian, serta mengamati interaksi langsung dan tidak langsung antar variabel.

Pemilihan PLS-SEM disarankan oleh (Hair et al., 2021) yang menyatakan pendekatan ini sangat tepat untuk penelitian yang membutuhkan banyak konstruk laten, formulasi teori dan prediksi. Oleh karena itu, penggunaan pendekatan ini tidak hanya memberikan fleksibilitas dalam analisis, tetapi juga berkontribusi pada hasil yang lebih andal dan akurat. Secara keseluruhan, kombinasi metodologi penelitian eksplanatori, penerapan konstruk nilai konsumsi dan analisis PLS-SEM diharapkan dapat menghasilkan pemahaman yang lebih komprehensif tentang motivasi dibalik keputusan investor individu untuk membeli instrumen keuangan berkelanjutan yang sesuai dengan syariah.

3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di salah satu wilayah utama di Indonesia yang memiliki jumlah investor tertinggi berdasarkan data Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI, 2024), yaitu pulau Jawa, Sumatera dan Sulawesi. Wilayah ini dipilih untuk memperoleh gambaran yang representatif terhadap persepsi dan niat investasi individu dalam konteks investasi syariah.

Selain aspek demografis dan distribusi investor, pemilihan wilayah ini juga mempertimbangkan tingkat literasi keuangan syariah, akses terhadap infrastruktur digital, serta populasi muslim yang dominan, yang secara teoritis relevan dengan segmentasi pasar instrumen berbasis prinsip syariah dan keberlanjutan. Oleh karena itu, lokasi penelitian dipilih secara purposif untuk menjamin relevansi data terhadap tujuan penelitian serta generalisasi model teoritis dalam konteks sosial-ekonomi dan keuangan Indonesia.

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi penelitian terdiri dari seluruh individu yang tinggal di Jawa, Sumatera dan Sulawesi yang memiliki tertarik, mengetahui, atau memiliki akses terhadap instrumen investasi syariah. Populasi didefinisikan sebagai sekumpulan elemen atau entitas dengan karakteristik umum yang dapat digeneralisasikan temuan penelitiannya (Hair et al., 2021). Berdasarkan konteks yang diteliti, populasi meliputi investor aktif maupun calon investor yang belum berinvestasi, namun memiliki kecenderungan perilaku investasi berbasis nilai-nilai keberlanjutan dan prinsip syariah.

Sampel adalah bagian dari populasi yang dianggap representatif dari keseluruhan populasi dan secara langsung menjadi subjek pengumpulan data penelitian (Hair et al., 2021). Untuk memilih sampel acak, populasi terlebih dahulu dibagi menjadi beberapa strata menggunakan strategi pengambilan sampel acak berstrata, teknik pengambilan sampel probabilitas berstrata, seperti yang digunakan dalam penelitian ini. Usia menjadi dasar stratifikasi dalam penelitian ini.

Menurut Hair et al., (2021) asumsi $n \times 5$ digunakan untuk menghitung ukuran sampel berdasarkan jumlah indikator dalam kuesioner. Rumus berikut digunakan untuk menentukan ukuran sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini berdasarkan pedoman berikut:

$$n = \text{jumlah item pertanyaan} \times 5$$

$$n = 48 \times 5$$

$$n = 240 \text{ responden}$$

Merujuk pada hasil perhitungan jumlah minimum sampel, penelitian ini menetapkan sebanyak 240 responden, yang terdiri dari investor individu yang tersebar di wilayah Sumatera sebagai partisipan penelitian.

3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah pengambilan sampel acak berstrata, suatu bentuk pengambilan sampel probabilitas di mana populasi dibagi menjadi beberapa kelompok berdasarkan kriteria tertentu, dan sampel diambil secara acak dari setiap strata untuk memastikan representatifnya (Hair et al., 2021). Pemilihan teknik ini didasarkan pada kebutuhan penelitian untuk memperoleh responden yang memiliki pemahaman dasar terhadap konteks investasi syariah dan keberlanjutan.

Adapun kriteria inklusi dalam penelitian ini adalah:

- (1) Investor individu yang berdomisili di Jawa, Sumatera dan Sulawesi.
- (2) Sudah pernah berinvestasi pada instrumen syariah antara lain (saham syariah, sukuk, dan reksadan syariah).
- (3) Berusia minimal 17 tahun

3.5 Data dan Jenis Data

3.5.1 Data Primer

Data primer dikumpulkan langsung dari responden menggunakan penyebaran kuesioner tertutup dengan skala Likert. Data ini digunakan untuk mengukur persepsi responden terhadap variabel penelitian, yaitu nilai konsumsi

(fungsional, sosial, emosional, religius, dan epistemik), sikap investasi, dan niat investasi. Teknik pengumpulan data dilakukan secara daring (*Google Form*), kepada individu yang memenuhi syarat yang berdomisili di pulau Jawa, Sumatera dan Sulawesi, melalui media sosial, komunitas investor, group WhatsApp, dan Telegram). Data yang dikumpulkan bersifat kuantitatif dan diukur menggunakan skala Likert lima poin.

Tabel 3. 1 Kriteria pemberian Skor Kusioner

Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Data diolah Peneliti (2025)

Peneliti dapat memperoleh pengetahuan terkini, relevan, dan kontekstual tentang topik penelitian dengan menggunakan data primer. Versi terbaru perangkat lunak SmartPLS digunakan untuk mengevaluasi data ini secara kuantitatif guna menguji hubungan antara konstruk dan model struktural (Hair et al., 2021).

3.5.2 Data Sekunder

Studi ini menggunakan dat sekunder dari berbagai sumber tepercaya selain data primer untuk memperkuat konteks dan analisis temuan. Data sekunder mencakup informasi terkait tren pertumbuhan investasi syariah di Indonesia, data jumlah persebaran investor, jumlah penduduk Muslim di Indonesia, serta dokumen dan laporan resmi dari Kementerian Keuangan, Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Badan Pusat Statistik (BPS), dan publikasi ilmiah terdahulu.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui media sosial, komunitas investor, group WA/Telegram, kuesioner daring (*online survey*) memanfaatkan platform seperti *Google Form*, disebarluaskan kepada individu Muslim pulau Jawa, Sumatera dan Sulawesi yang memenuhi persyaratan. Pertanyaan dirancang berdasarkan indikator yang telah disesuaikan dari studi penelitian terdahulu yang valid dan reliabel. Tujuan metode penelitian ini adalah untuk mengumpulkan data kuantitatif dari responden yang telah memenuhi kriteria yaitu investor perorangan yang berdomisili di wilayah Jawa, Sumatera, dan Sulawesi, berusia minimal 17 tahun, dan pernah berinvestasi syariah (saham syariah, sukuk, dan reksadana syariah).

3.7 Definisi Operasional Variabel

Definisi variabel operasional merupakan komponen krusial dalam penelitian karena menghubungkan konsep teoritis abstrak dengan indikator yang terukur. Melalui definisi operasional, peneliti menentukan bagaimana suatu variabel dapat diidentifikasi, diukur, atau dianalisis sehingga data yang terkumpul dapat dianalisis secara sistematis. Menurut Andrade (2021) dan Epiquién Chancahuana et al., (2024) penjelasan dalam definisi operasional juga memastikan hipotesis penelitian dapat diuji dengan tepat dan hasil penelitian lebih konsisten serta dapat didiskusikan.

Menurut Ridha (2017), definisi operasional memberikan representasi variabel dalam bentuk angka beserta indikatornya, sehingga mencegah interpretasi

yang ambigu. Hal ini sejalan dengan Irfan Syahroni (2022) yang menyatakan bahwa definisi operasional berfungsi sebagai fondasi bagi prosedur pengukuran yang lebih terstruktur dan akurat, sehingga meningkatkan hasil penelitian secara keseluruhan.

Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Definisi	Item	Referensi
Nilai Fungsional (X1)	Kualitas Produk	Mengacu pada persepsi konsumen terhadap atribut teknis, performa, dan standar syariah dari instrumen syariah yang ditawarkan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Investasi syariah memiliki kualitas yang baik 2. Produk investasi syariah memberikan informasi yang jelas dan transparan 3. Produk investasi syariah mampu memenuhi kebutuhan saya sebagai investor. 	Amin et al. (2022) Faisal et al. (2023)
	Keandalan Pengembalian	Menggambarkan persepsi stabilitas dan prediktabilitas hasil dari investasi syariah.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Investasi syariah memberikan tingkat pengembalian yang stabil. 2. Saya percaya investasi syariah memiliki kinerja keuangan yang konsisten. 3. Investasi syariah memiliki performa keuangan yang dapat diprediksi. 	
Nilai Sosial (X2)	Penerimaan Sosial	Persepsi bahwa berinvestasi syariah membuat individu lebih diterima secara sosial.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya merasa lebih diterima secara sosial ketika berinvestasi pada instrumen syariah. 2. Investasi syariah memberikan kesan positif di mata orang lain. 3. Berinvestasi dalam instrumen syariah membuat saya lebih 	Faisal et al. (2023) Mohd Suki & Mohd Suki (2015) Amin et al. (2022)

			dihargai di lingkungan sosial.	
	Status Sosial	Persepsi bahwa investasi syariah meningkatkan citra sosial atau reputasi sebagai investor yang bertanggung jawab.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Investasi syariah meningkatkan citra saya sebagai individu yang peduli nilai syariah dan keberlanjutan. 2. Investasi syariah memperkuat reputasi saya sebagai investor yang bertanggung jawab. 3. Saya merasa investasi syariah memberi nilai tambah status sosial saya. 	
Nilai Emosional (X3)	Kepuasan Emosional	Perasaan puas atau bangga karena membeli instrumen syariah.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya merasa puas secara emosional ketika berinvestasi pada instrumen syariah 2. Berinvestasi pada instrumen syariah memberikan perasaan positif bagi diri saya. 3. Investasi syariah membuat saya merasa bangga sebagai seorang investor. 	Faisal et al. (2023)

	Kontribusi Pribadi	Mengacu pada persepsi individu bahwa investasinya melalui instrumen syariah dapat menjadi sarana nyata untuk berkontribusi terhadap kemaslahatan umat.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya merasa investasi syariah memungkinkan saya berkontribusi nyata pada lingkungan sekitar 2. Investasi syariah merupakan bentuk partisipasi saya dalam mendukung nilai dan prinsip syariah. 3. Saya merasa investasi syariah mencerminkan tanggung jawab pribadi saya terhadap umat. 	
Nilai Religius (X4)	Bebas Riba dan Gharar	Menunjukkan keyakinan bahwa investasi di instrumen syariah tidak mengandung bunga (riba) maupun ketidakpastian/spekulasi berlebihan (gharar).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya memilih investasi syariah karena bebas riba. 2. investasi syariah minim risiko spekulatif (gharar). 3. Saya menolak investasi konvensional karena unsur riba. 	Faisal et al. (2023)
	Komitmen Agama	Mencerminkan sejauh mana seseorang menganggap investasinya sebagai wujud nyata dari keimanan dan tanggung jawab spiritual.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Berinvestasi instrumen syariah merupakan bentuk pengamalan iman saya. 2. Saya merasa berinvestasi pada instrumen syariah adalah bagian dari tanggung jawab saya sebagai seorang muslim. 3. Investasi syariah sesuai dengan prinsip dan hukum Islam yang saya yakini. 	

Nilai Epistemik (X5)	Pengetahuan Dasar	Menggambarkan pemahaman dasar individu tentang konsep investasi syariah dan instrumen investasi syariah.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya tahu instrumen investasi syariah 2. Saya memahami konsep keuangan berbasis syariah. 3. Saya mengetahui tujuan dari investasi syariah. 	(HAmi et al., 2023)
	Perbandingan Produk	Kemampuan individu untuk membandingkan investasi syariah dengan investasi non syariah, dalam hal keberlanjutan, prinsip syariah, dan manfaat.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya tahu perbedaan investasi syariah dan investasi non syariah 2. Saya tahu keunggulan instrumen syariah dibandingkan instrumen lainnya. 3. Saya tahu bahwa investasi syariah lebih baik dari produk investasi biasa. 	
Sikap (M)	Penilaian Positif	Mengacu pada kemampuan seseorang dalam mengevaluasi manfaat serta kelayakan instrumen investasi syariah.	<ol style="list-style-type: none"> 1. instrumen investasi syariah produk yang baik. 2. Saya menilai investasi syariah merupakan investasi yang bermanfaat. 3. Saya percaya instrumen investasi syariah layak dipertimbangkan. 	Amin et al. (2022)
	Minat Pribadi	Ketertarikan individu untuk mempelajari, mengeksplorasi, dan mendukung investasi syariah.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya memiliki ketertarikan untuk mempelajari lebih lanjut tentang instrumen investasi syariah. 2. Saya merasa nyaman mempelajari produk instrumen investasi syariah 3. Saya cenderung mendukung produk investasi berbasis syariah. 	

Niat Investasi (Y)	Rencana Masa Depan	Niat eksplisit seseorang untuk membeli atau mengalokasikan dana ke investasi syariah dalam waktu dekat.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya berniat berinvestasi syariah dalam waktu dekat. 2. Saya sedang mempertimbangkan untuk investasi pada instrumen syariah 3. Saya merencanakan alokasi dana untuk investasi syariah. 	Faisal et al. (2023) Amin et al. (2022)
	Komitmen Investasi	Keyakinan dan tekad jangka panjang untuk menjadikan instrumen syariah sebagai bagian dari strategi investasi berkelanjutan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya yakin akan berinvestasi dalam instrumen syariah. 2. Saya memiliki rencana konkret untuk membeli instrumen syariah secara berkelanjutan. 3. Saya akan menjadikan instrumen syariah sebagai bagian dari investasi rutin saya. 	

Sumber: Data diolah Peneliti (2025)

3.8 Analisis Data

Analisis data merupakan pendekatan yang ketat dan sistematis yang mencakup pemrosesan, interpretasi, dan ringkasan data penelitian empiris, dengan tujuan untuk menangani perumusan pertanyaan penelitian dan menilai hipotesis. Dalam studi ini, analisis data dilakukan dengan menggunakan kerangka kuantitatif melalui implementasi teknik PLS-SEM, difasilitasi oleh perangkat lunak SmartPLS versi 4.0. PLS-SEM mewakili metodologi pemodelan struktural berorientasi variasi yang digunakan untuk meneliti hubungan sebab akibat antara konstruksi laten yang kompleks dan saling terkait, terutama dalam konteks di mana model mengintegrasikan variabel mediasi atau moderasi (Hair et al., 2021). Pemilihan

PLS-SEM didasarkan pada kemampuannya untuk menjelaskan dampak langsung dan tidak langsung dari variabel yang terkait dengan nilai konsumsi dan sikap terhadap niat investasi syariah.

3.8.1 *Partial Least Square (PLS)*

Metodologi analisis yang diterapkan dalam penelitian ini adalah Partial Least Squares (PLS), dengan Smart-PLS 4.0 sebagai instrumen analisis. PLS diidentifikasi sebagai metode pemodelan struktural berbasis varians yang digunakan untuk menyelidiki interelasi antar konstruk laten yang kompleks. PLS-SEM memprioritaskan tujuan prediktif, sehingga menguntungkan untuk pengembangan teoretis dan estimasi hubungan kausal dalam model yang dicirikan oleh berbagai variabel dan indikator laten. Dua komponen fundamental PLS-SEM meliputi Model Luar (model pengukuran) dan Model Dalam (model struktural), yang menggambarkan hubungan antara indikator dan konstruk, serta interelasi antar konstruk itu sendiri (Hair et al., 2021).

3.8.2 Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk mengkarakterisasi subjek penelitian secara tidak memihak. Tujuan analisis ini adalah untuk memberikan ringkasan informasi yang jelas mengenai variabel yang diperiksa, termasuk nilai minimum, maksimum, rerata, dan deviasi standar (Hair et al., 2021)

3.8.3 Uji Evaluasi Model

Menurut Hair et al. (2021) analisis PLS terdiri dari dua komponen utama: model luar dan model dalam, keduanya digunakan untuk mengevaluasi kualitas model dalam hal validitas dan reliabilitas. Uraian berikut menjelaskan kedua komponen tersebut:

A. Outer Model

Model luar dirancang untuk menilai sejauh mana indikator secara efektif merangkum konstruk yang tidak dapat dikuantifikasi secara langsung (konstruk laten). Tiga aspek utama terlibat dalam evaluasi model luar: validitas konvergen, validitas diskriminan, dan reliabilitas konstruk.

a) Convergent Validity

Validitas konvergen menunjukkan tingkat keakuratan indikator yang digunakan dalam menyampaikan konstruk yang diukur. Penilaian ini biasanya dilakukan melalui nilai Loading factor $>0,70$ atau Average Variance Extracted (AVE), yang harus melebihi 0,50, yang menunjukkan bahwa lebih dari 50% varians indikator dapat dijelaskan oleh konstruk (Hair et al., 2021)

b) Discriminant Validity

Validitas diskriminan menandakan bahwa konstruk yang berbeda benar-benar mengukur konsep yang berbeda. Metode evaluatif yang umum diterapkan meliputi Kriteria Fornell-Larcker dan Rasio Heterotrait-Monotrait (HTMT). Nilai HTMT yang dapat diterima harus

tetap di bawah 0,90 (Hair et al., 2021), yang menandakan bahwa konstruk tersebut cukup terdiferensiasi dari konstruk lain dalam model.

c) Reliability

Reliabilitas digunakan untuk memastikan bahwa indikator-indikator yang tercakup dalam suatu konstruk menunjukkan tingkat konsistensi internal yang tinggi. Tiga metrik yang sering digunakan meliputi Cronbach's Alpha, Reliabilitas Komposit, dan rho_A. Ambang batas reliabilitas yang umumnya dianjurkan biasanya di atas 0,70 (Hair et al., 2021) yang menandakan ketergantungan konstruk tersebut.

B. Inner Model

a) *R-Square*

Statistik *R-Square* menjelaskan sejauh mana varians dalam konstruk endogen dapat dijelaskan oleh konstruk eksogen. Nilai R^2 berkisar dari 0 hingga 1, dengan nilai mendekati 1 mencerminkan kemampuan penjelasan yang kuat. Hair et al., (2021) mengusulkan bahwa nilai R^2 sebesar 0,75, 0,50, dan 0,25 masing-masing ditetapkan sebagai kuat, sedang, dan lemah.

b) *F-Square*

Penilaian F^2 berfungsi untuk mengukur besarnya efek setiap konstruk eksogen terhadap konstruk endogen. Nilai f^2 0,02 dianggap kecil, 0,15 dianggap sedang, dan 0,35 dianggap besar. Metrik ini membantu mengevaluasi signifikansi satu konstruk dalam menjelaskan konstruk lain (Hair et al., 2021).

c) Q^2

Statistik Q^2 mengevaluasi kemampuan prediktif model terkait indikator konstruk endogen melalui metodologi blindfolding. Nilai Q^2 yang melebihi 0 menunjukkan prediktabilitas yang baik. Nilai ini berfungsi untuk melengkapi R^2 dalam mengukur presisi prediktif model (Hair et al., 2021).

3.8.4 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis disusun sebagai menilai hubungan langsung antar konstruk dalam kerangka penelitian. Proses ini dilakukan dengan menggunakan bootstrapping, sebuah teknik resampling statistik yang mengaproksimasi distribusi koefisien jalur berdasarkan minimal 5.000 resampling. Hasil yang diperoleh dari *bootstrapping* menghasilkan statistik-t dan nilai-p yang memastikan signifikansi hubungan antar variabel.

- Suatu hipotesis dianggap signifikan jika memenuhi kriteria berikut:
t-statistik melebihi 1,96 (pada ambang batas signifikansi 5%).
- nilai *p-value* kurang dari 0,05

Hasil analisis ini memberikan wawasan tentang besaran dan arah pengaruh antar konstruk (koefisien jalur) dan signifikansi statistik hubungan ini dalam model struktural.

3.8.5 Uji Mediasi

Penelitian ini menyelidiki fungsi sikap sebagai variabel mediasi dalam interaksi antara nilai konsumsi dan niat investasi dalam instrumen keuangan Islam. Penilaian ini dilakukan dengan menganalisis efek tidak langsung menggunakan metodologi bootstrapping. Mediasi dianggap signifikan jika jalur tidak langsung menunjukkan nilai $p\text{-value} < 0,05$, dan efek tidak langsungnya positif dan signifikan secara statistik.

Menurut Hair et al. (2021), mediasi dikategorikan menjadi tiga kelompok berbeda:

1. Mediasi Tidak Langsung Saja (Mediasi Penuh): di mana efek langsungnya tidak signifikan secara statistik, namun efek tidak langsungnya signifikan.
2. Mediasi Komplementer (Mediasi Parsial Positif): jika efek langsung dan tidak langsung signifikan secara statistik.
3. Tidak ada mediasi: jika efek tidak langsung tidak signifikan secara statistik.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Penjelasan Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada tiga wilayah dengan konsentrasi investor ritel tertinggi di Indonesia, yaitu Pulau Jawa, Sumatera, dan Sulawesi. Pemilihan ketiga wilayah ini didasarkan pada data Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI, 2024) yang menunjukkan bahwa 69,38% investor ritel terkonsentrasi di Jawa, diikuti Sumatera sebesar 15,43% dan Sulawesi sebesar 5,40%. Distribusi ini menggambarkan bahwa aktivitas investasi termasuk investasi syariah lebih dominan berlangsung di wilayah dengan pusat ekonomi dan akses informasi yang lebih kuat. Oleh karena itu, ketiga wilayah ini dinilai representatif untuk menggambarkan tindakan investor ritel pada konteks ambil keputusan investasi syariah di Indonesia. Selain itu, variasi karakteristik sosial-ekonomi ketiga wilayah memungkinkan analisis yang lebih komprehensif terkait perbedaan nilai konsumsi dan sikap investor terhadap instrumen keuangan berbasis syariah.

Lebih lanjut, pemilihan lokasi ini juga mencerminkan kondisi empiris pasar modal syariah yang menunjukkan pertumbuhan positif namun partisipasi investor syariah masih belum optimal. Dengan menjadikan Jawa, Sumatera, dan Sulawesi sebagai fokus penelitian, studi ini berupaya menangkap dinamika perilaku investor pada area dengan potensi pasar terbesar. Hal ini menjadi penting karena persebaran geografis tidak hanya menggambarkan basis investor, tetapi juga berpotensi

memengaruhi pembentukan nilai-nilai konsumsi seperti nilai fungsional, sosial, emosional, religius, dan epistemik yang menjadi dasar model penelitian. Dengan demikian, gambaran umum lokasi penelitian ini memberikan konteks penting dalam memahami bagaimana nilai-nilai tersebut dan sikap terbentuk pada populasi investor ritel yang beragam secara regional.

4.1.2 Deskripsi Karakteristik Responden

Responden merupakan investor ritel dan telah mempunyai pengalaman berinvestasi pada instrumen keuangan syariah. Studi ini melibatkan 260 responden berasal dari tiga daerah dengan konsentrasi investor tertinggi di Indonesia, yaitu Pulau Jawa, Sumatera, dan Sulawesi. Pemilihan responden tersebut didasarkan pada data Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) yang memperlihatkan ketiga wilayah tersebut merepresentasikan sebagian besar basis investor ritel nasional, sehingga dinilai relevan untuk menggambarkan perilaku investasi pada instrumen syariah secara lebih komprehensif.

Usia, lokasi domisili, dan jenis kelamin merupakan beberapa aspek yang ditinjau dalam karakteristik responden di penelitian ini. Mayoritas responden berdomisili di Pulau Jawa, diikuti oleh Sumatera dan Sulawesi. Berikut ini karakteristik yang terdapat di penelitian ini:

a) Karakteristik Berdasarkan lokasi

Tabel 4. 1 Karakteristik Berdasarkan Domisili

Domisili	Jumlah Responden	Persentase
Jawa	180	69,23%
Sumatera	53	20,38%

Sulawesi	27	10,38%
----------	----	--------

Sumber: Data diolah Peneliti (2025)

Data pada Tabel 4.1, karakteristik responden dikelompokkan berdasarkan lokasi domisili investor ritel. Dari 260 responden, mayoritas berasal dari Pulau Jawa sebanyak 180 responden setara 69,23%. Tahap berikutnya, responden yang berdomisili di Pulau Sumatera berjumlah 53 orang yang mewakili 20,38% dari total responden. Sementara itu, Pulau Sulawesi menyumbang 27 responden atau sebesar 10,38%.

Berdasarkan pemaparan tersebut, dapat disimpulkan bahwa responden penelitian didominasi oleh investor ritel yang berasal dari Pulau Jawa. Dominasi ini sejalan dengan data Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) yang memperlihatkan bahwa konsentrasi investor ritel di Indonesia masih terpusat di Pulau Jawa. Kondisi ini memperkuat relevansi pemilihan lokasi penelitian serta menunjukkan bahwa wilayah Jawa, Sumatera, dan Sulawesi telah mewakili karakteristik utama investor ritel dalam konteks investasi pada instrumen keuangan syariah.

b) Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
Perempuan	165	63 %
Laki-laki	95	37 %

Sumber: Data diolah Peneliti (2025)

Karakteristik responden penelitian diperiksa berdasarkan jenis kelamin menggunakan informasi dalam Tabel 4.2. Sebanyak 165 orang, atau 63%, dari 260 responden adalah perempuan, yang merupakan mayoritas. Sebaliknya, 95 orang, atau 37% dari total, adalah laki-laki.

Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas responden penelitian adalah investor ritel perempuan. Kondisi ini menunjukkan bahwa partisipasi perempuan dalam investasi pada instrumen keuangan syariah cukup tinggi, khususnya di kalangan investor ritel, sehingga menjadi karakteristik penting dalam memahami perilaku dan niat investasi pada penelitian ini.

c) Karakteristik Berdasarkan Usia

Tabel 4. 3 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Usia	Jumlah Responden	Persentase
17-20	51	19,62%
21-25	195	75%
26-30	1	0,38%
31-40	1	0,38%
> 40	12	4,62%

Sumber: Data diolah Peneliti (2025)

Menurut data yang disajikan pada Tabel 4.3, karakteristik responden penelitian dikategorikan berdasarkan usia. Individu dalam kelompok usia 21–25 sebagian besar terdiri dari sampel, berjumlah 195 responden yang setara dengan 75%. Sekain itu,, responden berusia 17–20 tahun menyumbang 51 individu, mewakili 19,62%. Kelompok yang berusia lebih dari 40 tahun tercatat sejumlah 12 orang atau sebesar 4,62%.

Secara bersamaan, responden yang termasuk dalam rentang usia 26–30 tahun dan 31–40 tahun berjumlah 1 individu, setara dengan 0,38%. Dari pengamatan ini, dapat disimpulkan bahwa responden penelitian ini sebagian besar berasal dari demografi usia yang lebih muda, khususnya mereka yang berusia 21–25 tahun. Temuan ini memperlihatkan minat dan keterlibatan investor ritel muda

terhadap instrumen investasi syariah cukup tinggi, sejalan dengan meningkatnya literasi dan akses investasi digital di kalangan generasi muda.

4.1.3 Hasil Analisis Data

4.1.3.1 Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk mengkarakterisasi subjek penelitian secara tidak memihak. Tujuan analisis ini adalah untuk memberikan ringkasan informasi yang jelas mengenai variabel yang diperiksa, termasuk nilai minimum, maksimum, rerata, dan deviasi standar (Hair et al., 2021)

Tabel 4. 4 Frekuensi Variabel Nilai Fungsional

P	STS		TS		N		S		SS		RATA-RATA
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X1.1	0	0.00	15	5.77	68	26.15	118	45.38	59	22.69	3.85
X1.2	2	0.77	11	4.23	50	19.23	124	47.69	73	28.08	3.98
X1.3	0	0.00	10	3.85	92	35.38	103	39.62	55	21.15	3.78
X1.4	0	0.00	5	1.92	86	33.08	116	44.62	53	20.38	3.83
X1.5	1	0.38	10	3.85	70	26.92	114	43.85	65	25.00	3.89
X1.6	1	0.38	9	3.46	81	31.15	110	42.31	59	22.69	3.83
Rata-rata											3.86

Sumber: Data diolah Peneliti (2025)

Nilai rata-rata keseluruhan variabel Nilai Fungsional adalah 3,86, menurut Tabel 4.4. Fakta bahwa nilai ini berada dalam kategori baik menunjukkan bahwa responden percaya bahwa Nilai Fungsional telah terpenuhi dengan cukup baik.

Pada angka 3,98, item X1.2 menerima skor rata-rata tertinggi di antara enam item pernyataan yang diperiksa. Ini menunjukkan bahwa mayoritas responden berpikir setuju terhadap klaim bahwa "Produk investasi Syariah memberikan informasi yang jelas dan transparan." Elemen item X1.2 dipandang paling tinggi

oleh responden, dengan 124 responden setuju dan 73 sangat setuju bahwa produk investasi Syariah memberikan informasi yang jelas dan transparan.

Pada angka 3,78, item X1.3, yang berbunyi, "Produk investasi syariah mampu memenuhi kebutuhan saya sebagai investor," memiliki skor rata-rata terendah. Meskipun demikian, skor ini masih berada dalam kisaran yang baik, menunjukkan bahwa responden mengevaluasi setiap sinyal dalam variabel Nilai Fungsional secara positif.

Tabel 4. 5 Frekuensi Variabel Nilai Sosial

P	STS		TS		N		S		SS		RATA-RATA
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X2.1	3	1.15	15	5.77	108	41.54	87	33.46	47	18.08	3.62
X2.2	1	0.38	16	6.15	52	20.00	114	43.85	77	29.62	3.96
X2.3	3	1.15	14	5.38	109	41.92	87	33.46	47	18.08	3.62
X2.4	2	0.77	12	4.62	78	30.00	111	42.69	57	21.92	3.80
X2.5	1	0.38	12	4.62	93	35.77	99	38.08	55	21.15	3.75
X2.6	2	0.77	20	7.69	100	38.46	85	32.69	53	20.38	3.64
Rata-rata											3.73

Sumber: Data diolah Peneliti (2025)

Tabel 4.5 menunjukkan bahwa skor rata-rata untuk variabel Nilai Sosial adalah 3,73. Fakta bahwa skor ini berada dalam kisaran yang baik menunjukkan bahwa responden memiliki opini yang positif terhadap nilai-nilai sosial.

Item X2.2, yang berbunyi, "Investasi syariah menciptakan kesan positif di mata orang lain," memiliki skor rata-rata tertinggi (3,96) dari semua item pernyataan. Dengan 114 orang setuju dan 77 orang sangat setuju, ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan tanggapan yang baik terhadap pernyataan ini.

Dengan skor rata-rata masing-masing 3,62, item X2.1 dan X2.3 memperoleh skor rata-rata terendah. Namun, skor ini tetap berada dalam kisaran

yang baik, menunjukkan bahwa responden mengevaluasi setiap indikator dalam variabel Nilai Sosial dengan cukup baik.

Tabel 4. 6 Frekuensi Variabel Nilai Emosional

P	STS		TS		N		S		SS		RATA-RATA
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X3.1	0	0.00	13	5.00	82	31.54	108	41.54	57	21.92	3.80
X3.2	2	0.77	11	4.23	54	20.77	115	44.23	78	30.00	3.98
X3.3	1	0.38	13	5.00	77	29.62	104	40.00	65	25.00	3.84
X3.4	2	0.77	11	4.23	81	31.15	109	41.92	57	21.92	3.80
X3.5	1	0.38	12	4.62	54	20.77	94	36.15	99	38.08	4.07
X3.6	0	0.00	13	5.00	56	21.54	94	36.15	97	37.31	4.06
Rata-rata											3.93

Sumber: Data diolah Peneliti (2025)

Nilai rata-rata keseluruhan variabel Nilai Emosional adalah 3,93, menurut Tabel 4.6. Fakta bahwa nilai ini termasuk dalam kategori "baik" menunjukkan bahwa responden memandang nilai emosional secara positif.

Dari enam item pernyataan yang diuji, item X3.5 dengan pernyataan "Investasi syariah merupakan bentuk partisipasi saya dalam mendukung nilai dan prinsip syariah" memiliki nilai rata-rata tertinggi, yaitu sebesar 4,07. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan positif terhadap pernyataan tersebut, dengan 94 responden menyatakan setuju dan 99 responden menyatakan sangat setuju.

Dengan nilai rata-rata 3,80 per item, item X3.1 dan X3.4 memperoleh skor rata-rata terendah. Namun, skor ini masih berada dalam kisaran yang baik, menunjukkan bahwa responden memberikan peringkat tinggi pada semua indikator dalam variabel Nilai Emosional.

Tabel 4. 7 Frekuensi Variabel Nilai Religius

P	STS	TS	N	S	SS	RATA-RATA
---	-----	----	---	---	----	-----------

	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X4.1	3	1.15	12	4.62	38	14.62	107	41.15	100	38.46	4.11
X4.2	2	0.77	12	4.62	47	18.08	116	44.62	83	31.92	4.02
X4.3	7	2.69	32	12.31	81	31.15	79	30.38	61	23.46	3.60
X4.4	2	0.77	9	3.46	70	26.92	105	40.38	74	28.46	3.92
X4.5	2	0.77	13	5.00	58	22.31	102	39.23	85	32.69	3.98
X4.6	1	0.38	12	4.62	50	19.23	97	37.31	100	38.46	4.09
Rata-rata											3.95

Sumber: Data diolah Peneliti (2025)

Tabel 4.7 menunjukkan bahwa skor rata-rata untuk variabel Nilai-Nilai Keagamaan adalah 3,95. Fakta bahwa skor ini berada dalam kisaran yang baik menunjukkan bahwa responden memiliki opini yang positif terhadap nilai-nilai keagamaan.

Item X4.1, yang berbunyi, "Berinvestasi dalam instrumen syariah adalah bentuk praktik iman saya," menerima skor rata-rata tertinggi (4,11) dari enam item pernyataan yang dinilai. Dengan 107 tanggapan yang setuju dan 100 yang sangat setuju, ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki tanggapan yang baik terhadap pernyataan ini.

Sementara itu, item X4.3 memiliki nilai rata-rata terendah, yaitu sebesar 3,60. Meskipun demikian, nilai tersebut masih berada dalam kategori baik, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator pada variabel Nilai Religius telah dinilai baik oleh responden.

Tabel 4. 8 Frekuensi Variabel Nilai Epistemik

P	STS		TS		N		S		SS		RATA-RATA
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X5.1	4	1.54	14	5.38	63	24.23	114	43.85	65	25.00	3.85
X5.2	2	0.77	15	5.77	65	25.00	117	45.00	61	23.46	3.85
X5.3	2	0.77	13	5.00	51	19.62	124	47.69	70	26.92	3.95
X5.4	5	1.92	12	4.62	47	18.08	102	39.23	94	36.15	4.03
X5.5	2	0.77	16	6.15	59	22.69	118	45.38	65	25.00	3.88

X5.6	6	2.31	10	3.85	78	30.00	98	37.69	68	26.15	3.82
Rata-rata											3.90

Sumber: Data diolah Peneliti (2025)

Berdasarkan Tabel 4.8, variabel Nilai Epistemik memiliki nilai rata-rata keseluruhan sebesar 3,90. Nilai tersebut termasuk dalam kategori baik, yang menunjukkan bahwa responden memiliki penilaian positif terhadap Nilai Epistemik.

Dari enam item pernyataan yang diuji, item X5.4 dengan pernyataan “Saya tahu perbedaan investasi syariah dan investasi non syariah” memiliki nilai rata-rata tertinggi, yaitu sebesar 4,03. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan positif terhadap pernyataan tersebut, dengan 102 responden menyatakan setuju dan 94 responden menyatakan sangat setuju.

Sementara itu, item X5.6 memiliki nilai rata-rata terendah, yaitu sebesar 3,82. Meskipun demikian, nilai tersebut masih berada dalam kategori baik, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator pada variabel Nilai Epistemik telah dinilai baik oleh responden.

Tabel 4. 9 Frekuensi Variabel Niat Investasi

P	STS		TS		N		S		SS		RATA-RATA
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
Y1	5	1.92	16	6.15	75	28.85	112	43.08	52	20.00	3.73
Y2	3	1.15	18	6.92	63	24.23	109	41.92	67	25.77	3.84
Y3	4	1.54	19	7.31	60	23.08	118	45.38	59	22.69	3.80
Y4	2	0.77	14	5.38	76	29.23	103	39.62	65	25.00	3.83
Y5	2	0.77	17	6.54	94	36.15	95	36.54	52	20.00	3.68
Y6	4	1.54	21	8.08	89	34.23	95	36.54	51	19.62	3.65
Rata-rata											3.76

Sumber: Data diolah Peneliti (2025)

Berdasarkan Tabel 4.9, variabel Niat Investasi memiliki nilai rata-rata keseluruhan sebesar 3,76. Nilai tersebut termasuk dalam kategori baik, yang

menunjukkan bahwa responden memiliki kecenderungan positif terhadap niat untuk melakukan investasi.

Dari enam item pernyataan yang diuji, item Y2 dengan pernyataan “Saya memiliki rencana konkret untuk membeli instrumen syariah secara berkelanjutan” memiliki nilai rata-rata tertinggi, yaitu sebesar 3,84. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan positif terhadap pernyataan tersebut, dengan 109 responden menyatakan setuju dan 67 responden menyatakan sangat setuju.

Sementara itu, item Y6 memiliki nilai rata-rata terendah, yaitu sebesar 3,65. Meskipun demikian, nilai tersebut masih berada dalam kategori baik, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator pada variabel Niat Investasi telah dinilai cukup baik oleh responden.

Tabel 4. 10 Frekuensi Variabel Sikap

P	STS		TS		N		S		SS		RATA-RATA
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
M1	2	0.77	15	5.77	42	16.15	126	48.46	75	28.85	3.99
M2	1	0.38	14	5.38	35	13.46	126	48.46	84	32.31	4.07
M3	1	0.38	16	6.15	32	12.31	112	43.08	99	38.08	4.12
M4	3	1.15	11	4.23	44	16.92	112	43.08	90	34.62	4.06
M5	3	1.15	11	4.23	76	29.23	106	40.77	64	24.62	3.83
M6	6	2.31	12	4.62	60	23.08	105	40.38	77	29.62	3.90
Rata-rata											4.00

Sumber: Data diolah Peneliti (2025)

Berdasarkan Tabel 4.10, variabel Sikap memiliki nilai rata-rata keseluruhan sebesar 4,00. Nilai tersebut termasuk dalam kategori baik, yang menunjukkan bahwa responden memiliki sikap positif terhadap objek penelitian.

Dari enam item pernyataan yang diuji, item M3 memiliki nilai rata-rata tertinggi, yaitu sebesar 4,12. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan positif terhadap pernyataan tersebut, dengan 112 responden menyatakan setuju dan 99 responden menyatakan sangat setuju.

Sementara itu, item M5 memiliki nilai rata-rata terendah, yaitu sebesar 3,83. Meskipun demikian, nilai tersebut masih berada dalam kategori baik, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator pada variabel Sikap telah dinilai baik oleh responden.

4.1.3.2 Analisis Outer Model

1. Validitas Konvergen (Convergent Validity)

a) Nilai Outer Loading

Tabel 4. 11 Nilai Outer Loading (*Running Pertama*)

Variabel	Item	Nilai	Keterangan
Functional Value (X1)	X1.1	0.759	Valid
	X1.2	0.816	Valid
	X1.3	0.766	Valid
	X1.4	0.741	Valid
	X1.5	0.816	Valid
	X1.6	0.760	Valid
Social Value (X2)	X2.1	0.740	Valid
	X2.2	0.763	Valid
	X2.3	0.821	Valid
	X2.4	0.813	Valid
	X2.5	0.820	Valid
	X2.6	0.783	Valid
Emotional Value (X3)	X3.1	0.799	Valid
	X3.2	0.837	Valid
	X3.3	0.821	Valid
	X3.4	0.752	Valid

	X3.5	0.845	Valid
	X3.6	0.828	Valid
Religious Value (X4)	X4.1	0.812	Valid
	X4.2	0.816	Valid
	X 4.3	0,606	Tidak Valid
	X4.4	0.805	Valid
	X4.5	0.823	Valid
	X4.6	0.843	Valid
Epistemic Value (X5)	X5.1	0.784	Valid
	X5.2	0.829	Valid
	X5.3	0.834	Valid
	X5.4	0.779	Valid
	X5.5	0.810	Valid
	X5.6	0.753	Valid
Investment Intention (Y)	Y1	0.815	Valid
	Y2	0.840	Valid
	Y3	0.821	Valid
	Y4	0.816	Valid
	Y5	0.781	Valid
	Y6	0.757	Valid
Attitude (M)	M1	0.784	Valid
	M2	0.796	Valid
	M3	0.808	Valid
	M4	0.791	Valid
	M5	0.790	Valid
	M6	0.788	Valid

Sumber: Data diolah Peneliti (2025)

Berdasarkan hasil uji yang ditampilkan pada tabel, diperoleh nilai loading factor untuk seluruh indikator dan hasil AVE dari masing-masing konstruk. Secara umum, sebagian besar indikator dalam penelitian ini memiliki nilai loading factor di atas 0,70 serta nilai AVE yang melebihi batas minimal 0,50, sehingga dapat dinyatakan memenuhi kriteria validitas konvergen. Namun demikian, hasil uji juga menunjukkan bahwa terdapat satu indikator yang tidak memenuhi kriteria, yaitu item X4.3 yang memiliki nilai loading factor di bawah 0,70.

Dengan demikian, seluruh indikator selain X4.3 dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam tahap analisis selanjutnya. Adapun item X4.3 perlu dihapus agar pengujian model dapat dilanjutkan pada tahap berikutnya untuk memperoleh hasil yang lebih akurat dan memenuhi standar pengukuran sesuai dengan ketentuan (Hair et al., 2021).

b) Nilai Outer Loading (Running kedua)

Tabel 4.12 Nilai Outer Loading (*Running kedua*)

Variabel	Item	Nilai	Keterangan
Functional Value (X1)	X1.1	0.759	Valid
	X1.2	0.816	Valid
	X1.3	0.766	Valid
	X1.4	0.741	Valid
	X1.5	0.816	Valid
	X1.6	0.760	Valid
Social Value (X2)	X2.1	0.740	Valid
	X2.2	0.763	Valid
	X2.3	0.821	Valid
	X2.4	0.813	Valid
	X2.5	0.820	Valid
	X2.6	0.783	Valid
Emotional Value (X3)	X3.1	0.799	Valid
	X3.2	0.837	Valid
	X3.3	0.821	Valid
	X3.4	0.752	Valid
	X3.5	0.845	Valid
	X3.6	0.828	Valid
Religious Value (X4)	X4.1	0.812	Valid
	X4.2	0.816	Valid
	X4.4	0.805	Valid
	X4.5	0.823	Valid
	X4.6	0.843	Valid
Epistemic Value (X5)	X5.1	0.784	Valid
	X5.2	0.829	Valid
	X5.3	0.834	Valid
	X5.4	0.779	Valid
	X5.5	0.810	Valid

	X5.6	0.753	Valid
Investment Intention (Y)	Y1	0.815	Valid
	Y2	0.840	Valid
	Y3	0.821	Valid
	Y4	0.816	Valid
	Y5	0.781	Valid
	Y6	0.757	Valid
Attitude (M)	M1	0.784	Valid
	M2	0.796	Valid
	M3	0.808	Valid
	M4	0.791	Valid
	M5	0.790	Valid
	M6	0.788	Valid

Sumber: Data diolah Peneliti (2025)

2. Discriminant Validity

a) Nilai Fornell Larcker Criterion

Tabel 4. 13 Fornell-Larcker Criterion

	AT (M)	FV (X1)	SV (X2)	EV (X3)	RV (X4)	EPV (X5)	II (Y)
AT (M)	0.793						
FV (X1)	0.737	0.777					
SV (X2)	0.560	0.745	0.790				
EV (X3)	0.710	0.752	0.750	0.814			
RV (X4)	0.697	0.733	0.651	0.781	0.784		
EPV (X5)	0.681	0.730	0.578	0.708	0.703	0.799	
II (Y)	0.694	0.636	0.526	0.654	0.587	0.619	0.805

Sumber: Data diolah Peneliti (2025)

Berdasarkan Tabel 4.13 Fornell–Larcker Criterion, pengujian discriminant validity dilakukan dengan membandingkan nilai akar kuadrat Average Variance Extracted (AVE) pada setiap konstruk dengan nilai korelasi antar konstruk lainnya. Suatu konstruk dinyatakan memiliki discriminant validity yang baik apabila nilai akar AVE (ditunjukkan pada diagonal tabel) lebih besar dibandingkan dengan nilai korelasi antara konstruk tersebut dengan konstruk lainnya. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh nilai akar AVE pada masing-masing variabel, yaitu Sikap (AT), Nilai Fungsional (FV), Nilai Sosial (SV), Nilai Emosional (EV), Nilai

Religius (RV), Nilai Epistemik (EPV), dan Niat Investasi (II), memiliki nilai yang lebih tinggi dibandingkan korelasi antar konstruk. Hal ini menunjukkan bahwa setiap konstruk mampu menjelaskan indikatornya masing-masing dengan baik. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model pengukuran telah memenuhi kriteria discriminant validity berdasarkan Fornell–Larcker Criterion.

Pada variabel Sikap (AT), nilai akar AVE sebesar 0,793 lebih tinggi dibandingkan dengan korelasi antara Sikap dengan variabel lain, seperti Nilai Fungsional, Nilai Sosial, Nilai Emosional, Nilai Religius, Nilai Epistemik, dan Niat Investasi. Hal yang sama juga ditunjukkan oleh variabel Nilai Fungsional (FV) dengan nilai akar AVE sebesar 0,777, yang lebih besar dibandingkan nilai korelasinya dengan konstruk lainnya. Variabel Nilai Sosial (SV) memiliki nilai akar AVE sebesar 0,790, sedangkan variabel Nilai Emosional (EV) menunjukkan nilai akar AVE sebesar 0,814, yang merupakan salah satu nilai tertinggi dalam model ini. Kondisi tersebut menandakan bahwa masing-masing konstruk memiliki keunikan dan perbedaan yang jelas satu sama lain. Dengan demikian, setiap variabel laten dalam penelitian ini dapat dikatakan saling membedakan secara empiris.

Selanjutnya, variabel Nilai Religius (RV), Nilai Epistemik (EPV), dan Niat Investasi (II) juga menunjukkan hasil yang memenuhi kriteria discriminant validity. Nilai akar AVE pada variabel Nilai Religius sebesar 0,784, Nilai Epistemik sebesar 0,799, dan Niat Investasi sebesar 0,805, seluruhnya lebih besar dibandingkan korelasi dengan konstruk lain. Hal ini menunjukkan bahwa indikator-indikator yang digunakan mampu merepresentasikan konstruknya masing-masing secara baik tanpa tumpang tindih yang berlebihan dengan konstruk lain. Dengan terpenuhinya

kriteria Fornell–Larcker pada seluruh variabel, maka dapat disimpulkan bahwa model pengukuran dalam penelitian ini memiliki validitas diskriminan yang baik. Oleh karena itu, analisis selanjutnya pada model struktural dapat dilakukan dengan tingkat kepercayaan yang lebih tinggi.

b) Nilai HTMT

Tabel 4. 14 *Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)*

	AT (M)	FV (X1)	SV (X2)	EV (X3)	RV (X4)	EPV (X5)	II (Y)
AT (M)							
FV (X1)	0.834						
SV (X2)	0.617	0.848					
EV (X3)	0.793	0.847	0.832				
RV (X4)	0.774	0.829	0.731	0.864			
EPV (X5)	0.767	0.830	0.646	0.793	0.789		
II (Y)	0.774	0.717	0.587	0.727	0.654	0.690	

Sumber: Data diolah Peneliti (2025)

Berdasarkan Tabel 4.14 Heterotrait–Monotrait Ratio (HTMT), pengujian discriminant validity dilakukan dengan melihat nilai rasio korelasi antar konstruk yang berbeda (heterotrait) dibandingkan dengan korelasi dalam konstruk yang sama (monotrait). Suatu konstruk dikatakan memiliki discriminant validity yang baik apabila nilai HTMT berada di bawah batas yang direkomendasikan, yaitu $< 0,90$ atau lebih konservatif $< 0,85$. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh nilai HTMT antar konstruk dalam model penelitian ini berada di bawah nilai ambang batas yang ditentukan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa secara umum model pengukuran telah memenuhi kriteria discriminant validity berdasarkan metode HTMT. Hal ini menunjukkan bahwa masing-masing konstruk memiliki perbedaan yang jelas satu sama lain.

Nilai HTMT antara variabel Sikap (AT) dengan variabel lain, seperti Nilai Fungsional, Nilai Sosial, Nilai Emosional, Nilai Religius, Nilai Epistemik, dan Niat Investasi, seluruhnya berada di bawah nilai 0,90. Nilai tertinggi yang melibatkan variabel Sikap adalah hubungan antara Sikap dan Nilai Fungsional sebesar 0,834, yang masih berada dalam batas yang dapat diterima. Sementara itu, hubungan antara Sikap dengan Nilai Sosial menunjukkan nilai HTMT sebesar 0,617, yang menandakan tingkat perbedaan konstruk yang cukup baik. Kondisi ini menunjukkan bahwa indikator pada variabel Sikap tidak tumpang tindih secara berlebihan dengan indikator pada variabel lain. Oleh karena itu, variabel Sikap dapat dikatakan memiliki validitas diskriminan yang memadai.

Selanjutnya, hubungan antar variabel independen dan variabel dependen Niat Investasi (II) juga menunjukkan nilai HTMT yang memenuhi kriteria. Nilai HTMT tertinggi yang melibatkan variabel Niat Investasi adalah hubungan dengan Sikap sebesar 0,774, yang masih berada di bawah batas maksimum. Hubungan Niat Investasi dengan variabel Nilai Fungsional, Nilai Sosial, Nilai Emosional, Nilai Religius, dan Nilai Epistemik masing-masing juga menunjukkan nilai HTMT di bawah 0,90. Hal ini menandakan bahwa konstruk Niat Investasi memiliki perbedaan yang jelas dibandingkan konstruk lainnya. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini telah memenuhi kriteria discriminant validity berdasarkan nilai HTMT, sehingga model pengukuran layak untuk dilanjutkan ke tahap analisis struktural.

c) Uji Reabilitas

Tabel 4. 15 Reliability Test

Variable	CA	CR	Rho_A	Result
Functional Value (X1)	0,869	0,901	0,872	Reliable
Social Value (X2)	0,880	0,909	0,888	Reliable
Emotional Value (X3)	0,898	0,922	0,901	Reliable
Religious Value (X4)	0,878	0,911	0,879	Reliable
Epistemic Value (X5)	0,886	0,913	0,889	Reliable
Investment Intention (Y)	0,892	0,917	0,895	Reliable
Attitude (M)	0,882	0,910	0,882	Reliable

Sumber: Data diolah Peneliti (2025)

Berdasarkan Tabel 4.15 Reliability Test, pengujian reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat konsistensi dan keandalan instrumen penelitian dalam mengukur setiap konstruk. Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan tiga indikator, yaitu Cronbach's Alpha (CA), Composite Reliability (CR), dan Rho_A. Suatu konstruk dinyatakan reliabel apabila nilai CA, CR, dan Rho_A lebih besar dari 0,70. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini memiliki nilai CA, CR, dan Rho_A yang berada di atas batas minimum yang ditetapkan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini memiliki tingkat reliabilitas yang baik.

Pada variabel Functional Value (X1), diperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,869, Composite Reliability sebesar 0,901, dan Rho_A sebesar 0,872, yang seluruhnya menunjukkan hasil reliabel. Variabel Social Value (X2) juga menunjukkan tingkat reliabilitas yang baik dengan nilai CA sebesar 0,880, CR sebesar 0,909, dan Rho_A sebesar 0,888. Selanjutnya, variabel Emotional Value (X3) memiliki nilai CA sebesar 0,898, CR sebesar 0,922, dan Rho_A sebesar 0,901, yang menunjukkan konsistensi internal yang sangat baik. Hasil serupa juga ditunjukkan oleh variabel Religious Value (X4) dan Epistemic Value (X5) yang seluruh nilai reliabilitasnya berada di atas 0,70. Hal ini menandakan bahwa

indikator-indikator pada setiap variabel mampu mengukur konstruknya secara konsisten.

Selain variabel independen, variabel Investment Intention (Y) dan Attitude (M) juga menunjukkan hasil uji reliabilitas yang sangat baik. Variabel Niat Investasi memiliki nilai CA sebesar 0,892, CR sebesar 0,917, dan Rho_A sebesar 0,895, yang menunjukkan tingkat keandalan instrumen yang tinggi. Sementara itu, variabel Sikap memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,882, Composite Reliability sebesar 0,910, dan Rho_A sebesar 0,882, yang seluruhnya memenuhi kriteria reliabilitas. Dengan terpenuhinya kriteria reliabilitas pada seluruh variabel penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian ini layak digunakan untuk analisis selanjutnya. Oleh karena itu, model pengukuran dalam penelitian ini dinyatakan konsisten dan dapat dipercaya untuk menguji hubungan antar variabel dalam model struktural.

4.1.3.3 Analisis Inner Model

Tabel 4. 16 Adjusted R-square

	R²	Adjusted R²
Investment Intention	0,550	0,539
Attitude	0,639	0,632

Sumber: Data diolah Peneliti (2025)

Berdasarkan Tabel 4.16, nilai Adjusted R-square pada variabel Investment Intention sebesar 0,539. Nilai tersebut menunjukkan bahwa sebesar 53,9% variasi pada variabel Niat Investasi dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen yang digunakan dalam model penelitian ini. Sementara itu, sisanya sebesar 46,1% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian. Nilai Adjusted R-square ini

menunjukkan bahwa kemampuan model dalam menjelaskan Niat Investasi berada pada kategori cukup kuat. Dengan demikian, model struktural yang digunakan sudah mampu menjelaskan perilaku niat investasi responden secara memadai.

Selanjutnya, variabel Attitude memiliki nilai Adjusted R-square sebesar 0,632, yang berarti bahwa 63,2% variasi pada variabel Sikap dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen dalam penelitian ini. Sisanya sebesar 36,8% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian. Nilai ini menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan penjelasan yang kuat terhadap variabel Sikap. Dengan tingginya nilai Adjusted R-square tersebut, dapat disimpulkan bahwa konstruk-konstruk independen dalam penelitian ini berperan penting dalam membentuk sikap responden. Oleh karena itu, model penelitian ini dinilai layak dan memiliki daya jelaskan yang baik untuk digunakan dalam analisis selanjutnya.

Tabel 4. 17 F-Square

Relationship	F-Square	Keterangan
FV -> II	0,005	Kecil
SV -> II	0,000	Kecil
EV -> II	0,031	Kecil
RV -> II	0,002	Kecil
EPV -> II	0,020	Kecil
AT -> II	0,119	Kecil
FV -> AT -> II	0,116	Kecil
SV -> AT -> II	0,019	Kecil
EV -> AT -> II	0,042	Kecil
RV -> AT -> II	0,041	Kecil

EPV -> AT -> II	0,025	Kecil
------------------------------	-------	-------

Sumber: Data diolah Peneliti (2025)

Berdasarkan Tabel 4.17 F-Square, pengujian nilai f^2 dilakukan untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing konstruk eksogen terhadap konstruk endogen dalam model penelitian. Menurut Hair et al. (2021), nilai f^2 sebesar 0,02 menunjukkan efek kecil, 0,15 menunjukkan efek sedang, dan 0,35 menunjukkan efek besar. Hasil pengujian menunjukkan bahwa sebagian besar hubungan langsung antara variabel nilai terhadap Investment Intention (II) memiliki nilai f^2 di bawah 0,02 atau mendekati 0,02. Hubungan Functional Value (FV) terhadap Investment Intention memiliki nilai f^2 sebesar 0,005, sedangkan Social Value (SV) terhadap Investment Intention menunjukkan nilai 0,000, yang berarti pengaruhnya sangat kecil. Hal yang sama juga ditunjukkan oleh Religious Value (RV) dan Epistemic Value (EPV) terhadap Investment Intention dengan nilai f^2 masing-masing sebesar 0,002 dan 0,020, yang dikategorikan sebagai efek kecil.

Sementara itu, hubungan Emotional Value (EV) terhadap Investment Intention memiliki nilai f^2 sebesar 0,031, yang masih berada dalam kategori efek kecil, namun lebih kuat dibandingkan variabel nilai lainnya. Hubungan Attitude (AT) terhadap Investment Intention menunjukkan nilai f^2 sebesar 0,119, yang termasuk dalam kategori efek mendekati sedang, sehingga dapat dikatakan bahwa sikap memiliki peran yang cukup penting dalam memengaruhi niat investasi. Selanjutnya, pengaruh tidak langsung melalui variabel mediasi Sikap juga menunjukkan variasi nilai f^2 . Hubungan Functional Value melalui Attitude terhadap Investment Intention ($FV \rightarrow AT \rightarrow II$) memiliki nilai f^2 sebesar 0,116, yang mendekati kategori efek sedang, sehingga menunjukkan bahwa peran mediasi

Sikap memperkuat pengaruh Functional Value terhadap Niat Investasi. Sementara itu, jalur Social Value, Emotional Value, Religious Value, dan Epistemic Value melalui Sikap terhadap Niat Investasi masing-masing memiliki nilai f^2 sebesar 0,019, 0,042, 0,041, dan 0,025, yang seluruhnya termasuk dalam kategori efek kecil.

Tabel 4. 18 Q-Square

	Q^2
Attitude (M)	0,620
Investment Intention (Y)	0,465

Sumber: Data diolah Peneliti (2025)

Berdasarkan Tabel 4.18, nilai Q-Square (Q^2) digunakan untuk menilai kemampuan prediktif model struktural dalam penelitian ini. Suatu model dikatakan memiliki relevansi prediktif yang baik apabila nilai Q^2 lebih besar dari 0. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel Attitude (M) memiliki nilai Q^2 sebesar 0,620, yang menandakan bahwa model memiliki kemampuan prediksi yang sangat baik terhadap variabel Sikap. Nilai ini menunjukkan bahwa konstruk-konstruktur eksogen dalam penelitian mampu memprediksi variabel Sikap secara akurat. Dengan demikian, model penelitian ini memiliki relevansi prediktif yang kuat untuk menjelaskan variabel Sikap.

Selanjutnya, variabel Investment Intention (Y) memiliki nilai Q^2 sebesar 0,465, yang juga berada di atas nilai nol. Hal ini menunjukkan bahwa model struktural memiliki kemampuan prediktif yang baik terhadap variabel Niat Investasi. Nilai Q^2 tersebut mengindikasikan bahwa variabel-variabel dalam model mampu memberikan informasi yang relevan dalam memprediksi niat investasi responden. Meskipun nilainya lebih rendah dibandingkan dengan variabel Sikap,

nilai Q^2 pada Niat Investasi tetap menunjukkan tingkat prediksi yang kuat. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa model penelitian ini memiliki relevansi prediktif yang baik dan layak digunakan untuk analisis lanjutan.

4.1.3.4 Uji Hipotesis

Tabel 4. 19 Hasil *Path Coefficient*

Code	Relationship	T statistics	P values	Result
H1	FV -> II	1,007	0,314	Not supported
H2	SV -> II	0,108	0,914	Not supported
H3	EV -> II	2,005	0,045	Supported
H4	RV -> II	0,576	0,564	Not supported
H5	EPV -> II	1,664	0,096	Not supported
H6	AT -> II	3,308	0,01	Supported

Sumber: Data diolah Peneliti (2025)

Berdasarkan data yang disajikan dalam Tabel 4.19 mengenai Hasil Koefisien Jalur, uji hipotesis dilakukan untuk menentukan pengaruh langsung variabel independen terhadap variabel dependen, Niat Investasi (II). Analisis ini menggunakan statistik T dan nilai P, dengan hipotesis dianggap diterima jika nilai statistik T melebihi 1.96 dan nilai P di bawah 0.05. Hasil menunjukkan bahwa variabel Nilai Fungsional (FV) tidak memiliki pengaruh yang signifikan secara statistik terhadap Niat Investasi, sebagaimana dibuktikan oleh nilai T-statistik sebesar 1.007 dan nilai P sebesar 0.314, sehingga hipotesis H1 ditolak. Demikian pula, variabel Nilai Sosial (SV) tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap Niat Investasi, dengan nilai T-statistik sebesar 0,108 dan nilai P sebesar

0,914, sehingga hipotesis H2 ditolak. Selain itu, kedua variabel Nilai Religi (RV) dan Nilai Epistemik (EPV) juga tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap Niat Investasi, karena masing-masing memiliki nilai P melebihi 0,05, sehingga hipotesis H4 dan H5 ditolak.

Sebaliknya, variabel Nilai Emosional (EV) menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap Niat Investasi, dengan nilai T-statistik sebesar 2.005 dan nilai P sebesar 0.045, sehingga mendukung hipotesis H3. Hasil ini menunjukkan bahwa nilai emosional yang dirasakan oleh responden memainkan peran penting dalam meningkatkan niat mereka untuk berinvestasi. Selain itu, variabel Sikap (AT) juga menunjukkan efek signifikan terhadap Niat Investasi, dengan nilai T-statistik sebesar 3.308 dan nilai P sebesar 0.01, sehingga mendukung hipotesis H6. Hasil ini menunjukkan bahwa sikap positif responden terhadap objek penelitian dapat secara signifikan meningkatkan niat investasi. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa dalam model penelitian ini, faktor emosional dan sikap merupakan penentu utama yang mempengaruhi niat investasi responden dibandingkan dengan variabel nilai lainnya.

4.1.3.5 Uji Mediasi

Tabel 4. 20 Hasil Uji Pengaruh Mediasi

Code	Relationship	T statistics	P values	Result
H7	FV -> AT -> II	3,125	0,002	Supported
H8	SV -> AT -> II	1,733	0,083	Not supported
H9	EV -> AT -> II	2,851	0,004	Supported

H10	RV -> AT -> II	2,228	0,025	Supported
H11	EPV -> AT -> II	1,515	0,130	Not supported

Sumber: Data diolah Peneliti (2025)

Berdasarkan Tabel 4.20 Hasil Uji Pengaruh Mediasi, dilakukan uji mediasi untuk menentukan peran variabel Sikap (AT) dalam memediasi pengaruh variabel Nilai terhadap Niat Investasi (II). Kriteria pengujian mediasi didefinisikan dengan nilai statistik $T > 1,96$ dan nilai $p < 0,05$, yang menunjukkan pengaruh tidak langsung yang signifikan. Hasil menunjukkan bahwa variabel Nilai Fungsional (FV) memiliki pengaruh tidak langsung yang signifikan terhadap Niat Investasi melalui Sikap, dengan nilai statistik T sebesar 3,125 dan nilai p sebesar 0,002, sehingga mendukung Hipotesis H7. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun Nilai Fungsional tidak memiliki pengaruh langsung terhadap Niat Investasi, pengaruh ini dapat ditransmisikan melalui pembentukan sikap positif responden. Oleh karena itu, Sikap bertindak sebagai mediator yang efektif dalam hubungan ini.

Selanjutnya, variabel Nilai Emosional (EV) dan Nilai Religius (RV) juga menunjukkan pengaruh tidak langsung yang signifikan terhadap Niat Investasi melalui Sikap. Hal ini dibuktikan dengan statistik T sebesar 2,851 dengan nilai p 0,004 untuk H9 dan 2,228 dengan nilai p 0,025 untuk H10, yang berarti kedua hipotesis tersebut dianggap didukung. Sebaliknya, variabel Nilai Sosial (SV) dan Nilai Epistemik (EPV) tidak menunjukkan pengaruh mediasi yang signifikan melalui Sikap, karena nilai p masing-masing adalah 0,083 dan 0,130, yang melebihi ambang batas signifikansi 0,05. Oleh karena itu, hipotesis H8 dan H11 dianggap tidak didukung. Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa Sikap

memainkan peran mediasi penting dalam mendorong pengaruh nilai-nilai fungsional, emosional, dan religius terhadap niat investasi responden.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Pengaruh Nilai Fungsional terhadap Niat Investasi Pada Instrumen Syariah

Hasil penelitian mengindikasikan nilai fungsional tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap niat investasi syariah artinya H1 ditolak. Hasil tersebut bertentangan dengan penelitian Baihui et al., (2024), Faisal et al., (2023) dan Zhang et al., (2024) menemukan nilai fungsional menjadi pertimbangan utama dalam keputusan investasi.

Namun, beberapa penelitian seperti S. Amin & Tarun, (2021) dan Mohd Suki & Mohd Suki (2015) menemukan hasil yang sejalan, yaitu nilai fungsional tidak mempengaruhi niat secara langsung karen apengaruhnya sering dimediasi oleh faktor psikologis lain. Perbedaan ini menegaskan bahwa kekuatan nilai fungsional bergantung pada konteks keputusan. Dalam investasi syariah, aspek kejelasan manfaat dan kepastian sesuai syariat tidak memengaruhi niat untuk berinvestasi. Namun, membutuhkan pembentukan sikap yang baik dahulu sejalan dengan penelitian oleh Misra (2025) yang dimana nilai fungsional akan berpengaruh jika disalurkan melalui mediator afektif. Dengan demikian, meskipun investasi syariah memiliki keunggulan fungsional dari sisi keamanan dan kepatuhan syariat, hal tersebut perlu terlebih dahulu membentuk sikap positif sebelum akhirnya memengaruhi niat investasi.

Dalam perspektif Islam, konsep nilai fungsional tidak hanya dipahami sebagai utilitas ekonomi, tetapi juga sebagai kebermanfaatan (manfa'ah) yang selaras dengan nilai spiritual dan etika. Hal ini tercermin dalam Al-Qur'an surah Al-Mulk ayat 15 menegaskan bahwa Allah SWT menjadikan bumi dan segala isinya agar dimanfaatkan secara optimal dan bertanggung jawab. Ayat ini menekankan pentingnya efisiensi, kegunaan, dan pemanfaatan sumber daya secara bijak, yang merupakan inti dari nilai fungsional dalam Islam. Namun demikian, Islam tidak hanya menekankan aspek manfaat materi, tetapi juga keberkahan dalam proses pemanfaatannya. Hal ini diperkuat oleh hadis Rasulullah ﷺ yang menegaskan bahwa kualitas, kejujuran, dan keterbukaan dalam transaksi menjadi syarat hadirnya keberkahan.

Dengan demikian, hasil penelitian ini dapat dijelaskan bahwa meskipun nilai fungsional secara konsep telah sesuai dengan prinsip Islam yakni aman, bermanfaat, dan efisien nilai tersebut belum cukup kuat memengaruhi niat investasi tanpa adanya sikap positif yang terbentuk terlebih dahulu. Nilai fungsional dalam investasi syariah tidak hanya dinilai dari keuntungan dan keamanan, tetapi juga dari persepsi keberkahan, kepercayaan, dan keyakinan moral investor. Oleh karena itu, pembentukan sikap menjadi faktor kunci yang menjembatani antara manfaat fungsional dan niat investasi. Temuan ini menunjukkan bahwa pendekatan investasi syariah perlu menekankan integrasi antara manfaat utilitarian dan pembentukan sikap yang selaras dengan nilai-nilai Islam agar mampu meningkatkan niat investasi secara optimal.

4.2.2 Pengaruh Nilai Sosial terhadap Niat Investasi Pada Instrumen Syariah

Nilai sosial dalam penelitian ini tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat investasi syariah. Hasil ini menunjukkan bahwa H2 ditolak, yang dapat diartikan bahwa keputusan berinvestasi dalam instrumen syariah bukan merupakan keputusan yang dipengaruhi tekanan sosial, opini kelompok, atau keinginan memperoleh pengakuan sosial.

Hasil tersebut bertentangan dengan Baihui et al., (2024), Faisal et al., (2023) dan Mohd Suki & Mohd Suki (2015) menyebutkan nilai sosial mampu meningkatkan niat membeli atau berinvestasi. Namun, penelitian S. Amin & Tarun, (2021) mendukung hasil penelitian ini dengan menemukan bahwa nilai sosial tidak selalu menjadi penentu utama dalam pembentukan intensi. Perbedaan ini menunjukkan bahwa investasi adalah keputusan personal yang sering lebih dipengaruhi oleh nilai intrinsik seperti nilai religius atau fungsional dibanding norma sosial.

Secara teoritis, nilai sosial didefinisikan sebagai pengaruh sosial yang muncul dari lingkungan, kelompok referensi, serta persepsi status dan penerimaan sosial yang diperoleh dari suatu pilihan konsumsi atau investasi (Faisal et al., 2023). Nilai sosial mencakup rasa memiliki, kontribusi terhadap masyarakat, serta citra sosial yang melekat pada suatu tindakan ekonomi. Dalam konteks investasi syariah, nilai sosial sering dikaitkan dengan citra sebagai investor yang peduli pada prinsip etis, keadilan, dan tanggung jawab sosial. Namun, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa responden belum menjadikan pertimbangan sosial tersebut sebagai dasar utama dalam membentuk niat investasi. Hal ini memperkuat pandangan bahwa

dalam investasi syariah, faktor intrinsik seperti keyakinan religius, sikap pribadi, dan persepsi manfaat cenderung lebih dominan dibandingkan dorongan sosial eksternal.

Dari sudut pandang Islam, usaha ekonomi tidak hanya berfokus pada pencapaian keuntungan pribadi; melainkan juga berorientasi pada penyediaan manfaat bagi masyarakat dan mitigasi kerugian. Hal ini dicontohkan dalam Al-Qur'an, surah Al-Qhashas ayat 77, yang menginstruksikan umat Islam untuk menyelaraskan kepentingan dunia dan akhirat, sekaligus melakukan tindakan kebajikan terhadap sesama. Ayat ini menegaskan bahwa nilai sosial dalam aktivitas ekonomi, termasuk investasi, seharusnya diwujudkan dalam bentuk kontribusi nyata bagi masyarakat dan lingkungan, bukan sekadar pencitraan atau pengakuan sosial. Hal tersebut diperkuat oleh sabda Rasulullah ﷺ yang menyatakan bahwa sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi orang lain

Dengan demikian, meskipun nilai sosial secara normatif sangat ditekankan dalam Islam, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dimensi sosial tersebut belum menjadi pendorong utama niat investasi responden. Oleh karena itu, nilai sosial dalam investasi syariah lebih dipahami sebagai konsekuensi etis dari pilihan investasi, bukan sebagai motivasi utama dalam pengambilan keputusan.

4.2.3 Pengaruh Nilai Emosional terhadap Niat Investasi Pada Instrumen Syariah

Temuan penelitian menunjukkan bahwa nilai emosional berpengaruh terhadap niat investasi syariah yang artinya H3 diterima. Hasil ini serupa dengan penelitian Baihui et al., (2024), Faisal et al., (2023) dan Misra (2025) yang

menegaskan pentingnya kepuasan emosional dalam membentuk intensi. Namun perbedaan hasil penelitian ditemukan oleh Ariff Azly Muhamed et al., (2019) dan Rahayu & Khiswari (2023) menemukan bahwa nilai emosional tidak selalu signifikan, terutama pada konteks ketika keputusan lebih didorong faktor rasional. Namun dalam konteks ini, perasaan positif cukup untuk secara langsung mendorong keputusan investasi.

Secara teoritis, nilai emosional didefinisikan sebagai utilitas yang diperoleh individu dari kemampuan suatu produk atau layanan dalam membangkitkan perasaan atau kondisi afektif tertentu, seperti kegembiraan, kenyamanan, rasa aman, dan kepuasan (Sheth et al., 1991). Nilai ini menunjukkan bahwa konsumen atau investor tidak hanya mempertimbangkan manfaat fungsional, tetapi juga kebutuhan emosional dalam pengambilan keputusan. Dalam investasi syariah, nilai emosional dapat muncul dari keyakinan bahwa investasi dilakukan sesuai dengan prinsip etika dan syariat Islam, sehingga menimbulkan perasaan tenang dan yakin. Hal ini menjelaskan mengapa nilai emosional dalam penelitian ini memiliki pengaruh langsung terhadap niat investasi, meskipun beberapa faktor rasional lainnya tidak menunjukkan pengaruh signifikan. Dengan demikian, keputusan investasi syariah tidak semata-mata bersifat rasional, tetapi juga melibatkan pertimbangan emosional yang kuat.

Dalam perspektif Islam, keterkaitan antara pengelolaan harta dan kondisi emosional tercermin dalam Al-Qur'an surah Al-Baqarah ayat 265, menggambarkan bahwa pengeluaran harta dengan niat mencari rida Allah akan menghasilkan dampak yang berlipat, baik secara material maupun batiniah. Ayat tersebut

menekankan bahwa penggunaan harta pada jalan yang baik akan menumbuhkan ketenteraman, kepuasan batin, dan keteguhan jiwa. Gagasan ini relevan dengan investasi syariah, yang menekankan pentingnya bunga dan keberkahan di samping keuntungan materi. Karena investasi syariah dilakukan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, investasi ini dapat memberikan dampak emosional yang baik dalam konteks kontemporer, seperti rasa aman, kepuasan, dan ketenangan pikiran. Dengan demikian, temuan penelitian ini memvalidasi bahwa niat investasi dalam instrumen syariah sangat dipengaruhi oleh nilai emosional.

4.2.4 Pengaruh Nilai Religius terhadap Niat Investasi Pada Instrumen Syariah

Temuan penelitian menunjukkan bahwa nilai religius tidak berpengaruh terhadap niat investasi syariah artinya H4 ditolak. Penemuan ini bertentangan dengan penelitian Duqi & Al-Tamimi (2019), Faisal et al., (2023) dan Timur et al., (2025) menegaskan determinant kuat dalam keputusan keuangan syariah yaitu nilai religius. Namun persamaan hasil penelitian ditemukan dalam penelitian Ismail (2024) bahwa nilai religius kadang tidak berdampak langsung tanpa adanya faktor mediasi tertentu, dalam penelitian ini, meskipun responden memiliki tingkat religiusitas yang baik, hasil tersebut belum cukup kuat menjadi faktor langsung dalam niat berinvestasi. Dari hasil tersebut menunjukkan seorang investor membutuhkan pemahaman yang konkret terkait manfaat dan mekanisme investasi syariah agar nilai religius dapat teraktualisasi dalam niat perilaku.

Secara konseptual, nilai religius merujuk pada tingkat kesesuaian suatu keputusan konsumsi atau investasi dengan prinsip dan ajaran agama yang dianut

individu. Meskipun nilai religius tidak termasuk dalam lima dimensi utama Theory of Consumption Values (TCV), nilai ini sering diintegrasikan dalam penelitian yang berfokus pada masyarakat Muslim atau konteks ekonomi syariah. Penelitian Alam et al. (2011) menunjukkan bahwa religiusitas berperan penting dalam memengaruhi perilaku ekonomi umat Islam, khususnya dalam pemilihan produk halal dan layanan keuangan syariah. Selain itu, Faisal et al., (2023) menemukan bahwa nilai religius mendukung keputusan berinvestasi pada instrumen syariah seperti green sukuk. Namun, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai religius saja belum cukup tanpa adanya pemahaman yang memadai terkait manfaat, mekanisme, dan implikasi praktis dari investasi syariah itu sendiri. Hal ini mengindikasikan bahwa nilai religius memerlukan penguatan melalui faktor kognitif dan afektif agar dapat memengaruhi niat investasi secara nyata.

Dalam Surah Al-Baqarah, ayat 275 Al-Qur'an, yang menyatakan bahwa Allah SWT memperbolehkan perdagangan tetapi melarang riba, larangan riba merupakan prinsip utama dalam aktivitas ekonomi dari perspektif Islam. Umat Islam harus memilih produk keuangan yang sesuai dengan hukum Syariah. Secara normatif, ayat ini seharusnya memotivasi umat Islam untuk berinvestasi dalam sekuritas bebas riba dan sesuai Syariah. Namun, temuan penelitian menunjukkan bahwa niat responden terkait aktivitas investasi mereka belum sepenuhnya mengintegrasikan kesadaran normatif ini. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa agar keyakinan agama menjadi niat investasi yang kokoh dan tahan lama, keyakinan tersebut harus didukung oleh pemahaman yang jelas tentang keuntungan, metode, dan manfaat investasi Syariah.

4.2.5 Pengaruh Nilai Epistemik terhadap Niat Investasi Pada Instrumen Syariah

Temuan penelitian ini membantah hipotesis H5 dengan menunjukkan bahwa niat investasi pada instrumen syariah tidak banyak dipengaruhi oleh nilai-nilai epistemik. Hasil ini menunjukkan bahwa pilihan investasi responden tidak dimotivasi oleh minat intelektual pada instrumen investasi syariah, rasa ingin tahu, atau keinginan untuk mempelajari hal-hal baru. Dengan kata lain, pengetahuan atau informasi responden mengenai investasi syariah tidak selalu diterjemahkan menjadi niat investasi. Keadaan ini menunjukkan bahwa niat investasi tidak cukup ditentukan oleh informasi saja.

Hasil studi konsisten dengan Misra (2025) yang menyatakan bahwa nilai epistemik sering kali tidak konsisten dalam memengaruhi keputusan pembelian maupun keputusan investasi. Walaupun penelitian sebelumnya, seperti Ariff Azly Muhamed et al., (2019), Faisal et al., (2023) dan Mohd Suki & Mohd Suki (2015) menemukan bahwa nilai epistemik memiliki pengaruh yang signifikan, perbedaan hasil ini menunjukkan adanya perbedaan konteks dan karakteristik responden. Dalam konteks investasi syariah, responden cenderung mempertimbangkan faktor lain yang dirasa lebih penting, seperti kepercayaan, keamanan, serta keyakinan terhadap prinsip syariah yang diterapkan. Oleh karena itu, pengetahuan yang dimiliki responden perlu didukung oleh sikap positif agar dapat memengaruhi niat berinvestasi secara lebih kuat.

Dalam perspektif Islam, pencarian ilmu merupakan hal yang sangat dianjurkan, sebagaimana sabda Rasulullah ﷺ:

طَلَبُ الْعِلْمِ فَرِيضَةٌ عَلَى كُلِّ مُسْلِمٍ

“Menuntut ilmu itu wajib bagi setiap Muslim” (HR. Ibnu Majah).

Namun demikian, Islam juga menekankan bahwa ilmu tidak hanya sebatas untuk diketahui, tetapi harus diamalkan dan disertai dengan keyakinan yang kuat. Hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan tanpa pengamalan tidak akan memberikan dampak yang optimal. Dengan demikian, dalam konteks investasi syariah, pengetahuan mengenai produk dan mekanisme investasi perlu diiringi dengan kepercayaan serta sikap positif agar dapat mendorong munculnya niat untuk berinvestasi secara nyata.

4.2.6 Pengaruh Sikap terhadap Niat Investasi Pada Instrumen Syariah

Temuan penelitian ini mendukung hipotesis H6 dengan menunjukkan bahwa sikap memiliki dampak besar pada niat investasi dalam instrumen syariah. Hasil ini menunjukkan bahwa niat investasi dapat dirangsang oleh pandangan positif responden terhadap investasi syariah. Sikap tersebut tercermin dari keyakinan, penilaian, serta perasaan responden terhadap manfaat dan kesesuaian investasi syariah dengan nilai yang mereka anut. Dengan demikian, semakin positif sikap seseorang terhadap investasi syariah, maka semakin besar pula kemungkinan individu tersebut memiliki niat untuk berinvestasi.

Hasil penelitian ini menguatkan (TPB) yang dikemukakan oleh Ajzen (1991), yang menyatakan bahwa sikap merupakan salah satu prediktor utama dalam membentuk intensi perilaku. Dalam konteks investasi, sikap positif terhadap suatu instrumen akan memengaruhi kecenderungan individu untuk mengambil keputusan

investasi. Temuan ini juga sejalan dengan penelitian Akbar et al., (2024), Baihui et al., (2024) dan Ikhsan & Wulandari (2024), yang menyimpulkan bahwa sikap memiliki peran penting dalam menentukan keputusan investasi. Hal ini menunjukkan bahwa faktor psikologis berupa sikap memiliki kontribusi yang lebih besar dibandingkan faktor kognitif semata.

Dalam perspektif Islam, sikap dan niat memiliki kedudukan yang sangat penting dalam setiap tindakan, sebagaimana sabda Rasulullah ﷺ:

إِنَّمَا الْأَعْمَالَ بِالسِّيَّرِ وَإِنَّمَا لِكُلِّ امْرٍ مَا نَوَى
“Sesungguhnya segala amal tergantung pada niatnya” (HR. Bukhari dan Muslim).

Hadis ini menegaskan bahwa niat yang baik akan mendorong seseorang untuk melakukan suatu perbuatan, termasuk dalam aktivitas ekonomi seperti investasi. Sikap positif terhadap investasi syariah dapat membentuk niat yang baik dan sesuai dengan nilai-nilai Islam. Oleh karena itu, sikap menjadi jembatan antara pemahaman dan tindakan nyata.

Selain itu, Al-Qur'an juga menegaskan pentingnya kesadaran dan pertimbangan dalam mengambil keputusan, sebagaimana firman Allah SWT dalam QS. Al-Hasyr [59]: 18, yang berbunyi :

يَأَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذْ عَلِمُوا اللَّهَ وَلَنْتَظُرُنَّ نَفْسَنَا مَا قَدَّمْتُ لِعَدِّ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ خَيْرٌ عِنْدَمَا تَعْمَلُونَ ﴿١٨﴾

“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 [59]: 18).

yang mengingatkan manusia untuk memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk masa depan. Ayat ini dapat dikaitkan dengan keputusan investasi sebagai bentuk perencanaan yang matang. Dengan demikian, sikap positif

terhadap investasi syariah tidak hanya mendorong niat investasi, tetapi juga mencerminkan kesadaran dan tanggung jawab individu dalam mengelola keuangan sesuai dengan prinsip syariah..

4.2.7 Peran Mediasi Sikap dalam hubungan Nilai Fungsional terhadap Niat Investasi Pada Instrumen Syariah

Temuan penelitian ini mendukung hipotesis H7 dengan menunjukkan bahwa sikap sepenuhnya memediasi hubungan antara nilai fungsional dan niat investasi pada instrumen syariah. Hasil ini menyiratkan bahwa niat investasi responden tidak secara langsung dipengaruhi oleh manfaat fungsional termasuk keamanan investasi syariah, efisiensi, dan transparansi manfaat. Opini yang menguntungkan terhadap produk investasi syariah pada awalnya dibentuk oleh keunggulan-keunggulan ini. Oleh karena itu, niat investasi dipengaruhi oleh pandangan optimis ini.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian H. Amin et al., (2023), Baihui et al., (2024) dan Faisal et al., (2023) yang menyatakan bahwa nilai fungsional umumnya memengaruhi perilaku melalui pembentukan sikap. Dalam konteks investasi syariah, responden cenderung menilai manfaat fungsional secara rasional terlebih dahulu sebelum membentuk sikap terhadap instrumen tersebut. Sikap ini kemudian menjadi landasan psikologis dalam menentukan niat berinvestasi. Oleh karena itu, sikap berperan sebagai mekanisme penting yang menjembatani persepsi manfaat dengan niat perilaku.

Dalam perspektif Islam, pentingnya setiap perbuatan yang bernilai kebaikan ditegaskan dalam firman Allah SWT dalam QS. Al-Zalzalah [99]: 7, yang berbunyi:

فَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ حَيْرًا يَرَهُ ﴿٧﴾

“Siapa yang mengerjakan kebaikan seberat zarah, dia akan melihat (balasan)-nya.” (QS. Al-Zalzalah [99]: 7).

menyatakan bahwa setiap kebaikan sekecil apa pun akan mendapatkan balasan. Ayat ini dapat dikaitkan dengan investasi syariah sebagai bentuk ikhtiar yang bernilai kebaikan dan kebermanfaatan. Dengan demikian, sikap positif terhadap manfaat fungsional investasi syariah dapat mendorong niat berinvestasi sebagai bagian dari perbuatan yang bernilai baik dan bertanggung jawab.

4.2.8 Peran Mediasi Sikap dalam hubungan Nilai Sosial terhadap Niat Investasi Pada Instrumen Syariah

Penelitian ini menolak hipotesis H8 dengan menunjukkan bahwa sikap tidak berfungsi sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara nilai-nilai sosial dan niat investasi pada instrumen syariah. Hasil ini konsisten dengan hasil uji pengaruh langsung yang tidak signifikan, yang menunjukkan bahwa nilai-nilai sosial tidak dapat secara langsung maupun tidak langsung mempengaruhi niat investasi. Hal ini mengindikasikan bahwa persepsi terhadap pengakuan sosial, tekanan lingkungan, atau keinginan untuk memperoleh status sosial belum cukup kuat untuk membentuk sikap positif terhadap investasi syariah. Dengan demikian, nilai sosial tidak menghasilkan efek mediasi dalam hubungan tersebut.

Studi S. Amin & Tarun (2021) yang menunjukkan bahwa nilai-nilai sosial tidak selalu menjadi elemen utama yang memengaruhi sikap atau niat tentang

keputusan keuangan, mendukung kesimpulan ini. Dalam hal investasi Islami, pilihan biasanya dibuat berdasarkan faktor internal pribadi. Ini menyiratkan bahwa opini mengenai investasi Islami tidak selalu dibentuk terutama oleh pengaruh lingkungan sosial. Akibatnya, dampak nilai-nilai sosial terhadap niat investasi tidak dapat dikurangi oleh sikap.

Dalam perspektif Islam, keputusan ekonomi juga menekankan pertanggungjawaban individu atas pilihannya, sebagaimana firman Allah SWT dalam QS. Al-An‘am [6]: 164, yang berbunyi:

فُلُونَ أَعْيُرُ اللَّهَ أَبْغِيْ رَبِّاً وَهُوَ رَبُّ كُلِّ شَيْءٍ وَلَا تَكْسِبُ كُلُّ نَفْسٍ إِلَّا عَلَيْهَا وَلَا تَنْرُوا زِرَّةً وَرَرَّ أُخْرَىٰ ثُمَّ إِلَىٰ رَبِّكُمْ مَرْجِعُكُمْ فَإِنَّمَا كُنْتُمْ فِيهِ تَخْتَلِفُونَ ﴿٦٤﴾

“Katakanlah (Nabi Muhammad), “Apakah aku (pantas) mencari tuhan selain Allah, padahal Dialah Tuhan bagi segala sesuatu. Setiap orang yang berbuat dosa, dirinya sendirilah yang akan bertanggung jawab. Seseorang tidak akan memikul beban dosa orang lain. Kemudian, kepada Tuhanmu kamu kembali, lalu Dia akan memberitahukan kepadamu apa yang dahulu kamu perselisihkan.” (QS. Al-An‘am [6]: 164).

yang menyatakan bahwa setiap manusia bertanggung jawab atas apa yang diperbuatnya. Ayat ini menegaskan bahwa keputusan, termasuk investasi, merupakan tanggung jawab pribadi dan tidak semata-mata didasarkan pada pengaruh sosial. Dengan demikian, hasil penelitian ini sejalan dengan pandangan Islam bahwa keputusan ekonomi hendaknya didasarkan pada pertimbangan dan keyakinan individu, bukan sekadar dorongan atau tekanan sosial.

4.2.9 Peran Mediasi Sikap dalam hubungan Nilai Emosional terhadap Niat Investasi Pada Instrumen Syariah

Temuan penelitian menunjukkan bahwa sikap memediasi hubungan antara nilai emosional dan niat investasi pada instrumen Syariah sebagai hasilnya, hipotesis H9 diterima dengan mediasi parsial. Hasil ini menunjukkan bahwa sentimen kenyamanan, kebanggaan, dan ketenangan responden ketika berinvestasi pada instrumen Syariah tidak hanya secara langsung memengaruhi niat investasi tetapi juga secara proaktif membentuk pandangan yang menguntungkan. Niat responden untuk berinvestasi kemudian diperkuat oleh opini-opini yang menguntungkan ini. Oleh karena itu, sebelum akhirnya memengaruhi niat investasi, nilai emosional sangat penting dalam menumbuhkan pola pikir yang mendukung.

Temuan ini konsisten dengan studi oleh H. Amin et al., (2023), Baihui et al., (2024) dan Faisal et al., (2023) yang menyatakan bahwa pandangan mengenai keputusan keuangan sangat dipengaruhi oleh nilai-nilai emosional. Sentimen positif yang dihasilkan dari kesesuaian prinsip dan nilai-nilai Islam dapat memengaruhi evaluasi yang menguntungkan terhadap instrumen dalam konteks investasi Islam. Meskipun studi Rahayu & Khiswari (2023) mengungkapkan bahwa nilai-nilai emosional tidak selalu memiliki dampak besar, hasil yang mereka temukan menunjukkan bahwa nilai-nilai emosional masih memiliki dampak besar ketika diekspresikan melalui sikap. Hal ini menunjukkan bahwa sikap memainkan peran penting dalam meningkatkan pengaruh emosional terhadap niat investasi

Dalam perspektif Islam, pentingnya ketenangan dan kenyamanan dalam aktivitas muamalah ditegaskan oleh Rasulullah ﷺ melalui sabdanya:

إِنَّ اللَّهَ طَيِّبٌ يُحِبُّ الطَّيِّبَ، نَظِيفٌ يُحِبُّ النَّظَافَةَ

“Sesungguhnya Allah itu Maha Baik dan menyukai kebaikan” (HR. Muslim).

Hadits ini dapat dipahami sebagai petunjuk bahwa niat baik dan perasaan yang menyenangkan akan menghasilkan hasil yang luar biasa. Oleh karena itu, sikap positif yang sesuai dengan cita-cita Islam dapat dipupuk melalui rasa damai dan kepuasan yang dihasilkan dari investasi yang sesuai dengan syariah. Dengan demikian, niat untuk berinvestasi dalam sekuritas yang sesuai dengan syariah secara berkelanjutan dapat diperkuat oleh nilai-nilai emosional yang diinternalisasi melalui sikap.

4.2.10 Peran Mediasi Sikap dalam hubungan Nilai Religius terhadap Niat Investasi Pada Instrumen Syariah

Temuan studi ini mendukung hipotesis H10 dengan menunjukkan bahwa sikap sepenuhnya memediasi hubungan natara nilai-nilai agaman dan niat investasi dalam instrumen syariah. Hasil ini menunjukkan keyakinan agama seseorang pertama-tama memengaruhi pandangan yang menguntungkan terhadap investasi syariah daripada langsung memengaruhi niat investasi. Niat investasi responden kemudian diperkuat oleh pola pikir ini. Akibatnya, sikap memainkan peran penting dalam menghubungkan pilihan investasi dengan keyakinan agama.

Hasil ini konsisten dengan penelitian Duqi & Al-Tamimi (2019), Faisal et al., (2023) dan Ikhsan & Wulandari (2024) yang menyatakan bahwa nilai religius merupakan determinan kuat dalam pembentukan sikap dan intensi perilaku. Dalam konteks investasi syariah, keyakinan terhadap prinsip agama mendorong individu

untuk menilai suatu instrumen sebagai sesuai atau tidak dengan nilai yang dianut. Penilaian tersebut kemudian tercermin dalam sikap yang mendukung atau menolak investasi syariah. Oleh karena itu, sikap menjadi mekanisme psikologis utama dalam mengonversi nilai religius menjadi niat berinvestasi.

Dalam perspektif Islam, pentingnya kesesuaian sikap dengan nilai keimanan tercermin dalam sabda Rasulullah ﷺ:

“Yang halal itu jelas dan yang haram itu jelas” (HR. Bukhari dan Muslim).

Hadits ini menyoroti pentingnya seorang Muslim untuk mengambil sikap tegas dalam memilih usaha bisnis yang sesuai dengan hukum Syariah. Tujuan dan pilihan seseorang akan dipengaruhi oleh pola pikir ini, yang dibentuk oleh pengetahuan agama. Akibatnya, sikap memainkan peran penting dalam menjembatani kesenjangan antara prinsip-prinsip agama dan keinginan untuk berinvestasi dalam sekuritas yang sesuai dengan Syariah.

4.2.11 Peran Mediasi Sikap dalam hubungan Nilai Epistemik terhadap Niat Investasi Pada Instrumen Syariah

Temuan penelitian ini menyangkal hipotesis H11 dengan menunjukkan bahwa sikap tidak berfungsi sebagai faktor mediasi dalam hubungan antara nilai-nilai epistemik dan niat investasi pada instrumen syariah. Hasil ini menunjukkan bahwa niat investasi tidak banyak dipengaruhi oleh nilai-nilai epistemik, baik secara langsung maupun tidak langsung. Dengan demikian, rasa ingin tahu, ketertarikan intelektual, maupun keinginan untuk mempelajari instrumen investasi syariah belum cukup kuat untuk membentuk sikap positif yang mendorong niat

investasi. Hal ini memperlihatkan pengetahuan semata tidak menjadi faktor penentu dalam keputusan investasi syariah.

Hasil studi berbeda dengan H. Amin et al., (2023), Faisal et al., (2023) dan Mohd Suki & Mohd Suki (2015) yang menyatakan bahwa nilai epistemik dapat memengaruhi perilaku melalui pembentukan sikap. Namun, temuan sejalan dengan penelitian Misra (2025) yang menyimpulkan bahwa nilai epistemik tidak cukup kuat apabila informasi yang dimiliki investor tidak mendalam atau tidak dianggap relevan. Dalam konteks penelitian ini, responden cenderung membutuhkan faktor lain seperti kepercayaan, sikap positif, dan keyakinan terhadap prinsip syariah agar pengetahuan yang dimiliki dapat mendorong niat investasi.

Dalam perspektif Islam, pengetahuan perlu diiringi dengan pemahaman dan keyakinan, sebagaimana firman Allah SWT dalam QS. Az-Zumar [39]: 9, yang berbunyi:

مَنْ هُوَ قَانِتُ أَنَّاءَ الَّيْلِ سَاجِدًا وَقَائِمًا يَحْذَرُ الْآخِرَةَ وَيَرْجُوا رَحْمَةَ رَبِّهِ ۝ فُلْنَ هَلْنَ يَسْتَوِي الَّذِينَ يَعْلَمُونَ وَالَّذِينَ لَا يَعْلَمُونَ إِنَّمَا يَتَدَكَّرُ أُولُوا الْأَلْبَابِ ۝

“(Apakah orang musyrik yang lebih beruntung) ataukah orang yang beribadah pada waktu malam dalam keadaan bersujud, berdiri, takut pada (azab) akhirat, dan mengharapkan rahmat Tuhananya? Katakanlah (Nabi Muhammad), “Apakah sama orang-orang yang mengetahui (hak-hak Allah) dengan orang-orang yang tidak mengetahui (hak-hak Allah)?” Sesungguhnya hanya ululalbab (orang yang berakal sehat) yang dapat menerima pelajaran.” (QS. Az-Zumar [39]: 9).

yang menegaskan bahwa orang yang berilmu dan tidak berilmu tidaklah sama. Ayat ini menunjukkan bahwa ilmu memiliki nilai ketika dipahami dan diamalkan dengan benar. Oleh karena itu, dalam konteks investasi syariah, pengetahuan saja belum cukup untuk membentuk sikap dan niat berinvestasi

apabila tidak disertai dengan pemahaman yang mendalam dan keyakinan yang kuat terhadap instrumen tersebut.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh nilai fungsional, nilai sosial, nilai emosional, nilai religius, dan nilai epistemik terhadap niat investasi pada instrumen syariah, dengan sikap sebagai variabel mediasi. Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan pada Bab IV, maka dapat disimpulkan beberapa temuan utama sebagai berikut:

- 1) Nilai fungsional tidak berpengaruh secara langsung terhadap niat investasi pada instrumen syariah. Hal ini menunjukkan bahwa manfaat fungsional seperti efisiensi, keamanan, dan kejelasan manfaat belum mampu secara langsung mendorong niat berinvestasi. Namun demikian, nilai fungsional terbukti berpengaruh tidak langsung melalui pembentukan sikap, sehingga sikap berperan sebagai mediator penuh dalam hubungan tersebut.
- 2) Nilai sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap niat investasi, baik secara langsung maupun melalui sikap. Temuan ini mengindikasikan bahwa faktor pengakuan sosial, tekanan lingkungan, atau opini kelompok tidak menjadi pertimbangan utama dalam keputusan investasi syariah. Selain itu, sikap tidak mampu memediasi hubungan nilai sosial terhadap niat investasi.
- 3) Nilai emosional berpengaruh signifikan terhadap niat investasi pada instrumen syariah. Perasaan positif seperti kenyamanan, ketenangan, dan kebanggaan dalam berinvestasi syariah terbukti mampu mendorong niat investasi. Selain

itu, sikap berperan sebagai mediator parsial, yang berarti nilai emosional memengaruhi niat investasi baik secara langsung maupun melalui pembentukan sikap positif.

- 4) Nilai religius tidak berpengaruh langsung terhadap niat investasi, namun berpengaruh secara tidak langsung melalui sikap. Temuan ini menunjukkan bahwa tingkat religiusitas individu perlu terlebih dahulu membentuk sikap yang mendukung terhadap investasi syariah sebelum akhirnya mendorong niat investasi. Dengan demikian, sikap berperan sebagai mediator penuh dalam hubungan nilai religius dan niat investasi.
- 5) Nilai epistemik tidak berpengaruh signifikan terhadap niat investasi dan tidak dimediasi oleh sikap. Hal ini menunjukkan bahwa rasa ingin tahu, ketertarikan terhadap informasi baru, atau pengetahuan semata belum cukup kuat untuk membentuk sikap maupun meningkatkan niat investasi syariah.
- 6) Sikap terbukti berpengaruh signifikan terhadap niat investasi pada instrumen syariah. Hasil ini menegaskan bahwa sikap merupakan faktor kunci dalam pembentukan niat investasi, sekaligus menjadi mekanisme penting yang menjembatani pengaruh beberapa nilai individu terhadap keputusan berinvestasi.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menegaskan bahwa sikap merupakan variabel sentral dalam menjelaskan niat investasi pada instrumen syariah, sementara pengaruh nilai-nilai individu cenderung bekerja melalui pembentukan sikap dibandingkan secara langsung.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, serta keterbatasan penelitian, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

- 1) Bagi lembaga dan pelaku industri keuangan syariah, disarankan untuk lebih memfokuskan strategi pemasaran dan edukasi pada pembentukan sikap positif investor, bukan hanya pada penyampaian informasi teknis produk. Penekanan pada rasa aman, ketenangan, dan manfaat jangka panjang dapat meningkatkan efektivitas dalam mendorong niat investasi.
- 2) Bagi pengelola produk investasi syariah, nilai fungsional dan nilai religius perlu dikomunikasikan secara persuasif agar mampu membentuk sikap yang mendukung. Edukasi yang sederhana, jelas, dan aplikatif terkait mekanisme serta manfaat investasi syariah sangat diperlukan agar nilai tersebut dapat terinternalisasi dengan baik oleh calon investor.
- 3) Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti kepercayaan (trust), literasi keuangan syariah, atau persepsi risiko guna memperkaya model penelitian. Selain itu, penggunaan metode penelitian campuran (kuantitatif dan kualitatif) dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai proses pembentukan sikap dan niat investasi.
- 4) Penelitian selanjutnya juga dapat memperluas objek penelitian pada investor aktif atau kelompok masyarakat tertentu, serta membandingkan instrumen syariah dengan instrumen konvensional agar diperoleh hasil yang lebih komprehensif dan memiliki daya generalisasi yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1985). From intentions to actions: A theory of planned behavior. *Action Control: From Cognition to Behavior/Springer*.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Akbar, N., Suryomurti, W., & Kassim, S. (2024). Investment Behaviour in Retail Green Sukuk: Case of Indonesia. In *AI in Business: Opportunities and Limitations: Volume 1* (pp. 437–448). Springer.
- Alam, S., Mohd, R., & Kamaruddin, B. (2011). Is religiosity an important determinant on Muslim consumer behaviour in Malaysia? *Journal of Islamic Marketing*, 2, 83–96. <https://doi.org/10.1108/1759083111115268>
- Amin, H., Suhartanto, D., Ali, M., Ghazali, M. F., Hamid, R., & Abdul Razak, D. (2023). Determinants of choice behaviour of Islamic investment products in Malaysia. *Journal of Islamic Marketing*, 14(8), 1917–1935. <https://doi.org/10.1108/JIMA-09-2021-0302>
- Amin, H., Suhartanto, D., Ali, M., Ghazali, M. F., Hamid, R., & Razak, D. A. (2022). Determinants of choice behaviour of Islamic investment products in Malaysia. *Journal of Islamic Marketing*, 14(8), 1917–1935.
- Amin, S., & Tarun, M. T. (2021). Effect of consumption values on customers' green purchase intention: a mediating role of green trust. *Social Responsibility Journal*, 17(8), 1320–1336. <https://doi.org/10.1108/SRJ-05-2020-0191>

Andrade, C. (2021). A Student's Guide to the Classification and Operationalization of Variables in the Conceptualization and Design of a Clinical Study: Part 1.

Indian Journal of Psychological Medicine, 43(2), 177–179.

<https://doi.org/10.1177/0253717621994334>

Ariff Azly Muhamed, A. A. M., Mohd Nizam, A. R., Firdaus Mohd Hamzah, F. M. H., Che Rosmawati, C. M. Z., & Suhaiza Zailani, S. Z. (2019). *The impact of consumption value on consumer behaviour: a case study of halal-certified food supplies.*

Baihui, Z., Bahador, K. M. K., & Saat, R. M. (2024). Extending the theory of planned behavior to identify students' investment intentions in internet money market funds. *Edelweiss Applied Science and Technology*, 8(6), 1201–1218.

<https://doi.org/10.55214/25768484.v8i6.2224>

Delle Foglie, A., & Keshminder, J. S. (2022). Challenges and opportunities of SRI sukuk toward financial system sustainability: a bibliometric and systematic literature review. In *International Journal of Emerging Markets*. Emerald Publishing. <https://doi.org/10.1108/IJOEM-04-2022-0601>

Dika, R. P. (2023). Pengaruh Teori Technology Acceptance Model, Religiusitas Dan Sikap Terhadap Niat Investor Berinvestasi Pada Saham Syariah Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(3), 3593.

<https://doi.org/10.29040/jiei.v9i3.10601>

Duqi, A., & Al-Tamimi, H. (2019). Factors affecting investors' decision regarding investment in Islamic Sukuk. *Qualitative Research in Financial Markets*, 11(1), 60–72.

Dziawgo, D. (2021). *Acceptance of sustainability concept by Polish individual investors.*

Epiquén Chancahuana, M., Silva Diaz, Y. A., Cruz Montero, J. M., Merino Flores, I., Carpio Mendoza, J., & Vega Vilca, C. S. (2024). *Operacionalización de variables en investigaciones cuantitativas*. Fondo Editorial de la Universidad Nacional Experimental Sur del Lago, Jesús María Semprum (UNESUR).
<https://doi.org/10.59899/oper-vari>

Faisal, Y. A., Gunawan, I., Cupian, Hayati, A., Apriliadi, A., & Fajri, M. (2023a). Examining the Purchase Intentions of Indonesian Investors for Green Sukuk. *Sustainability (Switzerland)*, 15(9). <https://doi.org/10.3390/su15097430>

Faisal, Y. A., Gunawan, I., Cupian, Hayati, A., Apriliadi, A., & Fajri, M. (2023b). Examining the purchase intentions of Indonesian investors for green sukuk. *Sustainability*, 15(9), 7430.

Habib, M. D., Kaur, P., Sharma, V., & Talwar, S. (2023). Analyzing the food waste reduction intentions of UK households. A Value-Attitude-Behavior (VAB) theory perspective. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 75, 103486.
<https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2023.103486>

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R*. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7>

- Hassan, M. K., Aliyu, S., Paltrinieri, A., & Khan, A. (2019). A review of Islamic investment literature. *Economic Papers: A Journal of Applied Economics and Policy*, 38(4), 345–380.
- Hiljannah, Z. Z., Desfiansyah, F., Putra, A. T., & Sarjono, O. R. (2023). The role of green sukuk for sustainable national development: Peran green sukuk terhadap pembangunan nasional yang berkelanjutan. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 8(2), 149–157.
- Homer, P. M., & Kahle, L. R. (1988). A structural equation test of the value-attitude-behavior hierarchy. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54(4), 638–646. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.54.4.638>
- Ikhsan, M. A., & Wulandari, R. (2024). Impact of attitude, subjective norms, and perceived behavioural control on intention to invest in retail green sukuk among Muslim millennials in Jabodetabek. *Journal of Islamic Economics Lariba*, 10(1), 149–168.
- Inayah, I. N. (2020). PRINSIP-PRINSIP EKONOMI ISLAM DALAM INVESTASI SYARIAH. *AKSY: Jurnal Ilmu Akuntansi Dan Bisnis Syariah*, 2(2), 88–100. <https://doi.org/10.15575/aksy.v2i2.9801>
- Irfan Syahroni, M. (2022). PROSEDUR PENELITIAN KUANTITATIF. *EJurnal Al Musthafa*, 2(3), 43–56. <https://doi.org/10.62552/ejam.v2i3.50>
- Ismail. (2024). Determinan Niat Investasi Green Sukuk pada Investor di DKI Jakarta. *Jurnal Alwatzikhoebillah : Kajian Islam, Pendidikan, Ekonomi, Humaniora*, 10(1), 29–40. <https://doi.org/10.37567/alwatzikhoebillah.v10i1.2101>

- Kasmad, K., Supatmin, S., Awaludin, T., & Syafrida, I. (2024). *Community Determination Factors Influence the Interest in Investing Retail Green Sukuk: Sustainable Investment as Moderating Variable* (pp. 158–166). https://doi.org/10.2991/978-94-6463-614-7_21
- Ma, C.-C., & Chang, H.-P. (2022). The Effect of Novel and Environmentally Friendly Foods on Consumer Attitude and Behavior: A Value-Attitude-Behavioral Model. *Foods*, 11(16), 2423. <https://doi.org/10.3390/foods11162423>
- Maulani, M. R., Nuryakin, N., & Hidayah, N. (2022). Purchase Intention of Halal Cosmetics: The Mediating Role of Attitude. *ETIKONOMI*, 21(2), 383–398. <https://doi.org/10.15408/etk.v21i2.24131>
- Milfont, T. L., Duckitt, J., & Wagner, C. (2010). A Cross-Cultural Test of the Value-Attitude-Behavior Hierarchy. *Journal of Applied Social Psychology*, 40(11), 2791–2813. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2010.00681.x>
- Misra, P. (2025). Purchase intention toward E-pharmacy: the consumption value perspective. *International Journal of Pharmaceutical and Healthcare Marketing*, 19(2), 181–208. <https://doi.org/10.1108/IJPHM-12-2023-0107>
- Mohd Suki, N., & Mohd Suki, N. (2015). Consumption values and consumer environmental concern regarding green products. *International Journal of Sustainable Development & World Ecology*, 22(3), 269–278.
- Nazirova, Z., & Borbala, S. (2024). Values, Attitudes and the Behaviour Paradigm: A Systematic Literature Review. *Journal of Human Values*, 30(2), 214–239. <https://doi.org/10.1177/09716858241236902>

- OECD. (2020). *Developing Sustainable Finance Definitions and Taxonomies* (Green Finance and Investment). OECD. <https://doi.org/10.1787/134a2dbe-en>
- Pörtner, H. O., Scholes, R. J., Arneth, A., Barnes, D. K. A., Burrows, M. T., Diamond, S. E., Duarte, C. M., Kiessling, W., Leadley, P., Managi, S., McElwee, P., Midgley, G., Ngo, H. T., Obura, D., Pascual, U., Sankaran, M., Shin, Y. J., & Val, A. L. (2023). Overcoming the coupled climate and biodiversity crises and their societal impacts. In *Science* (Vol. 380, Issue 6642). American Association for the Advancement of Science. <https://doi.org/10.1126/science.abl4881>
- Rahayu, S., & Khiswari, Z. (2023). Consumer Attitudes Towards Green Products: Exploration of the Role of Functional Values, Emotional Values, and Subjective Norms. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 7(4).
- Ridha, N. (2017). PROSES PENELITIAN, MASALAH, VARIABEL DAN PARADIGMA PENELITIAN. *Jurnal Hikmah*, 14 (1), 62–70.
- Sheikh, A. A., Yousaf, M. F., Alshuaibi, M. S., Tariq, B., Durrani, S., Hameed, I., Raza, S. H., Yousaf, M., & Badawy, M. (2025). Modeling a value-attitude-behavior framework and personality traits: examining consumers' green purchase behavior for environmentally friendly technology products. *Discover Sustainability*, 6(1), 779. <https://doi.org/10.1007/s43621-025-01605-y>
- Sheth, J. N., Newman, B. I., & Gross, B. L. (1991). Why we buy what we buy: A theory of consumption values. *Journal of Business Research*, 22(2), 159–170. [https://doi.org/10.1016/0148-2963\(91\)90050-8](https://doi.org/10.1016/0148-2963(91)90050-8)

Sverdrup, H. U. (2019). The global sustainability challenges in the future: The energy use, materials supply, pollution, climate change and inequality nexus.

In *What Next for Sustainable Development?* (pp. 49–75). Edward Elgar Publishing.

Timur, Y. P., Ridlwan, A. A., Rahim, S. A., Fikriyah, K., Susilowati, F. D., Canggih, C., Nurafini, F., & Badrul Munir, M. B. (2025). Determinants of Muslim investors in investing through green sukuk retail: an extended pro-environmental planned behavior approach. *Journal of Islamic Marketing*.

UNEP. (2021). *UNEP 2021*.

Wu, Y., & Lee, Y. S. (2025). A Study on the Impact of the Consumption Value of Sustainable Fashion Products on Purchase Intention Based on the Theory of Planned Behavior. *Sustainability (Switzerland)*, 17(10).

<https://doi.org/10.3390/su17104278>

Zhang, Q., Wang, Y., & Ariffin, S. K. (2024). Consumers purchase intention in livestreaming e-commerce: A consumption value perspective and the role of streamer popularity. *PLoS ONE*, 19(2 February).

<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0296339>

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Kuisioner

Kuisioner Penelitian

Penelitian Peran Mediasi Sikap Dalam Hubungan Nilai Konsumsi dan Niat

Investasi Pada Instrumen Syariah

Assalamualaikum Wr.Wb

Kepada Yang Terhormat Bapak/Ibu, Saudara/i, perkenalkan nama saya Aurel Cinta Nurdiansah Putri, saya mahasiswi program studi Manajemen Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang (UIN Malang) yang sedang melakukan penelitian dalam rangka penyusunan tugas akhir skripsi dengan judul “Peran Mediasi Sikap Dalam Hubungan Nilai Konsumsi dan Niat Investasi Pada Instrumen Syariah” Sebagai bagian dari pelaksanaan penelitian tersebut, saya memerlukan partisipasi responden yang memenuhi kriteria berikut:

1. Berusia minimal 17 tahun
2. Investor individu yang berdomisili di Jawa, Sumatera, Sulawesi
3. Sudah pernah berinvestasi pada instrumen syariah antara lain saham syariah, sukuk dan reksadana syariah.

Saya mohon kesediaan Bapak/ibu, saudara/i untuk mengisi kuisioner ini sesuai pendapat dan pengalaman masing-masing. Semua respon dalam kuisioner ini bersifat rahasia dan hanya untuk kepentingan penelitian yang dilakukan peneliti

Atas kesediaan, waktu dan partisipasi yang diberikan, saya ucapkan terima kasih

1. Nama Responden : _____

2. Alamat Email : _____

3. Jenis kelamin : _____

Perempuan

Laki – laki

4. Usia : _____

17 – 20 tahun

21 – 25 tahun

26 – 30 tahun

31- 40 tahun

>40 tahun

5. Pendidikan : _____

SMA/Sederajat

Diploma

S1

S2

6. Pekerjaan : _____

Pegawai Negeri Sipil

Guru

Mahasiswa

Siswa

Profesional

Masyarakat Umum

Yang lain:.....

7. Asal Daerah :

Jawa

Sumatera

Sulawesi

Petunjuk Pengisian Kuisioner

- a. Responden diharap membaca terlebih dahulu deskripsi masing-masing pernyataan sebelum memberikan tanggapan
- b. Ada 5 (lima) pilihan jawaban yang tersedia untuk masing-masing pernyataan, yaitu:

1= Sangat Tidak Setuju (STS)

2= Tidak setuju (TS)

3= Netral (N)

4= Setuju (S)

5= Sangat Setuju (SS)

- c. Dalam setiap pernyataan tidak ada jawaban yang benar ataupun salah, jadi sebisa mungkin anda pilih jawaban yang paling sesuai dengan Bapak/Ibu/Saudara/i

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
Niat Investasi						
1	Saya berniat berinvestasi syariah (saham syariah, sukuk, reksa dana syariah dll) dalam waktu dekat.					
2	Saya sedang mempertimbangkan untuk investasi pada instrumen syariah (saham syariah, sukuk, reksa dana syariah dll)					
3	Saya merencanakan alokasi dana untuk investasi syariah (saham syariah, sukuk, reksa dana syariah dll).					
4	Saya yakin akan berinvestasi dalam instrumen syariah (saham syariah, sukuk, reksa dana syariah dll).					
5	Saya memiliki rencana konkret untuk membeli instrumen syariah (saham syariah, sukuk, reksa dana syariah dll) secara berkelanjutan.					
6	Saya akan menjadikan instrumen syariah (saham syariah, sukuk, reksa dana syariah dll) sebagai bagian dari investasi rutin saya.					
Sikap						
1	Instrumen investasi syariah (saham syariah, sukuk, reksa dana syariah dll) produk yang baik.					
2	Saya menilai investasi syariah (saham syariah, sukuk, reksa dana syariah dll) merupakan investasi yang bermanfaat.					
3	Saya percaya instrumen investasi syariah (saham syariah, sukuk, reksa dana syariah dll) layak dipertimbangkan.					
4	Saya memiliki ketertarikan untuk mempelajari lebih lanjut tentang instrumen investasi syariah (saham syariah, sukuk, reksa dana syariah dll).					
5	Saya merasa nyaman mempelajari produk instrumen investasi syariah (saham syariah, sukuk, reksa dana syariah dll).					
6	Saya cenderung mendukung produk investasi berbasis syariah.					
Nilai Fungsional						
1	Investasi syariah (saham syariah, sukuk, reksa dana syariah dll) memiliki kualitas yang baik					
2	Produk investasi syariah (saham syariah, sukuk, reksa dana syariah dll) memberikan informasi yang jelas dan transparan.					

3	Produk investasi syariah (saham syariah, sukuk, reksa dana syariah dll) mampu memenuhi kebutuhan saya sebagai investor.				
4	Investasi syariah (saham syariah, sukuk, reksa dana syariah dll) memberikan tingkat pengembalian yang stabil.				
5	Saya percaya investasi syariah (saham syariah, sukuk, reksa dana syariah dll) memiliki kinerja keuangan yang konsisten.				
6	Investasi syariah (saham syariah, sukuk, reksa dana syariah dll) memiliki performa keuangan yang dapat diprediksi.				
Nilai Sosial					
1	Saya merasa lebih diterima secara sosial ketika berinvestasi pada instrumen syariah (saham syariah, sukuk, reksa dana syariah dll).				
2	Investasi syariah (saham syariah, sukuk, reksa dana syariah dll) memberikan kesan positif di mata orang lain.				
3	Berinvestasi dalam instrumen syariah (saham syariah, sukuk, reksa dana syariah dll) membuat saya lebih dihargai di lingkungan sosial.				
4	Investasi syariah (saham syariah, sukuk, reksa dana syariah dll) meningkatkan citra saya sebagai individu yang peduli nilai syariah dan keberlanjutan.				
5	Investasi syariah (saham syariah, sukuk, reksa dana syariah dll) memperkuat reputasi saya sebagai investor yang bertanggung jawab.				
6	Saya merasa investasi syariah (saham syariah, sukuk, reksa dana syariah dll) memberi nilai tambah status sosial saya.				
Nilai Emosional					
1	Saya merasa puas secara emosional ketika berinvestasi pada instrumen syariah (saham syariah, sukuk, reksa dana syariah dll).				
2	Berinvestasi pada instrumen syariah (saham syariah, sukuk, reksa dana syariah dll) memberikan perasaan positif bagi diri saya.				
3	Investasi syariah (saham syariah, sukuk, reksa dana syariah dll) membuat saya merasa bangga sebagai seorang investor.				

4	Saya merasa investasi syariah (saham syariah, sukuk, reksa dana syariah dll) memungkinkan saya berkontribusi nyata pada lingkungan sekitar.				
5	Investasi syariah merupakan bentuk partisipasi saya dalam mendukung nilai dan prinsip syariah.				
6	Saya merasa investasi syariah mencerminkan tanggung jawab pribadi saya terhadap umat.				
Nilai Religius					
1	Saya memilih investasi syariah (saham syariah, sukuk, reksa dana syariah dll) karena bebas riba.				
2	Investasi syariah (saham syariah, sukuk, reksa dana syariah dll) minim risiko spekulatif (gharar).				
3	Saya menolak investasi konvensional karena unsur riba.				
4	Berinvestasi instrumen syariah (saham syariah, sukuk, reksa dana syariah dll) merupakan bentuk pengamalan iman saya.				
5	Saya merasa berinvestasi pada instrumen syariah (saham syariah, sukuk, reksa dana syariah dll) adalah bagian dari tanggung jawab saya sebagai seorang muslim.				
6	Investasi syariah sesuai dengan prinsip dan hukum Islam yang saya yakini.				
Nilai Epistemik					
1	Saya tahu instrumen investasi syariah (saham syariah, sukuk, reksa dana syariah dll).				
2	Saya memahami konsep keuangan berbasis syariah.				
3	Saya mengetahui tujuan dari investasi syariah(saham syariah, sukuk, reksa dana syariah dll).				
4	Saya tahu perbedaan investasi syariah dan investasi non syariah.				
5	Saya tahu keunggulan instrumen syariah (saham syariah, sukuk, reksa dana syariah dll) dibandingkan instrumen lainnya.				
6	Saya tahu bahwa investasi syariah (saham syariah, sukuk, reksa dana syariah dll) lebih baik dari produk investasi biasa.				

Lampiran 2 Jawaban Responden

Nilai Fungsional (X1)

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6
5	5	4	5	4	4
5	5	3	4	4	4
4	3	3	3	3	3
3	3	4	3	2	3
5	5	3	3	5	5
3	3	3	4	4	3
4	5	3	3	3	3
4	4	3	3	4	3
3	4	5	5	4	3
3	3	3	4	3	3
4	2	2	3	1	4
4	4	4	4	4	4
4	4	3	5	4	4
4	5	4	4	4	4
4	5	4	4	4	3
4	4	5	4	4	5
4	4	3	3	3	4
3	3	3	3	3	3
2	3	3	2	3	2
3	3	2	3	3	4
3	4	3	3	4	3
4	5	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5
3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	3	3
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
2	2	3	3	2	2
5	4	4	4	4	4
4	4	5	5	5	4
4	4	4	5	5	5
4	4	4	4	4	4
5	5	4	4	4	4
3	4	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4

3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	3	4
4	5	4	4	4	4
3	4	3	4	5	4
2	1	2	3	2	4
3	4	4	4	4	4
3	3	3	4	4	3
2	3	3	3	2	3
5	5	4	5	5	4
3	3	4	3	4	3
4	4	4	4	3	3
5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	4
4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5
5	4	4	5	5	5
4	5	4	3	3	3
5	5	5	3	4	4
5	5	4	4	3	4
5	5	5	4	5	4
3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4
5	3	3	4	5	4
4	4	3	4	4	3
5	5	3	3	5	5
4	3	4	3	5	5
5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4
5	5	4	4	3	4
3	4	4	4	4	4
5	5	4	4	5	4
4	4	5	4	4	4
4	4	5	4	4	4
3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4
4	3	3	3	3	3
5	4	4	4	5	4
4	4	4	4	4	4
5	5	4	4	5	4

2	3	2	4	2	3
4	5	4	4	4	4
3	2	3	3	2	3
5	4	4	4	4	3
4	4	4	4	4	5
3	4	3	3	3	3
4	5	3	4	4	5
4	4	4	5	4	3
4	4	5	5	4	4
3	4	3	3	4	4
4	4	4	5	5	5
5	5	4	5	5	5
5	5	5	5	5	4
5	5	5	4	5	5
3	3	3	3	3	3
4	4	3	4	4	4
4	4	4	4	4	4
5	5	4	3	3	3
3	4	3	4	4	3
5	5	5	5	5	5
2	4	2	4	4	4
4	5	5	5	5	5
3	3	4	4	3	4
5	5	5	5	4	4
4	4	3	3	4	3
4	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
5	4	3	4	3	4
4	4	4	4	4	4
4	4	5	5	5	4
3	2	3	3	3	3
2	3	3	3	3	3
4	4	5	4	3	5
3	3	3	3	3	3
4	3	3	2	4	4
3	3	3	3	3	4
3	4	3	3	3	3
3	4	3	3	4	3
3	4	5	4	4	3
3	2	3	2	3	3

4	5	4	4	5	5
4	4	4	4	4	3
4	4	4	4	3	3
4	4	3	3	3	3
4	4	3	3	4	4
4	4	5	5	3	5
5	5	5	5	5	5
4	5	4	5	4	5
2	3	4	4	2	1
4	4	4	4	4	4
3	2	3	3	3	3
3	3	4	4	4	3
4	4	3	3	3	3
3	3	3	3	2	2
5	5	3	4	4	3
3	4	4	3	3	3
5	5	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	4	3
4	4	3	2	4	2
4	3	4	3	4	4
2	2	3	2	2	2
4	4	3	3	4	4
2	4	5	4	5	5
3	4	2	3	3	3
5	5	3	3	3	4
4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3
5	5	5	4	4	3
5	5	5	4	4	4
3	2	3	3	3	3
5	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	3	3	3	3	4
4	4	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	3	4
4	4	3	3	4	4

3	5	4	5	5	5
3	1	2	3	3	3
2	2	2	3	3	3
4	3	3	3	4	3
3	3	3	4	3	3
3	4	3	3	4	3
4	5	5	4	5	4
5	4	3	3	5	5
4	4	4	4	4	4
4	5	4	4	4	5
2	2	3	3	3	3
2	3	3	3	2	2
4	3	2	3	3	4
3	4	3	4	3	4
4	4	3	3	4	4
3	4	3	5	4	3
2	2	3	3	3	3
3	3	3	3	3	2
4	4	4	5	5	5
4	4	4	5	5	5
3	4	4	5	3	2
4	4	3	4	4	4
4	5	5	5	5	4
3	3	3	3	3	3
3	4	3	4	3	3
4	4	3	4	4	4
3	3	3	3	3	3
4	3	4	5	5	5
3	4	3	3	3	3
4	4	3	3	4	3
4	4	4	4	4	4
3	3	3	4	4	4
4	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4
2	3	2	3	3	3
4	5	3	4	4	4
4	4	4	4	4	4
3	4	5	5	4	4
5	5	4	4	4	3
5	4	5	4	4	5
4	5	4	3	5	5

3	4	4	5	5	4
3	4	3	5	5	4
5	5	4	4	5	5
3	5	4	3	5	4
5	4	4	5	5	5
4	4	4	4	4	4
4	4	3	5	5	5
3	4	4	5	5	4
5	5	4	4	5	5
5	5	4	4	5	4
4	4	5	5	4	5
4	5	4	4	4	5
5	4	4	5	4	4
4	3	3	4	3	5
3	4	4	3	4	4
3	4	5	3	4	4
5	4	3	4	5	5
4	4	5	4	4	4
5	5	4	5	5	4
5	5	4	3	4	4
4	5	4	4	5	4
5	5	3	4	4	4
4	5	5	4	5	5
5	4	5	4	5	5
4	4	5	4	5	5
4	5	4	5	4	5
4	4	4	5	5	5
4	5	4	5	4	5
4	4	5	4	4	5
4	4	5	4	4	4
3	5	4	4	3	5
4	4	5	3	4	4
5	4	3	4	3	3
4	4	5	4	5	5
4	5	4	5	5	4
4	4	4	3	5	3
3	3	3	3	3	2
5	4	5	5	4	5
3	3	4	5	4	3
5	5	4	5	4	3
3	4	5	5	4	5

5	5	4	5	5	4
5	4	5	5	4	4
5	4	5	3	4	5
5	5	4	4	4	5
4	5	4	3	5	4
3	5	5	4	4	5
5	5	4	3	3	4
4	4	5	4	5	5
3	5	5	4	3	3
5	4	5	5	5	5
4	4	5	4	4	5
4	5	5	4	4	5
4	4	4	5	5	4
4	5	5	4	5	4
4	4	5	4	5	4
4	5	5	4	5	5
4	4	4	4	4	3
4	5	5	4	5	4

Nilai Sosial (X2)

X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6
4	5	5	5	5	4
3	3	3	4	4	3
2	3	2	3	3	3
3	1	3	2	3	3
3	5	4	3	3	3
3	3	3	3	3	3
3	4	4	4	4	5
3	4	3	3	3	3
5	4	3	5	4	5
3	2	3	3	3	3
3	4	3	3	4	1
4	4	4	4	4	4
3	5	3	4	3	4
4	5	4	4	5	5
3	5	4	4	4	3
4	4	5	4	5	4
3	4	4	4	4	3
3	4	3	4	4	3

3	2	3	3	3	3
5	3	4	3	3	3
4	4	4	4	4	4
4	5	4	5	4	4
2	2	2	2	4	2
2	4	4	4	4	3
3	4	4	4	4	4
3	4	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	2
3	3	3	2	2	2
3	3	3	3	3	3
4	5	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
4	5	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3
3	4	3	4	3	4
4	5	5	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	5	4	4	5	3
3	5	3	4	4	3
2	2	2	2	4	3
3	3	4	4	3	4
3	3	3	3	3	3
3	2	3	3	3	3
4	5	4	5	4	3
3	4	3	4	3	4
2	5	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5
4	5	4	4	4	3
4	4	4	4	4	5
5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	5	5
4	5	4	5	4	3
3	4	3	5	3	4
4	5	4	5	5	4
4	5	5	4	5	5

4	3	3	3	3	3
4	4	3	4	4	3
4	3	5	4	5	3
4	4	3	3	3	3
3	5	3	5	5	3
5	5	5	4	4	5
5	5	5	5	5	5
5	5	4	4	4	4
3	4	3	3	4	3
4	4	4	4	3	4
4	4	5	4	5	4
4	5	4	4	4	4
3	3	3	3	3	4
2	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4
4	5	3	3	3	3
4	5	4	4	5	4
4	4	4	4	4	4
4	5	5	5	5	5
2	4	1	1	2	2
3	4	3	3	3	3
3	2	3	2	3	3
4	5	4	4	5	3
3	4	4	3	4	4
3	4	3	3	3	3
4	4	3	5	4	3
3	4	3	3	3	3
4	4	5	4	5	5
5	3	4	3	4	3
4	5	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5
4	5	4	5	5	4
5	5	5	5	5	4
3	3	3	4	3	3
5	5	4	4	5	5
3	4	3	3	3	3
3	4	3	5	3	2
3	4	4	4	4	4
4	4	3	5	5	3
3	4	3	2	4	2
5	4	5	5	5	5

3	5	4	5	4	4
5	5	5	5	5	5
3	3	4	5	5	4
3	4	3	3	3	3
3	4	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4
5	4	3	4	3	3
4	5	5	4	5	5
4	5	5	4	5	4
3	3	3	3	3	3
3	2	2	2	2	2
3	4	5	5	3	4
3	3	3	3	3	3
3	5	4	4	2	3
3	3	3	4	3	2
3	4	3	3	4	3
4	3	4	4	3	4
5	4	2	3	4	5
4	3	4	3	3	4
5	5	4	4	5	5
4	4	2	3	3	4
3	3	3	3	3	3
3	5	3	4	3	3
4	4	3	4	4	4
5	4	3	4	4	4
5	5	5	5	4	5
4	5	5	4	5	4
4	2	1	1	2	2
2	2	2	2	2	2
2	2	3	3	2	3
4	4	3	5	3	4
3	4	3	3	3	3
2	2	2	2	3	3
3	4	3	5	3	2
3	4	2	2	3	2
3	4	3	4	4	3
3	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	4
1	2	2	3	3	1
3	4	3	3	3	3
1	4	1	4	4	3

4	4	3	3	3	3
2	2	2	2	1	2
4	4	3	3	3	3
5	4	5	5	3	5
2	4	2	4	2	2
5	5	3	5	4	2
3	3	3	4	3	3
3	3	3	3	3	3
3	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5
3	4	3	2	2	3
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	2
4	4	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
4	5	4	4	4	4
4	4	3	3	3	4
3	5	3	5	3	3
5	4	4	3	4	3
3	2	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
5	4	3	4	4	3
3	5	4	5	4	3
4	3	5	4	4	5
3	5	3	3	3	2
4	5	5	4	5	4
3	3	3	3	3	3
3	2	3	3	2	2
2	4	3	3	2	2
3	4	3	4	3	4
3	4	3	4	4	3
3	4	3	5	4	5
3	3	3	3	3	3
2	3	3	3	3	3
5	4	4	4	4	5
3	4	3	3	3	3
5	4	3	5	4	4
5	4	4	4	5	5

5	5	4	5	4	5
3	3	3	3	3	3
5	4	3	4	3	4
2	5	4	4	4	4
3	4	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
3	3	3	4	4	4
3	4	4	3	3	4
3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4
3	2	2	3	3	3
3	3	2	3	2	2
3	3	3	3	3	3
4	4	5	3	4	5
3	4	3	5	4	4
3	4	5	4	4	5
4	5	3	4	3	5
5	5	3	4	3	4
4	3	5	4	5	3
5	4	5	4	3	5
4	4	5	5	5	4
5	4	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4
5	4	5	4	5	5
4	4	5	4	5	4
5	5	5	5	5	5
3	3	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5
4	3	4	5	4	4
4	5	4	4	5	5
1	3	3	4	3	5
4	5	4	4	4	3
3	5	4	4	4	4
5	4	3	4	5	5
5	4	4	4	5	4
4	5	4	4	5	4
3	4	3	4	4	4
4	5	4	5	4	4
3	3	3	3	4	3

5	4	4	5	5	5
5	4	5	5	5	4
4	4	5	5	5	4
3	3	3	3	4	3
5	5	5	4	4	3
4	5	4	5	4	5
5	5	4	5	5	4
3	4	4	3	4	3
4	5	3	3	4	5
3	4	4	3	4	4
3	4	4	4	5	5
4	5	4	4	4	4
4	4	5	4	5	3
5	5	5	4	4	5
3	4	3	4	3	3
4	5	5	5	4	5
4	4	5	5	3	5
3	4	3	4	5	4
5	5	5	4	3	4
5	5	4	5	4	4
4	4	5	4	5	5
4	4	3	5	4	3
3	3	3	3	4	3
4	4	5	4	3	4
4	5	5	4	4	5
5	3	4	5	3	4
4	4	4	4	5	5
3	4	3	5	4	4
4	4	4	5	4	5
4	4	5	5	5	4
5	4	4	5	4	5
4	5	4	4	4	4
4	5	4	4	5	5
4	5	4	4	5	5
5	5	4	5	4	4
3	5	3	5	3	3
4	5	4	4	4	5

Nilai Emosional (X3)

X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6
5	5	4	4	4	4
5	5	4	4	5	5
3	4	4	2	4	4
4	2	3	3	2	3
3	2	3	3	3	5
3	4	3	4	4	4
5	5	4	5	4	5
3	3	3	3	3	3
5	4	4	3	5	5
3	3	3	3	3	2
5	4	3	5	5	5
4	4	4	4	4	4
4	5	3	3	4	4
5	5	5	3	4	3
4	4	4	4	5	5
4	5	4	4	5	5
3	3	3	4	3	3
3	4	3	3	4	3
3	3	3	3	3	3
3	2	3	3	3	3
4	4	4	3	4	4
4	5	4	4	5	5
5	5	4	4	4	5
3	3	3	4	5	5
3	4	4	4	4	4
4	4	4	4	5	5
2	2	2	2	2	2
3	4	3	3	4	4
2	3	2	3	3	2
3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5
3	3	3	3	3	3
3	3	3	4	5	4
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
4	4	5	5	5	5
3	3	3	3	3	3

3	3	3	3	3	3
4	4	4	5	5	5
4	4	4	3	3	5
4	5	4	5	4	4
4	5	5	5	4	3
5	4	4	4	1	2
4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3
3	2	2	3	2	3
4	5	5	4	5	5
3	4	3	4	3	4
5	5	5	4	5	4
5	5	5	5	5	5
4	5	3	4	5	5
5	5	4	4	5	5
5	5	5	4	4	3
3	3	3	3	4	5
4	5	4	4	5	4
5	5	5	3	5	5
5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	5	5
3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	5
5	5	5	5	4	3
4	4	3	4	4	4
3	5	5	3	3	5
3	5	4	4	5	5
5	5	5	5	5	5
4	5	4	5	5	5
4	5	5	4	5	5
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	5	5
4	5	5	4	5	5
4	4	4	3	4	4
3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	5	5
4	4	3	3	5	3
5	4	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5
3	4	2	3	2	3

4	4	2	2	5	5
3	2	3	2	3	3
5	5	5	4	5	5
4	4	4	4	4	4
3	3	3	4	4	4
4	5	4	5	5	5
4	4	4	5	5	5
3	4	4	3	4	5
3	4	4	3	4	4
5	5	5	4	5	5
5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	4	5
4	4	3	4	4	4
4	4	4	5	4	4
3	3	3	3	3	3
4	3	4	4	4	4
3	3	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4
4	5	5	4	5	5
3	4	4	4	3	4
4	5	4	5	5	5
3	4	4	4	5	5
4	4	3	4	4	4
4	4	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4
4	3	2	3	3	4
4	5	5	4	5	4
4	5	5	4	4	5
3	3	3	3	3	2
2	3	2	2	2	2
4	4	5	3	5	5
3	3	3	3	3	3
3	4	3	4	3	2
2	2	1	1	3	3
3	4	4	3	4	4
3	4	3	4	3	4
4	5	3	4	5	4
3	3	3	3	2	3
5	4	5	5	5	5

3	4	2	4	4	4
3	3	3	3	3	3
3	5	4	3	4	4
4	4	4	3	4	4
4	4	5	4	5	5
4	4	4	4	5	4
4	4	5	5	4	4
3	3	2	2	4	3
4	4	4	3	5	4
3	3	3	2	2	2
5	5	5	3	5	5
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	2
4	4	4	4	4	3
4	3	3	4	4	4
5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	4
2	1	3	2	2	3
3	3	3	3	3	3
2	4	4	4	4	4
3	4	3	4	3	3
2	1	2	1	2	2
3	4	3	4	4	3
5	5	3	2	5	4
2	4	4	4	4	4
2	4	4	4	4	4
4	3	3	4	4	3
3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5
4	5	4	5	4	5
4	4	4	3	4	4
5	5	5	4	5	5
4	4	4	4	4	4
3	5	4	3	4	5
4	4	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	4
3	4	3	3	3	4
3	3	4	3	4	4
4	5	4	3	5	5

3	2	2	3	2	2
2	2	2	2	2	3
3	3	3	3	3	3
3	4	4	3	4	4
4	4	3	4	5	5
5	5	5	5	5	5
5	4	5	5	5	4
4	4	3	3	4	4
5	4	4	4	5	5
3	3	3	3	3	3
2	2	4	4	3	3
4	3	4	3	4	3
3	4	3	4	3	4
3	4	4	3	4	4
4	5	4	3	5	4
3	3	3	3	3	3
2	2	2	2	2	2
5	5	5	4	4	4
4	4	3	5	5	4
5	3	5	4	4	3
5	4	5	5	5	4
4	4	4	4	5	5
3	3	3	3	3	3
4	4	5	3	4	4
4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4
4	4	3	3	4	4
4	4	4	4	4	4
3	3	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3
2	3	3	3	3	2
4	4	4	4	4	4
4	4	5	4	4	5
4	3	4	4	5	5
5	4	5	4	5	5
3	5	4	4	5	3
5	4	4	3	5	4

4	5	3	5	5	4
5	5	4	4	4	5
3	4	5	3	4	5
4	4	4	4	5	5
4	4	4	4	4	4
4	5	5	4	5	3
4	4	5	4	5	4
5	5	5	5	5	5
4	5	4	5	5	5
4	4	4	5	5	4
3	4	5	4	5	5
5	4	5	5	5	5
3	4	3	5	3	4
4	5	4	5	5	5
3	5	4	3	5	4
5	4	3	4	5	5
5	4	4	5	4	4
4	5	4	5	4	5
5	5	4	4	4	5
4	4	5	4	5	5
4	4	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5
4	4	5	5	5	4
4	5	4	4	5	5
3	3	3	3	5	3
4	4	5	4	4	5
4	5	4	5	4	5
4	4	4	5	5	4
3	4	4	4	5	4
4	5	4	3	3	5
4	4	3	4	3	4
4	3	4	5	5	5
5	4	4	5	4	4
4	5	3	4	5	4
4	4	5	5	5	4
3	4	4	4	4	4
4	5	5	5	5	5
5	5	4	4	3	5
5	4	5	3	4	4
4	5	5	5	4	5
3	4	4	5	4	5

4	5	4	5	5	4
3	4	3	5	4	5
4	4	5	4	4	5
4	5	3	4	4	3
4	5	5	4	5	5
5	4	4	3	5	4
4	4	4	5	5	5
5	3	4	5	3	3
5	5	5	5	5	5
4	5	5	4	4	4
5	5	4	4	5	5
4	5	5	4	4	4
5	4	5	4	4	5
4	4	5	4	5	5
5	4	4	5	4	4
4	4	5	5	5	5
5	5	4	4	4	5

Nilai Religius (X4)

X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	X4.6
4	4	4	4	4	5
5	5	3	4	4	4
4	4	3	4	4	4
2	2	5	3	3	2
5	5	5	5	5	5
3	3	2	3	3	3
5	5	2	3	2	4
3	3	3	3	3	3
5	4	5	4	4	5
3	3	3	3	3	3
5	4	5	5	4	5
5	5	5	5	5	5
4	4	3	4	4	4
4	4	3	4	4	4
5	5	5	5	5	5
4	4	4	5	4	5
5	4	2	2	3	4
4	4	2	3	2	3
2	3	3	3	3	3

3	3	3	3	3	3
5	4	4	4	4	4
5	5	3	4	4	5
5	5	5	5	5	5
4	4	5	5	5	4
4	4	3	4	4	4
4	5	3	4	4	5
3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	3
1	2	1	2	2	2
4	4	4	4	4	4
5	4	3	4	4	3
5	3	3	5	5	5
4	3	3	3	3	3
5	4	3	4	4	4
3	4	3	3	3	3
4	4	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5
1	4	2	3	3	3
3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5
5	4	5	4	4	4
4	4	3	3	4	4
4	4	2	4	5	5
2	2	2	2	4	2
3	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3
2	2	4	3	4	3
5	5	3	4	4	5
3	4	4	3	3	4
5	4	2	3	3	3
5	5	3	5	5	5
5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	5	5
5	4	3	4	4	4
3	3	4	3	4	4
4	4	2	3	3	4
3	4	1	4	3	5
3	4	2	5	4	5
5	4	4	5	5	5
4	2	3	3	3	4

3	3	2	4	4	4
5	5	5	5	5	5
4	4	3	5	4	4
5	3	3	5	5	5
5	4	2	4	2	2
5	5	5	5	5	5
5	4	5	5	5	5
5	5	4	5	5	5
3	3	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5
5	5	3	5	5	5
5	5	5	3	3	4
4	4	5	4	5	5
5	4	4	4	4	4
4	4	3	4	4	3
4	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5
4	5	2	1	3	4
5	5	4	5	5	5
2	3	2	3	3	2
4	4	5	5	5	5
5	5	4	4	4	4
4	4	3	3	3	3
5	5	4	5	4	5
4	4	2	3	4	5
4	3	4	4	4	3
5	4	4	4	4	4
5	5	4	3	5	5
5	5	5	5	5	5
5	5	2	5	5	5
5	5	5	5	5	5
4	4	3	3	4	3
4	4	3	4	4	4
4	4	3	4	4	4
5	4	2	4	4	4
4	4	2	4	4	4
5	5	3	3	4	5
3	2	3	4	2	4
5	5	4	5	5	5
4	4	5	4	3	4

5	5	5	5	5	5
5	4	2	3	4	3
4	4	3	3	4	4
4	4	4	4	3	4
4	4	4	4	4	4
5	3	4	3	4	3
4	5	4	5	5	4
4	5	5	5	5	4
2	2	2	2	2	2
3	2	3	2	2	2
4	4	1	4	4	3
3	3	3	3	3	3
3	3	4	3	4	4
3	4	1	3	3	4
4	4	3	4	4	4
4	3	4	3	4	3
4	3	5	4	3	5
2	2	3	3	3	3
5	4	4	4	5	5
4	3	2	4	4	4
3	3	3	3	3	3
5	5	3	3	2	5
5	5	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	5	5
4	5	4	5	4	5
2	4	1	2	2	5
4	4	3	4	4	4
3	2	2	3	3	3
5	5	2	5	5	5
4	4	4	4	4	4
2	2	1	2	2	1
4	4	3	4	4	4
3	4	3	4	4	3
4	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4
5	5	5	4	4	4
2	1	2	3	1	2
4	4	4	3	3	3
5	4	1	3	4	5
4	4	4	3	4	4

2	4	4	2	2	2
4	4	4	4	3	3
5	4	4	4	5	4
3	3	2	4	3	3
5	4	3	5	5	5
4	4	3	4	4	5
3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5
4	4	3	4	5	5
4	4	4	4	4	4
5	5	3	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	5	4	4	5
3	3	4	3	3	4
4	4	3	4	4	4
4	3	3	3	3	4
5	4	2	3	4	4
5	5	5	5	4	4
3	4	2	5	5	5
1	1	3	1	1	2
2	2	2	2	2	2
4	3	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4
5	4	5	4	5	5
5	4	5	5	5	5
4	5	4	5	4	4
4	4	5	4	4	4
4	4	5	5	4	5
3	3	3	3	3	3
3	3	3	4	4	4
4	3	3	4	3	4
4	3	5	4	3	4
3	3	3	3	3	3
4	3	5	3	5	4
3	3	3	3	3	3
3	3	2	3	2	3
4	5	5	5	5	4
5	4	4	3	5	4
3	5	4	3	5	4
5	4	2	3	4	5
5	5	5	5	5	5

3	3	3	3	3	3
5	5	5	4	4	5
4	5	3	4	4	4
4	3	3	3	3	3
5	5	2	3	3	3
5	4	4	5	3	5
5	4	3	4	3	4
4	4	4	4	4	4
4	4	3	3	4	4
3	3	5	5	5	3
4	4	4	4	4	4
3	3	2	3	3	2
4	4	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5
4	4	4	3	4	4
5	5	4	4	3	3
4	5	4	5	5	5
4	4	5	5	4	3
5	5	5	4	5	4
4	3	4	5	4	5
5	5	4	4	4	5
5	5	4	4	5	4
5	4	5	3	3	4
4	4	4	4	4	4
5	3	5	5	5	4
4	5	4	5	4	5
5	5	5	4	5	4
5	4	4	4	4	5
5	5	4	4	5	5
5	4	4	5	4	4
4	5	5	4	4	5
4	4	4	4	5	4
3	4	5	4	4	5
4	5	4	3	3	5
5	4	3	4	5	5
4	5	4	4	5	4
4	5	3	5	4	4
4	3	3	4	3	3
4	4	4	4	4	5
5	5	3	5	5	5
5	4	4	4	5	5

5	4	4	5	5	4
5	4	4	5	5	4
3	4	3	3	3	3
5	5	3	4	5	4
4	5	4	5	4	5
4	5	4	5	4	4
4	4	3	4	4	4
4	5	3	5	4	5
5	4	4	4	5	4
4	5	3	4	4	5
5	4	4	4	4	5
5	5	4	5	5	4
4	4	4	4	5	5
4	3	3	4	4	4
4	5	3	5	5	5
4	4	3	3	5	5
5	5	4	4	5	5
5	5	4	5	3	5
4	4	5	4	5	5
5	4	5	4	4	5
4	5	3	5	4	3
5	4	3	4	3	5
4	5	3	4	5	4
4	5	5	4	4	5
4	5	5	4	5	5
4	4	5	5	5	4
5	4	3	3	5	4
4	3	4	5	5	3
5	5	4	4	5	4
4	3	5	4	4	5
5	4	5	4	5	5
5	4	4	5	4	5
4	5	4	4	5	5
4	5	4	5	5	5
5	5	4	3	3	5
4	4	4	5	5	4

Nilai Epistemik (X5)

X5.1	X5.2	X5.3	X5.4	X5.5	X5.6
4	4	4	5	5	4
5	4	4	5	4	3
2	2	3	3	3	2
2	2	2	2	2	3
3	4	4	5	4	4
4	4	4	4	4	3
4	4	4	5	4	4
4	3	3	3	3	3
5	4	5	3	5	5
2	2	2	2	2	3
3	5	5	5	3	4
4	3	4	5	4	4
4	4	4	4	4	4
5	4	4	5	5	3
4	4	4	5	5	4
4	5	5	4	5	5
3	4	4	4	3	3
3	4	4	4	3	3
3	3	4	4	3	3
3	3	3	3	3	3
3	4	4	4	4	4
5	5	4	4	4	5
5	5	5	5	5	5
3	3	4	3	5	5
4	3	4	5	3	4
4	4	5	5	4	3
2	2	2	2	2	2
3	3	4	4	3	3
3	3	2	1	2	2
5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	3	3
4	4	4	4	3	4
3	3	3	3	3	3
4	4	5	5	4	4
3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	3
5	5	5	5	5	5
4	3	3	4	4	3

3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	3
1	2	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4
4	4	5	1	5	4
4	3	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3
2	3	2	2	2	3
5	5	5	5	5	5
3	4	3	3	4	4
4	3	3	3	4	3
5	5	5	5	5	5
4	4	5	5	4	4
4	4	4	4	4	5
3	3	4	4	5	5
4	4	3	4	4	4
4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	1
5	5	5	5	5	4
4	4	4	4	4	5
3	3	3	3	4	3
3	3	3	4	3	5
5	4	3	5	5	4
3	4	4	4	4	4
3	5	5	5	3	3
2	2	4	5	3	3
5	5	5	5	5	5
3	3	4	4	4	4
4	4	4	5	5	4
3	3	3	3	3	4
4	3	4	3	4	5
5	5	5	5	5	5
4	4	4	5	5	5
3	3	3	4	4	4
4	4	4	5	4	4
4	4	3	4	3	3
5	4	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5
5	5	3	5	2	2

5	5	4	5	4	4
3	2	3	3	2	3
5	4	4	5	4	3
4	4	4	5	4	3
5	3	4	4	4	3
5	5	4	4	3	5
5	4	4	5	4	5
4	4	4	5	4	4
3	4	4	4	4	4
4	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	3
3	3	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
5	3	3	4	4	4
3	4	4	3	3	4
5	5	5	5	5	4
4	3	4	4	4	4
5	5	5	5	4	4
5	5	5	5	4	5
5	4	4	5	5	5
4	3	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4
5	4	3	3	3	4
4	5	4	5	4	5
5	4	4	5	5	4
2	3	2	2	2	2
3	3	3	3	3	3
4	5	4	5	3	5
1	1	1	1	1	1
4	2	2	4	4	3
3	4	4	5	5	3
4	4	4	4	3	3
4	3	4	4	4	4
3	4	5	2	5	5
2	2	2	3	2	3
4	4	5	4	4	4

4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3
2	3	2	2	3	3
3	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5
3	5	5	5	5	5
4	5	5	4	5	4
4	4	4	5	4	1
5	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	2
4	4	4	3	2	2
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	1
4	3	3	2	3	3
4	3	3	4	4	3
5	5	5	5	4	5
4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	3	4
1	2	3	3	2	1
4	3	3	4	3	3
4	4	3	4	3	3
4	4	3	4	4	3
2	2	2	2	2	2
4	4	4	4	4	4
3	2	5	5	4	3
3	3	3	4	4	3
4	4	4	3	5	5
4	4	4	4	4	3
3	3	3	3	3	3
5	4	4	5	4	4
5	5	5	4	5	4
4	3	3	4	4	4
4	4	5	4	4	4
4	4	4	5	4	4
4	3	4	5	4	3
4	4	4	5	4	3
4	3	3	4	3	3
4	3	4	4	3	3
3	3	4	3	3	3
3	3	3	2	2	3
5	3	4	3	3	3

2	1	1	1	2	2
2	3	2	2	2	2
3	3	3	3	3	3
3	3	4	4	4	4
3	4	4	3	3	5
5	5	5	4	3	4
5	4	5	5	4	4
4	3	4	4	4	4
4	4	5	4	5	5
3	3	3	3	3	3
2	3	3	3	2	3
5	4	4	5	4	4
4	4	5	5	4	3
4	4	4	4	4	4
3	3	5	4	5	4
3	4	4	3	3	3
3	4	3	4	4	3
4	4	4	4	5	5
4	3	4	4	4	5
5	3	5	4	4	5
4	3	4	3	3	3
5	5	5	5	5	5
3	3	3	3	3	3
3	4	3	3	4	4
4	2	4	5	3	4
3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5
3	4	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
3	4	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
4	3	3	4	4	4
2	2	2	1	1	1
5	5	5	5	5	5
3	3	3	2	3	3
4	4	4	5	4	4
4	4	5	5	3	3
3	5	4	4	5	5
5	3	4	5	3	4
4	4	5	3	4	4

5	4	5	5	3	4
5	4	4	4	5	5
3	4	5	5	4	5
4	5	4	5	5	5
4	4	4	4	4	4
4	5	5	5	4	5
4	4	5	3	4	4
1	5	5	4	5	5
4	4	5	5	4	4
4	5	4	5	5	5
3	4	4	5	4	4
5	5	4	4	4	4
4	4	5	5	3	3
5	4	4	4	5	4
3	4	4	5	4	5
5	4	3	4	5	5
4	4	4	4	5	4
5	5	4	4	4	5
4	4	4	4	5	4
4	4	5	4	4	4
4	4	4	5	5	3
5	4	5	4	5	5
5	4	4	5	5	4
5	4	4	5	5	4
4	5	5	5	4	4
4	4	5	4	5	5
4	5	4	5	4	5
4	4	5	4	4	4
5	4	4	4	4	3
3	5	4	5	5	3
4	4	4	4	5	4
3	4	5	4	4	4
4	4	4	5	4	4
4	4	5	4	4	5
5	5	5	4	4	4
5	2	2	5	5	3
4	5	5	3	4	5
4	4	3	5	3	5
5	5	4	5	4	4
5	5	4	3	4	3
4	5	5	5	4	5

5	5	4	4	5	4
4	3	5	4	5	3
5	5	4	5	4	4
4	5	4	4	5	3
3	5	5	4	4	5
4	5	4	5	3	5
4	5	4	5	5	5
4	5	4	5	4	5
5	4	4	5	4	5
4	5	5	4	4	4
4	4	5	3	4	5
5	5	5	5	4	5
5	4	4	5	4	5
4	4	5	4	5	4
4	5	4	5	4	4
4	4	4	4	5	5
4	5	5	4	4	4

Sikap (M)

M1	M2	M3	M4	M5	M6
4	5	5	5	4	4
5	5	4	4	4	5
4	4	4	5	4	4
2	2	2	3	3	4
5	5	5	5	3	5
4	4	3	4	3	3
4	5	5	5	5	4
4	4	4	3	3	3
5	4	5	4	4	5
2	3	2	2	2	2
4	5	2	4	3	5
4	4	3	4	4	4
4	4	4	5	4	3
4	4	5	4	4	4
4	4	4	5	4	5
4	4	5	3	4	4
4	5	4	3	3	3
4	4	4	4	3	4
2	2	2	3	3	2

2	2	3	3	3	3
3	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4
5	5	4	4	4	5
1	3	3	4	3	3
4	4	4	4	3	3
5	4	5	5	3	3
2	2	2	2	2	3
3	4	4	3	3	3
3	2	2	3	2	3
4	4	4	4	3	4
4	5	4	4	4	3
4	4	3	5	5	5
4	4	4	4	5	4
5	5	5	4	4	4
4	4	4	4	3	3
5	4	3	3	3	3
5	4	5	5	4	5
4	4	4	4	3	3
4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5
4	4	4	5	4	5
4	5	5	5	5	4
3	5	4	4	3	3
2	2	2	4	2	3
4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	3	4
2	2	3	2	3	3
4	4	4	4	4	4
3	4	3	4	3	4
4	4	5	5	4	4
4	4	5	5	5	3
4	5	5	5	4	5
4	4	4	4	4	5
5	5	5	5	4	4
4	5	4	5	5	5
4	4	4	4	3	5
5	5	5	5	5	3
5	5	5	5	5	4
4	4	4	4	4	5
4	4	4	3	3	3

4	4	4	4	4	4
5	5	5	4	3	3
2	1	2	2	2	1
5	5	5	3	5	5
4	3	5	4	4	3
5	5	5	5	5	5
5	4	5	5	4	5
5	5	5	5	5	5
4	3	4	3	4	3
5	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5
4	4	4	5	5	4
3	3	3	3	3	3
4	4	4	5	4	5
4	5	5	4	3	4
5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5
4	3	5	4	3	4
4	4	4	5	4	4
4	3	3	4	2	3
5	4	5	5	5	5
5	5	5	4	4	4
3	4	4	4	4	3
5	5	4	4	5	5
5	5	5	5	5	4
4	4	5	4	4	4
4	4	4	4	5	4
4	4	5	5	4	5
5	5	5	5	4	5
5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5
4	4	3	4	3	3
4	4	4	5	5	4
4	4	4	4	4	4
5	5	5	4	5	5
3	4	4	4	3	2
5	5	5	5	5	5
4	4	4	5	4	4
5	5	5	5	5	4
4	4	5	3	4	4

5	5	5	5	5	5
4	5	4	3	3	4
4	4	4	4	4	5
4	4	3	4	4	4
4	4	4	4	4	4
5	5	5	4	4	5
5	4	5	5	4	4
5	5	4	4	5	4
3	3	3	3	3	3
2	2	2	2	2	2
4	4	5	5	5	3
3	3	3	3	3	3
3	2	4	3	4	2
3	3	4	3	3	3
4	4	5	4	3	4
4	4	3	3	4	3
5	4	2	4	3	3
3	3	2	3	3	2
4	5	5	5	4	5
4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	3	3
5	4	5	5	5	5
4	4	5	4	4	4
5	4	4	4	4	3
5	5	5	4	3	5
5	4	5	4	5	5
4	2	5	5	3	1
5	5	5	4	3	5
3	3	3	4	3	3
3	3	5	4	3	5
4	4	4	3	3	4
3	3	2	2	2	1
4	5	4	5	4	5
4	4	3	3	3	5
5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5
3	4	4	4	4	4
3	3	3	2	3	2
4	3	4	3	3	3
4	4	4	5	4	3
3	3	4	4	3	4

2	2	1	1	1	2
4	4	4	4	4	4
5	3	4	3	4	4
4	4	4	4	3	4
4	4	5	5	5	5
4	4	4	4	4	3
3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5
5	5	4	5	5	5
3	3	5	5	4	5
4	5	4	5	4	5
4	4	4	4	4	4
5	5	4	4	3	5
4	4	4	3	4	3
3	4	4	4	4	4
5	5	5	5	4	5
3	3	3	2	3	3
4	5	4	3	3	4
5	5	5	5	5	5
1	3	2	1	1	1
2	2	2	3	3	2
3	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
5	4	5	5	4	3
3	4	4	4	5	5
4	4	4	4	3	4
4	5	5	4	4	4
3	3	3	3	3	3
2	3	3	3	2	2
4	5	5	4	4	4
4	4	4	3	3	4
4	4	4	2	3	4
3	3	5	4	5	3
3	3	3	2	3	1
2	4	4	2	2	2
4	4	4	4	4	4
5	4	4	5	3	4
5	4	5	4	5	3
5	5	5	5	3	4
5	5	5	5	5	5

3	3	3	3	3	3
4	4	4	3	3	3
4	4	5	5	4	4
3	4	4	3	3	3
5	5	5	5	5	4
4	4	4	4	3	4
4	4	4	5	4	4
4	4	4	4	4	4
3	3	4	3	3	4
5	5	5	3	3	5
4	4	4	4	4	4
2	3	2	3	2	2
4	5	4	4	3	3
3	3	4	5	5	5
5	4	4	3	4	4
4	5	5	4	5	4
5	4	4	3	5	3
3	4	5	5	3	4
5	4	5	5	3	4
3	5	4	5	5	3
5	3	5	5	4	4
4	5	4	5	5	4
5	5	4	5	5	4
4	4	4	4	4	4
4	5	4	4	5	4
4	4	5	4	5	4
5	2	2	1	1	1
5	5	4	4	3	3
4	3	5	4	5	5
4	4	5	4	4	5
4	5	3	3	4	4
4	3	3	4	5	4
3	4	4	5	4	3
4	4	4	4	3	4
4	5	5	4	3	4
2	3	3	5	4	3
5	5	4	4	5	4
4	4	5	4	4	4
4	4	5	5	4	4
4	5	5	5	5	5
5	5	5	5	4	5

4	5	5	4	5	4
4	5	5	4	4	5
3	4	4	4	5	4
4	5	5	3	4	5
4	5	4	5	4	5
4	5	5	5	4	5
4	4	4	4	4	4
3	5	4	4	3	5
4	5	5	4	4	5
4	4	5	5	4	4
4	4	4	5	4	4
5	4	5	4	4	5
5	5	4	4	4	3
3	2	3	5	3	3
4	5	4	4	4	5
3	4	3	4	4	5
5	4	5	5	4	4
3	4	4	4	5	5
5	4	3	4	4	5
4	5	5	4	5	4
4	5	3	4	5	4
5	4	4	5	4	5
4	4	5	3	4	4
4	4	3	5	5	4
4	5	4	5	3	5
4	5	5	4	4	4
3	4	5	5	4	3
4	5	5	5	3	5
5	5	4	5	5	4
4	4	5	5	4	3
5	3	5	5	5	4
5	5	4	4	5	4
4	4	5	4	4	5
4	4	5	5	4	5
4	4	5	5	5	4
5	4	5	5	4	5
4	4	5	5	5	4
5	5	4	5	5	4
4	4	5	5	4	3
5	3	5	5	5	4
5	5	4	4	5	4
4	4	5	4	4	5
5	4	5	5	4	5
4	4	5	5	5	4
5	4	4	5	5	4

Niat Investasi (Y)

Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6
3	5	4	4	5	4
4	4	5	4	4	5
4	4	4	3	3	3
3	2	3	3	2	4
3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4
5	5	5	4	3	2
2	2	2	2	3	2
5	5	5	5	4	4
3	4	4	3	3	4
4	5	3	5	4	1
3	3	3	4	3	3
3	4	4	3	3	4
5	4	4	5	4	4
4	4	4	5	4	5
5	4	4	4	4	4
3	4	4	3	3	3
2	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
3	4	4	4	4	4
4	5	4	4	4	5
5	5	5	5	5	5
4	3	2	2	3	3
3	4	4	4	3	4
3	4	3	3	3	3
3	2	2	3	3	3
4	3	3	4	3	3
3	3	3	3	3	3
5	5	4	4	4	5
4	4	4	5	4	3
5	3	5	5	5	5
4	4	4	4	3	3
4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3
3	3	4	4	3	4
5	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3

3	3	3	3	3	4
5	5	4	4	4	4
4	5	4	3	4	4
3	4	3	3	3	3
4	4	4	4	4	3
4	2	4	4	4	4
3	3	4	5	4	4
3	3	3	3	3	3
3	2	3	3	4	4
4	4	4	4	4	4
3	4	3	4	4	3
4	4	4	4	3	3
4	4	4	3	3	3
5	5	5	5	5	4
4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	3	4
4	4	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	4	5
4	4	4	4	4	4
2	2	3	3	3	2
5	5	4	4	5	4
3	4	2	3	4	5
3	2	2	2	2	2
3	3	3	5	5	3
1	2	1	3	3	1
5	5	5	5	5	5
4	4	4	3	3	4
4	5	5	4	4	4
3	3	3	3	3	3
4	3	3	4	4	4
4	4	5	5	4	4
5	5	5	5	5	5
2	2	2	2	2	2
4	5	4	4	4	4
4	4	4	3	3	3
5	5	4	5	4	5
5	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	4
2	3	4	4	5	4

5	5	5	5	5	5
3	3	2	1	2	2
4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	4	4
4	5	3	3	3	3
4	4	5	4	5	3
5	5	5	5	5	4
4	4	5	4	5	4
5	5	5	5	4	3
3	4	4	4	3	4
2	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	5	5
4	4	4	3	3	3
4	4	4	5	3	4
4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	3	3
4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4
5	4	4	5	4	5
4	4	4	4	3	4
4	4	5	4	5	5
4	4	4	4	3	3
3	3	4	4	4	4
4	4	3	4	4	4
5	4	4	4	4	3
5	4	4	4	5	4
4	4	4	4	5	4
4	4	5	5	4	4
3	3	3	3	3	3
2	2	2	2	3	3
4	4	5	3	5	2
4	3	3	3	3	2
3	2	3	3	4	3
1	2	2	1	1	2
3	4	4	3	3	3
3	4	3	4	2	3
4	3	4	5	4	4
2	2	2	3	3	3
4	4	4	5	4	5

5	5	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3
3	3	4	4	2	2
4	4	4	4	2	3
3	4	4	3	1	3
3	3	3	3	3	3
5	5	4	4	5	4
5	3	4	3	4	3
4	4	4	3	3	4
3	3	4	4	3	4
2	5	3	5	3	3
4	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
5	5	4	5	3	4
3	4	4	2	3	3
4	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	4
3	3	5	3	3	2
3	4	3	3	3	3
4	4	4	4	4	3
4	3	3	3	4	4
2	2	2	2	2	2
3	3	4	4	3	3
4	3	4	3	4	5
2	2	2	2	2	2
5	5	5	5	5	3
4	4	4	3	3	3
3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	4	3
4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	4	4
4	3	4	4	3	2
3	3	2	3	3	3
3	3	3	3	3	3
2	3	3	3	3	3
3	4	4	4	4	2
3	4	3	3	2	3
3	4	4	3	3	3

1	1	1	2	2	1
3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
4	4	4	3	4	4
4	5	4	5	3	3
4	5	4	5	5	5
4	4	4	4	4	4
4	4	5	3	4	4
3	3	3	3	3	3
3	3	2	5	4	1
4	4	3	3	4	3
3	4	3	4	4	4
2	2	2	3	2	2
4	3	5	4	3	5
4	3	4	3	3	3
2	2	2	2	2	2
4	4	4	5	5	5
4	4	4	4	3	3
4	3	5	2	5	4
5	5	4	5	3	3
5	5	5	5	4	5
3	3	3	3	3	3
5	4	5	4	4	4
3	4	3	4	2	4
2	3	2	2	2	2
4	4	4	4	4	3
3	3	3	3	3	3
4	4	4	3	4	3
4	4	4	4	4	3
3	3	3	4	3	3
5	5	5	5	5	5
4	3	4	4	3	4
3	3	3	3	3	3
2	2	2	2	2	2
3	3	3	3	3	3
3	4	5	4	3	5
4	4	5	4	3	3
4	5	4	3	4	5
4	4	5	4	3	5
5	5	4	5	3	4

4	5	4	4	3	4
4	5	4	4	4	5
3	4	4	5	4	3
4	5	4	5	5	4
5	5	5	4	4	4
5	3	4	4	5	4
4	4	5	4	5	4
1	1	2	2	2	2
4	4	3	4	5	3
3	4	4	5	5	4
3	4	5	4	4	3
4	3	5	5	4	5
5	3	1	3	3	3
4	5	4	4	5	4
3	4	3	3	4	5
5	4	3	4	5	5
5	4	4	5	4	4
4	5	4	5	4	4
4	4	4	3	4	4
4	5	5	4	4	3
3	3	4	3	4	3
4	5	5	5	5	4
4	4	5	4	3	4
4	5	4	4	5	5
3	4	5	3	3	3
3	5	4	4	4	5
4	5	4	5	4	5
4	4	5	5	5	4
3	4	4	4	3	5
4	3	5	4	3	4
4	4	4	4	3	4
3	5	4	4	5	3
4	4	5	4	4	5
4	5	5	4	4	5
3	4	3	5	5	5
1	1	1	3	3	2
4	5	5	4	5	4
4	3	3	4	4	4
5	4	5	5	4	4
5	5	3	4	5	4
3	4	4	5	4	3

5	5	4	5	4	4
4	5	3	4	3	5
4	4	4	5	5	3
4	4	5	4	3	4
5	5	4	4	5	5
5	4	5	5	4	3
5	5	4	4	5	5
3	3	5	3	4	5
4	4	5	5	5	4
4	5	4	5	4	5
4	5	3	3	4	5
5	4	5	4	4	4
4	5	4	5	3	4
4	5	3	4	4	5
4	5	4	4	5	4
4	4	4	5	5	5
5	4	4	5	4	5

Lampiran 3 Hasil Olah Data SmartPLS 4

Uji Outer Model

Uji Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)

Nilai Outer Loading

Variabel	Item	Nilai	Keterangan
Functional Value (X1)	X1.1	0.759	Valid
	X1.2	0.816	Valid
	X1.3	0.766	Valid
	X1.4	0.741	Valid
	X1.5	0.816	Valid
	X1.6	0.760	Valid
Social Value (X2)	X2.1	0.740	Valid
	X2.2	0.763	Valid
	X2.3	0.821	Valid
	X2.4	0.813	Valid
	X2.5	0.820	Valid
	X2.6	0.783	Valid
Emotional Value (X3)	X3.1	0.799	Valid
	X3.2	0.837	Valid

	X3.3	0.821	Valid
	X3.4	0.752	Valid
	X3.5	0.845	Valid
	X3.6	0.828	Valid
Religious Value (X4)	X4.1	0.812	Valid
	X4.2	0.816	Valid
	X4.3	0,606	Tidak Valid
	X4.4	0.805	Valid
	X4.5	0.823	Valid
	X4.6	0.843	Valid
Epistemic Value (X5)	X5.1	0.784	Valid
	X5.2	0.829	Valid
	X5.3	0.834	Valid
	X5.4	0.779	Valid
	X5.5	0.810	Valid
	X5.6	0.753	Valid
Investment Intention (Y)	Y1	0.815	Valid
	Y2	0.840	Valid
	Y3	0.821	Valid
	Y4	0.816	Valid
	Y5	0.781	Valid
	Y6	0.757	Valid
Attitude (M)	M1	0.784	Valid
	M2	0.796	Valid
	M3	0.808	Valid
	M4	0.791	Valid
	M5	0.790	Valid
	M6	0.788	Valid

Uji Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*)

Nilai HTMT

Discriminant validity - Heterotrait-monotrait ratio (HTMT) - Matrix								Copy to Excel/W
	Attitude (M)	Emotional Value	Epistemic Value	Functional Value	Investment Intention (Y)	Religious Value	Social Value	
Attitude (M)								
Emotional Value	0.793							
Epistemic Value	0.767	0.793						
Functional Value	0.834	0.847	0.830					
Investment Intention (Y)	0.774	0.727	0.690	0.717				
Religious Value	0.807	0.887	0.804	0.839	0.664			
Social Value	0.617	0.832	0.646	0.848	0.587	0.727		

Nilai Fornell-Larcker

Discriminant validity - Fornell-Larcker criterion								Copy to Excel/W
	Attitude (M)	Emotional Value	Epistemic Value	Functional Value	Investment Intention (Y)	Religious Value	Social Value	
Attitude (M)	0.793							
Emotional Value	0.710	0.814						
Epistemic Value	0.681	0.708	0.799					
Functional Value	0.737	0.752	0.730	0.777				
Investment Intention (Y)	0.693	0.654	0.619	0.636	0.805			
Religious Value	0.712	0.790	0.709	0.737	0.591	0.820		
Social Value	0.560	0.750	0.578	0.745	0.526	0.649	0.790	

Uji Realibitas

Construct reliability and validity - Overview				
	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
Attitude (M)	0.882	0.882	0.910	0.629
Emotional Value	0.898	0.901	0.922	0.663
Epistemic Value	0.886	0.889	0.913	0.638
Functional Value	0.869	0.872	0.901	0.604
Investment Intention (Y)	0.892	0.895	0.917	0.649
Religious Value	0.878	0.879	0.911	0.672
Social Value	0.880	0.888	0.909	0.625

Uji Inner Model

Uji R-Square

R-square - Overview		
	R-square	R-square adjusted
Attitude (M)	0.639	0.632
Investment Intention (Y)	0.550	0.539

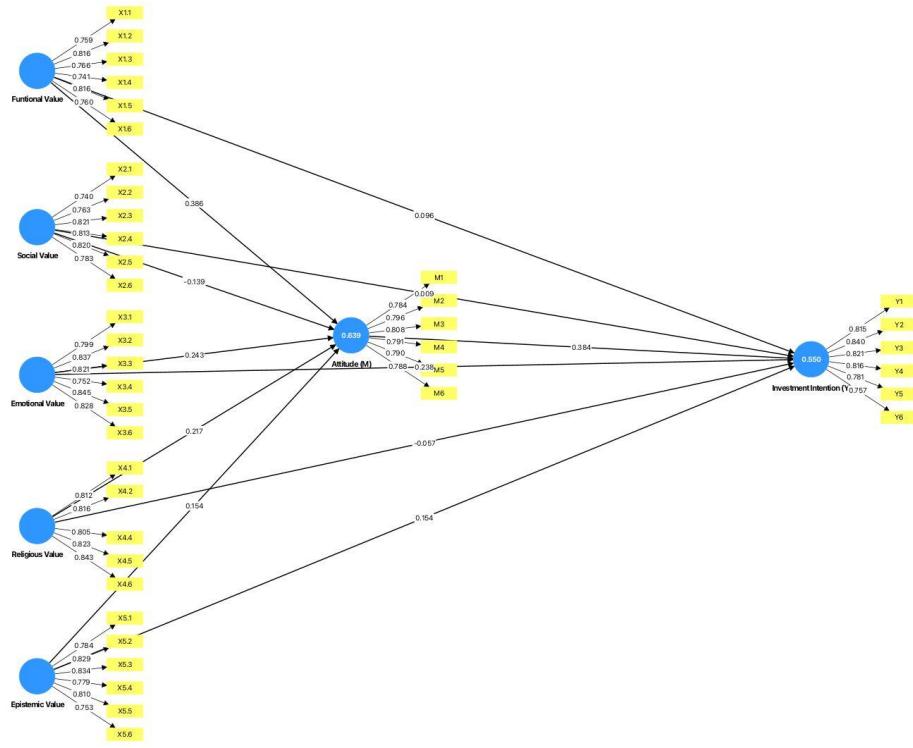
Uji F-Square

f-square - Matrix								Copy to Excel/Wor
	Attitude (M)	Emotional Value	Epistemic Value	Functional Value	Investment Intention (Y)	Religious Value	Social Value	
Attitude (M)					0.119			
Emotional Value	0.042				0.031			
Epistemic Value	0.025				0.020			
Functional Value	0.116				0.005			
Investment Intention (Y)					0.002			
Religious Value	0.041				0.000			
Social Value	0.019				0.000			

Uji Q-Square

PLSpredict LV summary - PLS-SEM			
	Q ² predict	RMSE	MAE
Attitude (M)	0.620	0.626	0.437
Investment Intention (Y)	0.465	0.740	0.510

Uji Hipotesis

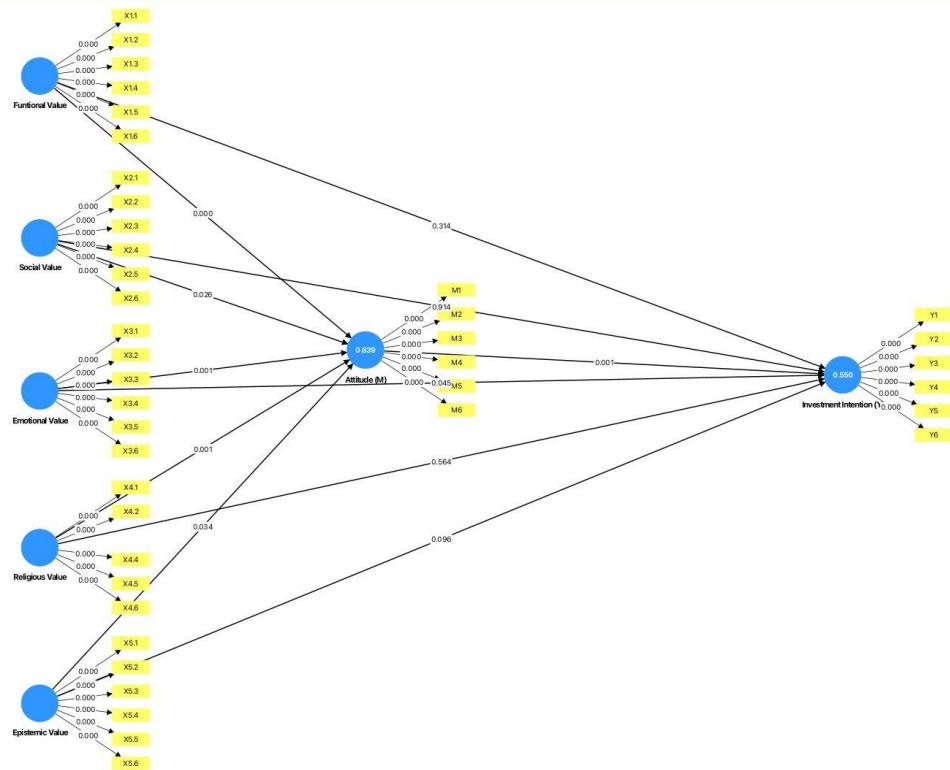


Path Coefficients

Path coefficients - Mean, STDEV, T values, p values					
	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
Attitude (M) -> Investment Intenti...	0.384	0.371	0.116	3.308	0.001
Emotional Value -> Attitude (M)	0.243	0.241	0.076	3.205	0.001
Emotional Value -> Investment Int...	0.238	0.236	0.118	2.005	0.045
Epistemic Value -> Attitude (M)	0.154	0.157	0.073	2.122	0.034
Epistemic Value -> Investment Int...	0.154	0.158	0.092	1.664	0.096
Functional Value -> Attitude (M)	0.386	0.384	0.073	5.308	0.000
Functional Value -> Investment Int...	0.096	0.103	0.096	1.007	0.314
Religious Value -> Attitude (M)	0.217	0.217	0.066	3.275	0.001
Religious Value -> Investment Int...	-0.057	-0.054	0.098	0.576	0.564
Social Value -> Attitude (M)	-0.139	-0.138	0.062	2.233	0.026
Social Value -> Investment Intenti...	0.009	0.014	0.079	0.108	0.914

Uji Mediasi

PLS-SEM: Analisis Data >> Bootstrapping results



Specific indirect effects - Mean, STDEV, T values, p values					Copy to Excel/Word	C
	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values	
Emotional Value -> Attitude (M) -> Investment Intention (Y)	0.093	0.086	0.033	2.851	0.004	
Epistemic Value -> Attitude (M) -> Investment Intention (Y)	0.059	0.061	0.039	1.515	0.130	
Functional Value -> Attitude (M) -> Investment Intention (Y)	0.148	0.140	0.047	3.125	0.002	
Religious Value -> Attitude (M) -> Investment Intention (Y)	0.083	0.081	0.037	2.228	0.026	
Social Value -> Attitude (M) -> Investment Intention (Y)	-0.053	-0.052	0.031	1.733	0.083	

Lampiran 4 Biodata Peneliti

BIODATA PENULIS

Nama Lengkap : Aurel Cinta Nurdiansah Putri

Tempat, tanggal lahir : Bekasi, 29 Maret 2002

Alamat Asal : Jl. Artesis no.130 Rt 001/006, Bekasi, Jawa Barat

E-mail : 220501110241@student.uin-malang.ac.id

Pendidikan Formal

- 2007 – 2008 : TKA Plus An Nisa
- 2008 – 2014 : SDN Ciketing Udik 1
- 2014 – 2017 : SMPN 10 Bekasi
- 2017 – 2021 : Pondok Modern Darussalam Gontor Putri Kampus 2
- 2022 – 2025 : Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang

Pendidikan Non Formal

- 2022 – 2023 : Program Khusus Perkuliahan Bahasa Arab (PKPBA)
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
- 2023 – 2024 : Program Khusus Perkuliahan Bahasa Inggris (PKPBI)
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Pengalaman

- 2023 : *Public Relation* HMPS Manajemen,
- 2024 : Pelatihan dan Pengembangan HIPMI PT UIN Malang,
Wakil Sekretaris DEMA FE, Volunteer AMI Batch 12,
Komunitas Kejar Mimpi by CIMB NIAGA Jilid 6, Galeri
Investasi UIN Malang.
- 2025 : Komunitas Kejar Mimpi by CIMB NIAGA Jilid 7, GenBI
Komisariat UIN Malang div. Pendidikan dan Kebudayaan.

Lampiran 5 Hasil Plagiasi

17/12/25, 19.04

Print Bebas Plagiarisme



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 : Puji Endah Purnamasari, M.M
NIP : 198710022015032004
Jabatan : **UP2M**

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut :

Nama : Aurel Cinta Nurdiansah Putri
NIM : 220501110241
Konsentrasi : Manajemen Keuangan
Judul Skripsi : **PERAN MEDIASI SIKAP DALAM HUBUNGAN NILAI KONSUMSI DAN NIAT INVESTASI PADA INSTRUMEN SYARIAH**

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

SIMILARTY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATION	STUDENT PAPER
23%	12%	11%	20%

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

Malang, 17 Desember 2025

UP2M



Puji Endah Purnamasari, M.M

Lampiran 6 Bukti Konsultasi

18/12/25, 07.27

Print Jurnal Bimbingan Skripsi



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 : 220501110241
Nama : Aurel Cinta Nurdiansah Putri
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Manajemen
Dosen Pembimbing : Fitriyah, MM
Judul Skripsi : Peran Mediasi Sikap Dalam Hubungan Nilai Konsumsi dan Niat Investasi Pada Instrumen Syariah

JURNAL BIMBINGAN :

No	Tanggal	Deskripsi	Tahun Akademik	Status
1	22 Agustus 2025	bimbingan awal dan revisi artikel	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi
2	25 Agustus 2025	Bimbingan Bab 1 Kerangka konsep	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi
3	29 Agustus 2025	Bimbingan Bab 2	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi
4	1 September 2025	Bimbingan bab 3	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi
5	5 September 2025	revisi bab 1,2 dan 3	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi
6	8 September 2025	ACC proposal	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi
7	14 Oktober 2025	Konsultasi Artikel dan Skripsi Bab 4-5	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi
8	28 Oktober 2025	Revisi Bab 4-5	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi
9	29 Oktober 2025	Konsultasi Rumah Jurnal	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi
10	13 November 2025	Konsultasi terkait Artikel jurnal	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi
11	15 November 2025	Konsultasi Skripsi Bab 4-5	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi
12	17 November 2025	Konsultasi artikel ke template jurnal	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi
13	6 Desember 2025	Submit Artikel ke Rumah Jurnal AJMESC	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi
14	8 Desember 2025	Konsultasi Revisi 1 artikel jurnal AJMESC	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi
15	9 Desember 2025	Konsultasi Revisi ke 2 Jurnal AJMESC	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi

18/12/25, 07.27

Print Jurnal Bimbingan Skripsi

16	12 Desember 2025	Tanggal Publish Jurnal	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi
17	17 Desember 2025	ACC Seluruh Skripsi	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi

Malang, 17 Desember 2025

Dosen Pembimbing



Fitriyah, MM