

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH, PERSEPSI
HARGA EMAS, PERSEPSI PENDAPATAN DAN KUALITAS
PELAYANAN, TERHADAP MINAT BERINVESTASI CICIL
EMAS DI BSI**

(Studi Pada Nasabah BSI KCP Lumajang S. Parman)

SKRIPSI



Oleh

Farah Salsabila Abdus Salam

Nim : 220503110102

**PRODI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG 2026**

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH, PERSEPSI
HARGA EMAS, PERSEPSI PENDAPATAN DAN KUALITAS
PELAYANAN, TERHADAP MINAT BERINVESTASI CICIL
EMAS DI BSI
(Studi Pada Nasabah BSI KCP Lumajang S. Parman)**

SKRIPSI

Diajukan kepada:
Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang
untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh

Farah Salsabila Abdus Salam

Nim : 220503110102

**PRODI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG 206**

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN, FLUKTUASI HARGA EMAS,
PENDAPATAN DAN KUALITAS PELAYANAN, TERHADAP MINAT
BERINVESTASI CICIL EMAS DI BSI KCP LUMAJANG S. PARMAN**
Studi Pada Nasabah BSI KCP Lumajang S. Parman

SKRIPSI

Oleh

Farah Salsabila Abdus Salam

NIM : 220503110102

Telah Disetujui Pada Tanggal 5 Juni 2026

Dosen Pembimbing,



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

NIP. 198011092023212018

LEMBAR PENGESAHAN

LITERASI KEUANGAN SYARIAH DAN FAKTOR - FAKTOR
EKONOMI YANG MEMPENGARUHI MINAT BERINVESTASI CICIL
EMAS

SKRIPSI

Oleh

FARAH SALSABILA ABDUS SALAM

NIM : 220503110102

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Perbankan Syariah (S.E.)
Pada 26 Juni 2026

Susunan Dewan Penguji:

1 Ketua Penguji

Dr. Fani Firmansyah, SE., M.M

NIP. 197701232009121001

2 Anggota Penguji

Rini Safitri, M.M

NIP. 199303282019032016

3 Sekretaris Penguji

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

NIP. 198011092023212018

Tanda Tangan



Disahkan Oleh:

Ketua Program Studi,



Dr. Fani Firmansyah, SE., M.M

NIP. 197701232009121001

SURAT PERNYATAAN

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Farah Salsabila Abdus Salam

NIM : 220503110102

Fakultas/ Jurusan : Ekonomi/ Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada jurusan perbankan syariah Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul:

PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH, PERSEPSI HARGA EMAS, PERSEPSI PENDAPATAN DAN KUALITAS PELAYANAN, TERHADAP MINAT BERINVESTASI CICIL EMAS DI BSI (Studi Pada Nasabah BSI KCP Lumajang S. Parman)

Adalah hasil karya saya sendiri, bukan “duplikasi” 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 tanggungjawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 12 Juni 2026

Hormat saya



Farah Salsabila Abdus Salam

220503110102

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT atas segala nikmat, taufiq, serta karunianya, dan kemudahan yang telah diberikan, skripsi ini penulis persembahkan kepada :

1. Kedua orang tua tercinta, Ayah Abdul Salam dan Mama Anik Siti Rohani, dan adik perempuanku Assy Al Helani yang senantiasa memberikan kasih sayang, doa, dukungan, pengorbanan, serta motivasi tanpa henti dalam setiap langkah perjalanan hidup penulis. Terima kasih atas segala perjuangan, kerja keras, dan cinta yang tidak pernah putus sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan dan skripsi ini dengan baik. Semoga karya sederhana ini dapat menjadi salah satu bentuk bakti, rasa syukur, dan kebanggaan untuk Ayah dan Mama atas segala yang telah diberikan selama ini.
2. Dengan penuh hormat, karya ini saya persembahkan kepada Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi, Prodi Perbankan Syariah, khususnya kepada dosen pembimbing saya Dr. Nihayatu Aslamatis Solekah, SE, M.M, atas bimbingan, arahan, serta dukungan yang luar biasa selama proses penyusunan skripsi ini. Saya mengucapkan terima kasih atas setiap masukan dan dorongan yang diberikan, yang telah memberikan motivasi dan keyakinan bagi saya untuk terus maju hingga tahap ini.
3. Untuk sahabat Ilma Ma'rifatus Zuhro Ashari dan Prima Ananda Choirunnisa serta teman – teman yang lain. Terima kasih atas kebersamaan, dukungan, motivasi, dan segala kenangan yang telah terukir selama perjalanan perkuliahan ini. Semoga persahabatan yang terjalin tidak lekang oleh waktu dan semoga kita semua diberikan kesuksesan serta keberkahan dalam setiap langkah kehidupan.

MOTTO

من جد وجد

"Barang siapa yang bersungguh-sungguh, maka ia akan berhasil"

"Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya. Ia mendapat (pahala) dari (kebajikan) yang dikerjakannya dan ia mendapat (siksa) dari (kejahatan) yang diperbuatnya"

(QS. Al – Baqarah: 286)

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, hidayah, serta inayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Persepsi Harga Emas, Persepsi Pendapatan Dan Kualitas Pelayanan, Terhadap Minat Berinvestasi Cicil Emas di Bank Syariah Indonesia (BSI) (Studi Pada Nasabah Bsi Kcp Lumajang S. Parman).

Penyusunan skripsi ini tentu tidak terlepas dari bantuan, dukungan, doa, serta arahan dari berbagai pihak, terutama kepada Ibu Dr. Nihayatu Aslamatis Solekah, SE, M.M, selaku Dosen Pembimbing yang dengan sabar dan ikhlas meluangkan waktu, tenaga dan pikiran, serta memberikan bimbingan, motivasi dan saran-saran yang sangat berharga kepada penulis selama penyusunan proposal skripsi ini. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Hj. Ilfi Nur Diana, M.Si., CAHRM., CRMP selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M.Ei. selaku Dekan Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Dr. Fani Firmansyah, SE., MM Selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Dr. Nihayatu Aslamatis Solekah, SE, M.M, selaku Dosen Pembimbing, terimakasih atas bantuan yang telah diberikan selama menjalani masa studi, menjadi salah satu mahasiswa bimbingan ibu adalah suatu kebanggaan yang selalu penulis syukuri.
5. Titis Miranti, M.Si, selaku wali dosen yang telah memberikan perhatian, motivasi, dan arahan kepada penulis selama masa perkuliahan.

6. Seluruh Bapak dan Ibu dosen jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, yang telah memberikan dan berbagi ilmu serta pengalaman yang sangat bermanfaat bagi penulis.
7. Panutanku, Ayahanda Abdul Salam dan Ibunda Anik Siti Rohani. Terima kasih atas setiap tetes keringat, setiap usaha, dan setiap doa yang selalu dipanjatkan demi masa depan penulis. Beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan di bangku perkuliahan, namun dengan segala keterbatasan yang ada, senantiasa berusaha memberikan yang terbaik bagi penulis. Segala pengorbanan, kerja keras, kasih sayang, serta dukungan yang tidak pernah putus menjadi kekuatan terbesar bagi penulis dalam menempuh pendidikan hingga menyelesaikan skripsi ini. Setiap pencapaian yang diraih penulis hari ini tidak lepas dari doa, keikhlasan, dan perjuangan Ayah dan Mama. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan kesehatan, kebahagiaan, keberkahan, serta membalas segala kebaikan dan pengorbanan yang telah diberikan dengan balasan terbaik di dunia maupun di akhirat. Aamiin Ya Rabbal 'Alamiin.
8. Adik perempuanku, Assy Al Helani, Meskipun sering kali menunjukkan sikap yang menyebalkan, kehadirannya memiliki arti yang besar bagi penulis. Di balik candaan dan perdebatan yang sering terjadi, tersimpan hubungan persaudaraan yang tulus dan menjadi salah satu sumber semangat bagi penulis dalam menyelesaikan pendidikan serta skripsi ini. Kehadirannya juga menjadi pengingat bagi penulis untuk terus berjuang dan memberikan yang terbaik dalam meraih cita-cita
9. Kepada keluarga besar penulis yang tidak dapat disebutkan satu per satu, terima kasih atas doa, dukungan, perhatian, serta motivasi yang telah diberikan selama proses pendidikan hingga penyelesaian skripsi ini. Segala bentuk dukungan dan kepedulian yang diberikan menjadi penyemangat bagi penulis untuk terus berusaha dan menyelesaikan studi dengan baik. Semoga

Allah SWT senantiasa melimpahkan kesehatan, kebahagiaan, dan keberkahan kepada seluruh keluarga.

10. Pemilik NIM 220104110103. Terimakasih telah kebersamai penulis mulai dari awal perkuliahan sampai pada selesainya skripsi ini. Semoga segala kebaikan, kesabaran, dan ketulusan yang telah diberikan menjadi hal baik yang kembali kepada diri kamu, serta semoga segala usaha, harapan, dan cita-cita yang diperjuangkan selalu diberikan kemudahan, keberkahan, dan hasil terbaik oleh allah swt.
11. Sahabat terbaikku, Ilma dan Prima, terima kasih atas kebersamaan, dukungan, doa, serta motivasi yang telah diberikan selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini. Terima kasih telah menjadi tempat berbagi cerita, keluh kesah, dan semangat di berbagai situasi. Kehadiran kalian menjadi salah satu bagian penting dalam perjalanan penulis menyelesaikan pendidikan ini. Semoga persahabatan yang telah terjalin senantiasa terjaga dan semoga Allah SWT memberikan keberkahan serta kesuksesan dalam setiap langkah kehidupan kalian.
12. Sahabat dan teman-teman penulis yang tidak dapat disebutkan satu per satu, dan teman-teman Program Studi Perbankan Syariah 2022, terima kasih atas kebersamaan, dukungan, bantuan, serta berbagai pengalaman yang telah dibagikan selama masa perkuliahan. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan akademik penulis, baik dalam suka maupun duka, sehingga proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini dapat dilalui dengan baik. Semoga silaturahmi yang telah terjalin tetap terjaga dan semoga Allah SWT senantiasa memberikan kemudahan, keberkahan, serta kesuksesan dalam setiap langkah dan cita-cita yang diperjuangkan.

Dalam penyusunan proposal skripsi ini penulis menyadari bahwa masih jauh dari kata sempurna, karena didalamnya masih banyak kekurangan-kekurangan. Hal ini dikarenakan keterbatasan yang dimiliki oleh penulis baik dalam segi kemampuan,

pengetahuan serta pengalaman penulis. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diperlukan demi perbaikan di masa yang akan datang. Semoga karya sederhana ini memberikan manfaat bagi banyak pihak. Aamiin ya Rabbal'Alamiin.

Malang, 12 Juni 2026

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
SURAT PERNYATAAN	v
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	15
1.3 Tujuan Penelitian	16
1.4 Manfaat Penelitian	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	18
2.1 Penelitian Terdahulu	18
2.2 Kajian Teori	33
2.2.1 <i>Theory of Planned Behavior</i>	33
2.2.2 Literasi Keuangan Syariah	35
2.2.3 Persepsi Harga Emas	42
2.2.4 Persepsi Pendapatan.....	49
2.2.5 Kualitas Pelayanan.....	53
2.2.6 Minat berinvestasi cicil emas	58
2.3 Pengaruh Antar Variabel	64
2.3.1 Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Nasabah Berinvestasi Cicil Emas di BSI KCP Lumajang S Parman	64
2.3.2 Pengaruh Persepsi Harga Emas Terhadap Minat Nasabah Berinvestasi Cicil Emas di BSI Kcp Lumajang S Parman	65
2.3.3 Pengaruh Persepsi Pendapatan Terhadap Minat Nasabah Berinvestasi Cicil Emas di BSI Kcp Lumajang S Parman	66

2.3.4 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Berinvestasi Cicil Emas di BSI Kcp Lumajang S Parman	67
2.3.5 Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Persepsi Harga Emas, Persepsi Pendapatan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berinvestasi Cicil Emas di BSI KCP Lumajang S. Parman	68
2.4 Kerangka Konseptual	70
2.5 Hipotesis	72
BAB III METODE PENELITIAN	79
3.1 Jenis Penelitian.....	79
3.2 Lokasi Penelitian.....	79
3.3 Populasi dan Sampel	81
3.3.1 Populasi	81
3.3.2 Sampel.....	81
3.4 Jenis dan Sumber Data	82
3.4.1 Data Primer.....	83
3.4.2 Data Sekunder.....	83
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	83
3.5.1 Kuesioner.....	84
3.5.2 Observasi	84
3.6 Skala Pengukuran Instrumen	85
3.7 Definisi Operasional Variabel	86
3.7.1 Variabel Independen (X)	86
3.7.2 Variabel Dependen.....	88
3.8 Uji Instrumen	98
3.8.1 Uji Instrumen.....	99
3.8.2 Uji Asumsi Klasik.....	100
3.8.3 Uji Hipotesis	102
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	106
4.1 Hasil Penelitian	106

4.1.1 Sejarah Berdirinya Bank Syariah Indonesia.....	106
4.1.2 Visi Misi Bank Syariah Indonesia	107
4.1.3 Deskriptif Karakteristik Responden.....	108
4.1.4 Hasil Analisis Deskriptif	114
4.1.5 Hasil Analisi Data	119
4.2 Pembahasan	134
4.2.1 Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Berinvestasi	134
4.2.2 Pengaruh Persepsi Harga Emas Terhadap Minat Berinvestasi.....	136
4.2.3 Pengaruh Persepsi Pendapatan Terhadap Minat Berinvestasi	138
4.2.4 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Terhadap Minat Berinvestasi	140
4.2.5 Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Persepsi Harga Emas, Persepsi Pendapatan, Kualitas Pelayanan Terhadap Terhadap Minat Berinvestasi	142
BAB V PENUTUP	145
5.1 Kesimpulan	145
5.2 Saran.....	146
DAFTAR PUSTAKA.....	149
LAMPIRAN	161

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan Konvensional dan Syariah	6
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 3. 1 Skala Pengukuran.....	85
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel.....	89
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	109
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	110
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	112
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	113
Tabel 4. 5 Distribusi Frekuensi Item Variabel Literasi Keuangan (X1).....	114
Tabel 4. 6 Distribusi Frekuensi Item Variabel Persepsi Harga Emas (X2)	116
Tabel 4. 7 Distribusi Frekuensi Item Variabel Persepsi Pendapatan (X3).....	117
Tabel 4. 8 Distribusi Frekuensi Item Variabel Persepsi Pendapatan (X3).....	118
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Data.....	119
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas	121
Tabel 4. 11 Hasil Uji Normalitas	124
Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinearitas	126
Tabel 4. 13 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	128
Tabel 4. 14 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	130
Tabel 4. 15 Hasil Uji Parsial (Uji T).....	132
Tabel 4. 16 Hasil Uji Simultan (Uji F)	134

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Daftar Produk Investasi yang Diminati Tahun 2025	2
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual.....	71
Gambar 4. 1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin Responden	109
Gambar 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Usia Responden	110
Gambar 4. 3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan Responden.....	112
Gambar 4. 4 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan Responden.....	113
Gambar 4. 5 Uji Normalitas	123
Gambar 4. 6 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	127

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kusioner Penelitian	161
Lampiran 2. Tabulasi Data Penelitian.....	165
Lampiran 3. Output Olah Data	189
Lampiran 4. Jurnal Bimbingan	195
Lampiran 5. Turnitin	196
Lampiran 6. Bebas Plagiarisme	197
Lampiran 7. Biodata Penulis	198

ABSTRAK

Farah Salsabila Abdus Salam. 2026, SKRIPSI. Judul: “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Persepsi Harga Emas, Persepsi Pendapatan dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Berinvestasi Cicil Emas di BSI (Studi pada BSI KCP Lumajang S Parman)

Pembimbing : Dr. Nihayatu Aslamatis Solekah, SE., M.M

Kata Kunci : Literasi Keuangan Syariah, Persepsi Harga Emas, Persepsi Pendapatan, Kualitas Pelayanan, Minat Berinvestasi Cicil Emas

Perkembangan perbankan syariah yang pesat di Indonesia menuntut pemahaman masyarakat yang lebih baik terhadap produk keuangan berbasis syariah terutama dalam berinvestasi. Bank Syariah Indonesia (BSI) merespons peluang tersebut dengan meluncurkan produk Cicil Emas berbasis akad murabahah sebagai alternatif investasi yang inklusif dan stabil. Namun, terdapat ketidaksesuaian antara hasil penelitian sebelumnya mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat investasi pada produk ini, serta masih rendahnya minat sebagian nasabah di BSI KCP Lumajang S. Parman akibat terbatasnya pemahaman terhadap produk tersebut. Oleh karena itu, penelitian ini mengkaji pengaruh literasi keuangan syariah, persepsi harga emas, persepsi pendapatan, dan kualitas pelayanan terhadap minat berinvestasi cicil emas di BSI KCP Lumajang S. Parman. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan analisis deskriptif berlandaskan *Theory of Planned Behavior* (TPB). Sampel dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* dengan jumlah responden sebanyak 200 orang. Data dikumpulkan melalui kuesioner berbasis Likert dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan IBM SPSS Statistics. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah, persepsi harga emas, persepsi pendapatan, dan kualitas pelayanan masing-masing berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat berinvestasi cicil emas. Secara simultan, keempat variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi, dengan nilai R^2 sebesar 0,578. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen dalam penelitian ini mampu menjelaskan 57,8% variasi minat berinvestasi cicil emas, sedangkan sisanya sebesar 42,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

ABSTRACT

Farah Salsabila Abdus Salam. 2026, THESIS. Title: “*The Influence of Islamic Financial Literacy, Gold Price Perception, Income Perception, and Service Quality on Investment Interest in Gold Installment at BSI (Study on Customers of BSI KCP Lumajang S. Parman)*”

Advisor : Dr. Nihayatu Aslamatis Solekah, SE., M.M

Keywords : *Islamic Financial Literacy, Gold Price Perception, Income Perception, Service Quality, Gold Installment Investment Interest*

The rapid growth of Islamic banking in Indonesia requires the public to have a better understanding of Sharia-based financial products, particularly in the area of investing. Bank Syariah Indonesia (BSI) has responded to this opportunity by launching the Cicil Emas product, based on the murabahah contract, as an inclusive and stable investment alternative. However, there is a discrepancy between the results of previous studies regarding the factors influencing investment interest in this product, as well as the still low interest among some customers at BSI KCP Lumajang S. Parman due to limited understanding of the product. Therefore, this study examines the influence of Islamic financial literacy, perceptions of gold prices, perceptions of income, and service quality on the interest in investing in Cicil Emas at BSI KCP Lumajang S. Parman. This study employed a quantitative method using a descriptive analysis approach based on the Theory of Planned Behavior (TPB). The sample was selected using purposive sampling, with a total of 200 respondents. Data were collected via a Likert-scale questionnaire and analyzed using multiple linear regression with IBM SPSS Statistics. The results indicate that Islamic financial literacy, perceptions of gold prices, perceptions of income, and service quality each have a positive and statistically significant partial effect on the interest in investing in gold through installment plans. Simultaneously, these four variables have a positive and significant effect on investment interest, with an R^2 value of 0.578. This indicates that the independent variables in this study account for 57.8% of the variation in interest in investing in gold installments, while the remaining 42.2% is influenced by other factors not examined in this study.

خلاصة

فراح سلسبيلا عبد السلام. 2026، بحث جامعي (سكريبسي). العنوان : "تأثير الثقافة المالية الإسلامية، وتصور أسعار الذهب، وتصور الدخل، وجودة الخدمة على الاهتمام بالاستثمار في برنامج تقسيط الذهب في بنك الشريعة الإندونيسي (BSI) دراسة على فرع BSI KCP لوماجانج ش. بارمان"

المشرف : الدكتورة نهاية أسلمات الصالحة، الماجستير

الكلمات المفتاحية: الثقافة المالية الإسلامية، تصور أسعار الذهب، تصور الدخل، جودة الخدمة، الاهتمام بالاستثمار في تقسيط الذهب

إن التطور المتسارع للمصرفية الإسلامية في إندونيسيا يستلزم تحسين فهم المجتمع للمنتجات المالية القائمة على أحكام الشريعة الإسلامية، ولا سيما في مجال الاستثمار. واستجابةً لهذه الفرصة، أطلق بنك سيارة إندونيسيا (BSI) منتج "تقسيط الذهب" المستند إلى عقد المراهبة بوصفه بديلاً استثمارياً شاملاً ومستقراً. غير أن ثمة تبايناً بين نتائج الدراسات السابقة فيما يتعلق بالعوامل المؤثرة في الرغبة الاستثمارية لهذا المنتج، فضلاً عن ضعف الإقبال عليه لدى شريحة من عملاء بنك BSI فرع لوماجانج - شارع س. بارمان، وذلك بسبب محدودية إلمامهم بهذا المنتج. لذا، تسعى هذه الدراسة إلى بحث أثر الثقافة المالية الإسلامية، وتصور سعر الذهب، وتصور الدخل، وجودة الخدمة في الرغبة في الاستثمار بتقسيط الذهب لدى عملاء بنك BSI فرع لوماجانج - شارع س. بارمان. تعتمد هذه الدراسة المنهج الكمي بأسلوب التحليل الوصفي، مستندةً إلى نظرية السلوك المخطط (TPB). وقد جرى اختيار العينة وفق أسلوب أخذ العينات الهادفة (Purposive Sampling)، إذ بلغ عدد المستجيبين متني شخص. وتم جمع البيانات عبر استبانة مبنية على مقياس ليكرت، وُحُللت باستخدام الانحدار الخطي المتعدد من خلال برنامج IBM SPSS Statistics. وقد كشفت نتائج الدراسة أن كلاً من الثقافة المالية الإسلامية، وتصور سعر الذهب، وتصور الدخل، وجودة الخدمة تؤثر إيجابياً وبشكل دال إحصائياً بصورة جزئية في الرغبة الاستثمارية بتقسيط الذهب. كما تبين أن هذه المتغيرات الأربعة مجتمعةً تحدث أثراً إيجابياً دالاً في تلك الرغبة الاستثمارية، إذ بلغت قيمة معامل التحديد (R^2) نحو 0.578، مما يعني أن المتغيرات المستقلة في هذه الدراسة قادرة على تفسير ما نسبته 57.8% من التباين في الرغبة الاستثمارية بتقسيط الذهب، في حين يعود الباقي البالغ 42.2% إلى عوامل أخرى لم تشملها هذه الدراسة.

BAB I

PENDAHULUAN

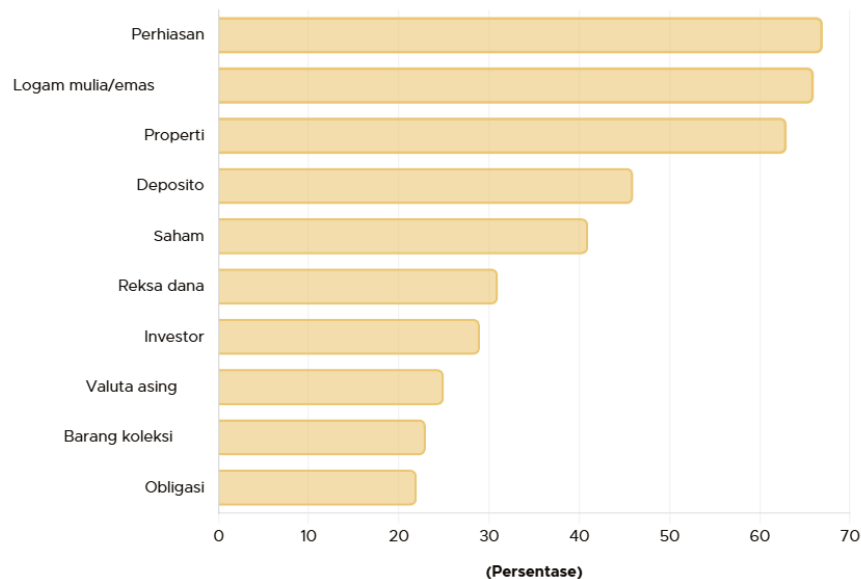
1.1 Latar Belakang

Minat berinvestasi menjadi indikator krusial dalam memahami perilaku keuangan masyarakat, khususnya dalam pemilihan instrument investasi yang sesuai dengan kebutuhan, kemampuan, dan preferensi individu (Pamungkas, 2023). Minat ini menjadi tahap awal sebelum seseorang mengambil keputusan investasi secara nyata, sehingga berperan penting dalam membentuk perilaku investasi individu. Minat berinvestasi memiliki peran strategis karena menjadi penghubung antara pemahaman individu terhadap suatu instrumen investasi dan tindakan aktual dalam merealisasikan investasi tersebut. Individu dengan tingkat minat berinvestasi yang tinggi cenderung memiliki dorongan untuk mencari informasi, mengevaluasi alternatif investasi, serta menunjukkan kesediaan untuk menanggung risiko yang melekat pada investasi. Sebaliknya, rendahnya minat berinvestasi mengindikasikan sikap kehati-hatian berlebih atau keterbatasan keyakinan terhadap manfaat investasi, yang pada akhirnya menghambat partisipasi individu dalam aktivitas investasi.

Data dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menunjukkan bahwa proyeksi keuangan tentang minat berinvestasi telah melebihi target. Persentase ini menjadi salah satu penguat bahwa masyarakat mulai sadar akan pentingnya investasi. Kemampuan untuk mengelola aset keuangan tidak hanya mencakup

pengelolaan aset yang sudah ada, tetapi juga kesadaran mengenai proses perencanaan untuk mendapatkan aset tersebut dengan tujuannya agar aset keuangan dapat dikelola secara efektif. Kegiatan investasi pada dasarnya merupakan penanaman modal, baik secara langsung maupun tidak langsung, dengan harapan memperoleh keuntungan di masa depan. Sektor investasi mencakup berbagai bidang mulai dari sektor riil, perbankan, hingga pasar modal. Investasi di perbankan umumnya memiliki risiko rendah dengan likuiditas tinggi, sementara pasar modal menawarkan instrumen seperti saham dan obligasi yang memiliki karakteristik risiko dan imbal hasil berbeda (Safryani et al., 2020).

Gambar 1. 1 Daftar Produk Investasi yang Diminati Tahun 2025



Sumber: GoodStats, Jakpat

Berdasarkan data mengenai Daftar Produk Investasi yang Diminati Tahun 2025, perhiasan serta logam mulia atau emas menempati posisi teratas dengan persentase minat masing-masing mencapai lebih dari 65%. Minat terhadap emas ini mengungguli instrumen investasi lainnya seperti properti yang berada di angka 63%, deposito di angka 45%, bahkan jauh melampaui instrumen pasar modal seperti saham, reksa dana, dan obligasi yang hanya berada di kisaran 20% hingga 40%. Fenomena ini mengonfirmasi bahwa emas masih menjadi primadona bagi investor domestik dibandingkan produk investasi keuangan lainnya. Emas tetap menjadi pilihan utama instrumen investasi karena karakteristiknya yang aman, stabil, dan mampu menjaga nilai kekayaan dalam jangka panjang. Harga komoditas ini cenderung meningkat secara historis dan memiliki risiko rendah, sehingga berfungsi efektif sebagai aset lindung nilai terhadap inflasi serta ketidakpastian ekonomi (Haerisma et al., 2021). Pemahaman masyarakat terhadap potensi keuntungan tersebut secara linier akan meningkatkan minat untuk memiliki emas sebagai sarana investasi.

Bank Syariah Indonesia (BSI) merespons tingginya minat investasi tersebut melalui inovasi produk Cicil Emas yang menggunakan skema pembiayaan berbasis akad murabahah. Produk ini memberikan solusi bagi nasabah untuk memiliki emas secara bertahap tanpa harus menyediakan modal besar di awal masa pembiayaan. Mekanisme cicilan ini menjadikan

investasi emas jauh lebih inklusif karena aksesnya tidak lagi terbatas pada kelompok berpendapatan tinggi, melainkan dapat dijangkau oleh masyarakat dengan kemampuan finansial yang terbatas (Fadhilah, 2025). Implementasi akad murabahah dalam produk ini memastikan bahwa setiap transaksi jual beli dilakukan secara transparan dengan margin keuntungan yang disepakati di awal, sehingga memberikan kepastian biaya bagi nasabah selama masa kontrak (Hidayana & Indriani, 2023). Landasan operasional transaksi ini diperkuat oleh Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) Nomor 77/DSN-MUI/V/2010 yang menetapkan bahwa jual beli emas secara tidak tunai diperbolehkan selama emas tidak dijadikan sebagai alat tukar resmi. Regulasi tersebut menjadi dasar bagi BSI dalam menghadirkan alternatif investasi yang sesuai prinsip syariah sekaligus mampu memperluas penetrasi pasar perbankan syariah di Indonesia.

Fenomena meningkatnya minat investasi emas juga tercermin dalam kinerja perbankan syariah nasional. Bank Syariah Indonesia (BSI) dalam publikasi resminya menyatakan bahwa bisnis emas menjadi salah satu pendorong utama pertumbuhan pembiayaan perseroan. Hingga kuartal II tahun 2025, pembiayaan emas BSI tercatat tumbuh sebesar 88,25% secara tahunan (*year on year*), seiring meningkatnya minat masyarakat terhadap emas sebagai instrumen lindung nilai di tengah ketidakpastian ekonomi. Capaian tersebut menempatkan produk Cicil Emas BSI sebagai instrumen

perencanaan keuangan yang strategis bagi masyarakat yang ingin mengamankan nilai asetnya di lembaga keuangan syariah. Namun, kondisi minat masyarakat terhadap produk Cicil Emas di lapangan belum menunjukkan kestabilan yang optimal. Fluktuasi jumlah pengajuan pembiayaan serta adanya keraguan pada sebagian nasabah mengindikasikan bahwa ketersediaan produk saja belum cukup untuk mendorong keputusan investasi secara konsisten, melainkan juga dipengaruhi oleh tingkat pemahaman nasabah terhadap produk tersebut. Temuan ini diperkuat melalui wawancara awal dengan pihak internal Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang S. Parman, yaitu Bapak Nicky Bayu selaku Supervisor Cicil Emas (*Branch Operation Service Manager/BOSM*), diketahui bahwa rendahnya minat sebagian masyarakat terhadap produk Cicil Emas disebabkan oleh masih terbatasnya tingkat pengenalan dan pemahaman masyarakat mengenai produk tersebut. Meskipun produk Cicil Emas memiliki potensi manfaat dan keuntungan yang besar, keterbatasan informasi yang diterima masyarakat menyebabkan banyak nasabah belum tertarik atau belum mengambil keputusan untuk berpartisipasi dalam pembiayaan cicil emas. Kondisi ini menunjukkan bahwa permasalahan minat berinvestasi tidak hanya berkaitan dengan aspek ekonomi semata, tetapi juga dipengaruhi oleh keterbatasan pemahaman dan informasi yang diterima oleh masyarakat mengenai produk investasi syariah. Literasi keuangan syariah mencerminkan kemampuan

nasabah dalam memahami konsep keuangan sesuai dengan prinsip syariah dan mengevaluasi risiko secara rasional (F. Salim et al., 2022).

Tabel 1. 1 Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan Konvensional dan Syariah

Indeks	Jenis	Metode	Hasil Survei
Literasi	Konvensional	Keberlanjutan	66,45%
		Cakupan DNKI	66,64%
	Syariah	Keberlanjutan	43,42%
		Cakupan DNKI	43,42%
Inklusi	Konvensional	Keberlanjutan	79,71%
		Cakupan DNKI	92,61%
	Syariah	Keberlanjutan	13,41%
		Cakupan DNKI	13,41%

Sumber: OJK, tahun 2025

Data Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan memberikan gambaran yang lebih mendalam mengenai disparitas antara bank konvensional dan syariah di Indonesia. Hasil survey menunjukkan bahwa literasi keuangan konvensional mencapai angka 66,45% hingga 66,64%, sedangkan literasi keuangan syariah masih tertinggal jauh pada kisaran 43,42%. Kesenjangan yang lebih mencolok terlihat pada indeks inklusi, di mana bank konvensional mampu menyentuh angka 92,61%, namun bank syariah hanya mencatatkan angka sebesar 13,41%. Rendahnya tingkat inklusi dan literasi syariah ini mengonfirmasi adanya hambatan besar dalam adopsi produk keuangan berbasis prinsip islami di tengah masyarakat.

Kesenjangan literasi keuangan syariah yang masih rendah di Indonesia serta dinamika faktor ekonomi eksternal seperti fluktuasi harga emas menuntut adanya peran institusi yang lebih kuat untuk menjaga minat

masyarakat. Implementasi produk Cicil Emas di Bank Syariah Indonesia memerlukan sinergi antara pemahaman nasabah yang baik, penyesuaian strategi terhadap kondisi harga pasar, serta dukungan pelayanan yang andal dan transparan guna membangun kepercayaan investasi jangka panjang. Meskipun pendapatan menjadi landasan kemampuan finansial dalam membayar angsuran, kemudahan akses informasi dan kualitas layanan yang diberikan oleh pihak bank tetap menjadi penentu utama apakah nasabah akan merealisasikan minatnya untuk berinvestasi. Seluruh variabel tersebut, mulai dari aspek literasi, persepsi harga, persepsi pendapatan, hingga kualitas pelayanan, saling berkaitan dalam membentuk kerangka pengambilan keputusan individu yang sejalan dengan teori perilaku terencana. Fenomena ini menunjukkan bahwa peningkatan minat investasi emas di perbankan syariah tidak dapat dicapai hanya melalui satu faktor saja, melainkan melalui pengelolaan yang integratif terhadap seluruh aspek yang memengaruhi perilaku nasabah di lapangan.

Faktor perilaku seperti literasi keuangan syariah memegang peranan vital dalam membentuk persepsi nasabah terhadap manfaat dan risiko produk cicil emas secara rasional. Nasabah dengan tingkat literasi keuangan syariah yang baik cenderung memiliki pemahaman yang lebih jelas mengenai mekanisme, konsekuensi, dan keuntungan investasi cicil emas, sehingga lebih percaya diri dalam mengambil keputusan investasi. Sebaliknya, rendahnya

literasi keuangan dapat menimbulkan ketidakpastian, kekhawatiran, dan persepsi risiko yang berlebihan, yang pada akhirnya menghambat minat nasabah untuk berinvestasi cicil emas (Pana & Ambarwati, 2023).

Sejumlah penelitian empiris memberikan bukti kuat bahwa literasi keuangan syariah merupakan determinan utama yang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi masyarakat. Hasil studi yang dilakukan oleh Nabila & Safri (2022), Al-Aziz & Rinofah (2021), serta Jusuf *et al.* (2023) menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi, Artinya ketika literasi keuangan syariah nasabah meningkat maka keputusan investasi emas akan meningkat pula. Fenomena ini mencerminkan bahwa semakin baik pemahaman individu terhadap konsep keuangan, maka semakin besar pula dorongan mereka untuk menempatkan asset pada investasi. Sementara itu, Suhasti *et al.* (2022) menemukan bahwa literasi keuangan Islam memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan layanan keuangan digital di Yogyakarta. Dengan demikian, literasi keuangan Islam dapat menjadi faktor kunci dalam mendorong adopsi layanan keuangan digital yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Temuan yang berbeda dilaporkan oleh Viana *et al.* (2021) dan Pradipa *et al.* (2023) yang menemukan bahwa literasi keuangan tidak selalu memiliki korelasi signifikan terhadap minat investasi. Adanya kesenjangan hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa terdapat

variabel lain yang mampu memperkuat atau memperlemah pengaruh literasi, terutama faktor-faktor ekonomi eksternal yang bersifat dinamis di pasar.

Pemahaman nasabah terhadap produk investasi emas tidak dapat dipisahkan dari penilaian mereka terhadap kondisi harga emas, meskipun dengan tingkat literasi keuangan syariah yang baik seringkali tetap menempatkan kondisi harga emas sebagai pertimbangan utama sebelum mengambil keputusan untuk memulai pembiayaan cicil emas. Persepsi harga emas mencerminkan bagaimana nasabah menilai keterjangkauan, kesesuaian harga dengan manfaat, serta potensi keuntungan investasi dalam jangka panjang. Penilaian tersebut bersifat subjektif dan dipengaruhi oleh informasi yang diterima, pengalaman sebelumnya, serta kondisi ekonomi yang dirasakan oleh nasabah. (Priantika & Wulandari, 2021).

Persepsi harga dalam konteks produk cicil emas berkaitan erat dengan keyakinan nasabah mengenai kemampuan finansial dan nilai investasi yang akan diperoleh. Dinamika harga tersebut kemudian bersinggungan dengan kapasitas pendapatan nasabah sebagai dasar penilaian kemampuan finansial dalam membayar cicilan secara berkelanjutan (Haerisma et al., 2021). Kondisi harga yang sedang meningkat sering kali mendorong nasabah untuk menunda langkah investasi mereka atau melakukan evaluasi ulang terhadap kapasitas finansial yang dimiliki. Persepsi nasabah terhadap pergerakan harga pada akhirnya menjadi faktor fundamental yang membentuk keputusan akhir dalam

berinvestasi melalui skema cicil emas (Afrian, 2025). Dengan demikian, persepsi harga emas menjadi faktor psikologis yang berperan penting dalam membentuk minat nasabah terhadap produk cicil emas di perbankan syariah.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa harga emas memiliki pengaruh signifikan terhadap minat nasabah. Penelitian yang dilakukan oleh (Verayani, 2019); (Fitria, 2019); (Kuswanti et al., 2023); (Izzati, 2021); (Herdiani, 2022) membuktikan bahwa harga emas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah. Akan tetapi, penelitian yang dilakukan (Sodik, 2017); (Ariska et al., 2022) mengungkapkan bahwa harga emas tidak berpengaruh secara positif terhadap minat nasabah. Hal ini terjadi karena nasabah memilih menjual emas yang dimiliki karena adanya kebutuhan mendesak bukan karena harga emas yang sedang mengalami kenaikan.

Persepsi nasabah terhadap harga emas pada akhirnya bermuara pada pertimbangan kemampuan finansial pribadi (Maharani, 2020). Oleh karena itu, respons nasabah terhadap perubahan harga emas sangat dipengaruhi oleh tingkat pendapatan yang dimiliki, karena pendapatan menjadi dasar utama dalam menilai kemampuan membayar cicilan secara berkelanjutan. Pendapatan merupakan faktor ekonomi internal yang berperan penting dalam membentuk minat nasabah terhadap produk cicil emas. Pendapatan dalam konteks penelitian ini tidak hanya dipahami sebagai besarnya penghasilan

yang diterima individu, tetapi sebagai persepsi kemampuan finansial nasabah dalam memenuhi kewajiban investasi. Persepsi terhadap kecukupan dan stabilitas pendapatan menjadi dasar keyakinan nasabah dalam mengambil keputusan investasi, khususnya pada produk cicil emas yang memiliki komitmen pembayaran secara berkala. (Safryani et al., 2020). Nasabah yang mempersepsikan pendapatannya stabil dan memadai cenderung memiliki keyakinan yang lebih besar untuk berinvestasi cicil emas, karena merasa mampu mengalokasikan sebagian pendapatannya untuk pembayaran cicilan tanpa mengganggu kebutuhan konsumsi lainnya. Sebaliknya, nasabah dengan pendapatan yang terbatas atau tidak stabil cenderung lebih berhati-hati dan menunda keputusan investasi, meskipun menyadari potensi keuntungan dari investasi emas (Addinpujoartanto & Darmawan, 2020). Dengan demikian, Persepsi terhadap kemampuan pendapatan menjadi faktor penting memengaruhi bagaimana nasabah menilai keterjangkauan harga emas serta kemampuan dalam memenuhi kewajiban cicilan.

Secara empiris, sejumlah penelitian menunjukkan bahwa pendapatan memiliki pengaruh positif terhadap minat berinvestasi emas. Penelitian yang dilakukan oleh (Ningrum & Susanti, 2023) menyatakan bahwa pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi emas yang mengindikasikan bahwa peningkatan pendapatan mendorong meningkatnya kemampuan dan minat individu untuk berinvestasi emas. Temuan ini

memperkuat pandangan bahwa pendapatan yang memadai memberikan rasa aman finansial bagi nasabah dalam mengambil keputusan investasi jangka menengah hingga panjang. Sedangkan hasil penelitian (L. A. Safitri & Rachmansyah, 2018) bahwa pendapatan berpengaruh negative dan signifikan terhadap keputusan investasi, artinya ketika pendapatan meningkat maka keputusan investasi akan menurun, tidak lagi emas menjadi prioritas utama investasi, misalnya investasi rumah, tanah dan lain-lain, yang menurut responden lebih penting dan berguna di masa yang akan datang. Dalam penelitian (Siregar et al., 2023) menyatakan bahwa pendapatan berpengaruh negatif terhadap minat berinvestasi, yang artinya besar kecilnya pendapatan bukan faktor utama dalam investasi emas. Karena adanya sistem pembelian emas dengan cara mencicil sangat memudahkan nasabah untuk investasi emas, yang artinya berapapun pendapatan mereka tidak mempengaruhi niat untuk melakukan investasi. Selain itu, pengalaman interaksi nasabah dengan bank melalui kualitas pelayanan turut menjadi penentu akhir, di mana layanan yang andal dan transparan dapat menurunkan persepsi risiko serta meningkatkan minat berinvestasi.

Interaksi yang profesional dan informatif antara pihak perbankan dengan nasabah mampu memperkuat kepercayaan serta menurunkan hambatan prosedural dalam berinvestasi. Kualitas pelayanan yang unggul bertindak sebagai katalisator yang mengubah minat potensial menjadi

keputusan riil, terutama bagi nasabah yang masih awam terhadap konsep investasi syariah. Kualitas pelayanan merupakan faktor institusional yang mencerminkan kemampuan bank dalam memberikan layanan yang sesuai dengan harapan nasabah, baik dari aspek keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, maupun bukti fisik layanan (Sucihati et al., 2020). Pelayanan yang berkualitas tidak hanya meningkatkan kepuasan nasabah, tetapi juga membangun rasa aman, kepercayaan, dan kenyamanan dalam proses pengambilan keputusan investasi (Kamila & Rahayu, 2024). Apabila kualitas pelayanan yang dirasakan nasabah sesuai atau melebihi harapan, maka persepsi risiko akan menurun dan minat untuk berinvestasi cicil emas cenderung meningkat. Sebaliknya, pelayanan yang kurang optimal berpotensi menimbulkan keraguan dan menghambat minat nasabah, meskipun dari sisi pendapatan dan potensi keuntungan investasi telah dianggap memadai (Fauzi, 2017).

Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap minat nasabah. Penelitian yang dilakukan oleh (Faizah & Sa'diyah, 2022), (Dwijayanti et al., 2019), (Nurhikmah & Ismaulana, 2020) mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah. Sedangkan hasil penelitian (Uswah et al., 2024) membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap minat nasabah. Hal ini dikarenakan

nasabah tidak terlalu memperhatikan kualitas layanan yang diterima, melainkan mereka akan berinvestasi emas ketika harga emas sedang turun. Selain itu karena faktor sumber daya manusia yang terbatas, sehingga pelayanan menjadi lama ketika sedang ramai nasabah. Sinergi antara tingkat pendapatan yang stabil, persepsi harga yang rasional, serta dukungan layanan prima akan menciptakan lingkungan investasi yang kondusif bagi pertumbuhan produk cicil emas. Keberhasilan Bank Syariah Indonesia dalam menarik minat nasabah sangat bergantung pada kemampuannya mengelola variabel-variabel tersebut secara simultan di tengah persaingan instrumen keuangan lainnya.

Pengaruh antar variabel dapat dijelaskan secara komprehensif dengan pendekatan *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikemukakan oleh Ajzen (Ajzen, 1991). Teori ini menekankan bahwa minat perilaku merupakan hasil dari sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*), norma subjektif (*subjective norms*), dan kontrol perilaku yang dirasakan (*perceived behavioral control*). Literasi keuangan syariah memengaruhi sikap nasabah terhadap investasi emas, karena pemahaman yang baik mengenai manfaat, risiko, dan mekanisme pembiayaan akan membentuk penilaian yang lebih rasional dan positif terhadap investasi. Persepsi harga emas memengaruhi sikap nasabah terhadap kelayakan dan keuntungan investasi, yang pada akhirnya membentuk minat untuk berinvestasi cicil emas. Sementara persepsi pendapatan dan

kualitas pelayanan menjadi bagian dari kontrol perilaku yang menentukan kemudahan nasabah dalam merealisasikan investasi emas. Urgensi penelitian ini didasarkan pada masih bervariasinya minat nasabah terhadap produk cicil emas perbankan syariah, meskipun emas dikenal sebagai instrumen investasi yang relatif aman dan sesuai dengan prinsip syariah. Perbedaan tingkat literasi keuangan, ketidakstabilan harga emas, kemampuan pendapatan, serta kualitas pelayanan diduga menjadi faktor penentu minat berinvestasi, namun belum banyak dikaji secara empiris dalam satu kerangka teori perilaku yang terintegrasi seperti TPB (Ajzen, 1991). Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis **“Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Persepsi Harga Emas, Persepsi Pendapatan, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berinvestasi Cicil Emas Di Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang S. Parman.”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Apakah literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap minat nasabah berinvestasi cicil emas di BSI KCP Lumajang S. Parman?
2. Apakah persepsi harga emas berpengaruh terhadap minat nasabah berinvestasi cicil emas di BSI KCP Lumajang S. Parman?

3. Apakah persepsi pendapatan berpengaruh terhadap minat nasabah berinvestasi cicil emas di BSI KCP Lumajang S. Parman?
4. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat nasabah berinvestasi cicil emas di BSI KCP Lumajang S. Parman?
5. Apakah literasi keuangan syariah, persepsi harga emas, persepsi pendapatan dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap minat berinvestasi cicil emas di BSI KCP Lumajang S. Parman

1.3 Tujuan Penelitian

1. Menganalisis bagaimana pengaruh literasi keuangan terhadap minat nasabah berinvestasi emas di BSI KCP Lumajang S. Parman.
2. Menganalisis bagaimana pengaruh persepsi harga emas terhadap minat nasabah berinvestasi emas di BSI KCP Lumajang S. Parman.
3. Menganalisis bagaimana pengaruh persepsi pendapatan terhadap minat nasabah berinvestasi emas di BSI KCP Lumajang S. Parman.
4. Menganalisis bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat nasabah berinvestasi emas di BSI KCP Lumajang S. Parman.
5. Menganalisis bagaimana pengaruh simultan variabel literasi keuangan syariah, persepsi harga emas, persepsi pendapatan dan kualitas pelayanan terhadap minat berinvestasi cicil emas di BSI KCP Lumajang S. Parman

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang ekonomi syariah yang berkaitan dengan perilaku konsumen dalam berinvestasi emas. Hasil penelitian ini juga dapat memperkaya literatur mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat masyarakat berinvestasi melalui lembaga keuangan syariah, serta menjadi rujukan bagi penelitian selanjutnya dengan variabel yang sama maupun berbeda.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak. Bagi Bank Syariah Indonesia (BSI), hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi sekaligus strategi pengembangan produk Cicil Emas dan peningkatan kualitas pelayanan agar lebih mampu menarik minat nasabah. Bagi nasabah atau masyarakat, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai pentingnya literasi keuangan serta pertimbangan rasional dalam berinvestasi emas sesuai prinsip syariah. Sementara itu, bagi penulis sendiri, penelitian ini menjadi sarana penerapan ilmu yang telah diperoleh selama perkuliahan sekaligus pengalaman praktis dalam mengkaji fenomena keuangan syariah di lapangan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Sebagai upaya memperkuat landasan konseptual penelitian, dilakukan kajian terhadap teori-teori yang memiliki relevansi dengan variabel maupun konsep yang dikaji. Ringkasan mengenai teori-teori tersebut, meliputi definisi, sumber rujukan, serta keterkaitannya dengan penelitian ini, disajikan pada tabel berikut. :

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Judul, Nama Penulis, Tahun	Variabel	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	“Pengaruh Reputasi Perusahaan, Fluktuasi Harga Emas, Kualitas Pelayanan dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Nasabah Berinvestasi Melalui Cicil Emas Di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Masbagik,” (Uswah et al., 2024)	X1: Reputasi X2: Fluktuasi Harga Emas X3: Kualitas Pelayanan Y: Minat Nasabah	Jenis Penelitian Kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Reputasi Perusahaan dan Fluktuasi Harga Emas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Nasabah Berinvestasi Melalui Cicil Emas. Sedangkan, Kualitas Pelayanan dan Literasi Keuangan tidak berpengaruh terhadap Minat Nasabah

				Berinvestasi Melalui Cicil Emas
2.	“Pengaruh Fluktuasi Harga Emas, Literasi Keuangan dan Pendapatan terhadap Keputusan Investasi Emas (Pada Member Agen Mini Gold di Kota Demak)”, (Ed et al., 2024)	X1: Fluktuasi Harga Emas X2: Literasi Keuangan X3: Pendapatan Y: Keputusan Investasi Emas	Jenis Penelitian Kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Fluktuasi Harga Emas tidak berpengaruh terhadap Keputusan Investasi Emas. Sedangkan Literasi Keuangan dan Pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Investasi Emas
3.	“Pengaruh Literasi Keuangan, Pendapatan, dan Preferensi Risiko terhadap Minat Berinvestasi Cicilan Emas Nasabah Pegadaian Cabang Jember”, Fina Pratna Paramita, Maheni Ika Sari, Ahmad Izzudin (2025)	X1: Literasi Keuangan X2: Pendapatan X3: Preferensi Risiko Y: Minat Berinvestasi	Jenis Penelitian Kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ketiga variable independen tersebut, yaitu Literasi Keuangan, Pendapatan dan Preferensi Risiko memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berinvestasi Cicilan Emas, baik secara parsial maupun

				simultan.
4.	“Pengaruh Literasi Keuangan, Trust, Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan terhadap Minat Berinvestasi Cicil Emas pada Bank Syariah Indonesia (BSI) di Kota Malang”, (Fadhilah, 2025)	X1: Literasi Keuangan X2: Trust X3: Kualitas Layanan X4: Citra Perusahaan Y: Minat Berinvestasi	Jenis Penelitian Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan dan kualitas layanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat investasi, sedangkan kepercayaan dan citra perusahaan tidak berpengaruh signifikan. Secara simultan, keempat variabel literasi keuangan, kepercayaan, kualitas layanan, dan citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap minat investasi, dengan nilai R^2 sebesar 0,297. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen dalam penelitian ini mampu menjelaskan 30% variasi minat investasi, sedangkan sisanya sebesar

				70% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
5.	“The Effect Of Financial Literacy, Income And Per- Ceived Return On Investment Decisions (Case Study In Sidoarjo Community)”, Dwi Agustya Ningrum dan Jenny Susanti (2023).	X1: Financial Literacy X2: Income X3: Per- Ceived Return Y: Investment Decisions	Jenis Penelitian Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan, pendapatan, dan persepsi return masing-masing secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi masyarakat Sidoarjo. Hal ini menunjukkan bahwa semakin literat dan memiliki pendapatan yang stabil serta persepsi return yang positif, maka masyarakat Sidoarjo akan lebih cenderung untuk mengambil keputusan investasi yang tepat. Penelitian
6.	“Analisis	X1: Literasi	Jenis	Hasil penelitian

	Pengaruh Literasi Keuangan, Pengetahuan Investasi, Motivasi Investasi dan Pendapatan terhadap Keputusan Investasi pada Masyarakat di Batam”, (Sun & Lestari, 2022)	Keuangan X2: Pengetahuan Investasi X3: Motivasi Investasi X4: Pendapatan Y: Keputusan Investasi	Penelitian Kuantitatif	menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh positif terhadap keputusan investasi pada masyarakat di Batam dan pengetahuan investasi, motivasi dan pendapatan, berpengaruh positif terhadap keputusan investasi pada masyarakat di Batam.
7.	“Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di PT. Solusi Bangun Andalas Medan” (Sancai et al., 2024)	X1: Kualitas Produk X2: Promosi X3: Harga Y: Keputusan Pembelian	Jenis Penelitian Kuantitatif	Berdasarkan hasil penelitian melalui uji koefisien determinasi diperoleh Nilai Adjusted R Square sebesar 0,612 artinya variabel Keputusan Pembelian dapat dijelaskan oleh variabel Kualitas Produk, Promosi, dan Harga sebesar 61,2% sedangkan sisanya 38,8% dipengaruhi oleh faktor-

				faktor lain yang berasal dari luar model penelitian ini seperti citra merek dan kualitas pelayanan. Berdasarkan uji parsial memiliki kesimpulan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian, promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan uji simultan memiliki kesimpulan kualitas produk, promosi dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian
8.	“Pengaruh Ekspetasi Return dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Berinvestasi	X1: Ekspetasi Return X2: Literasi Keuangan Y: Minat Berinvestasi	Jenis Penelitian Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa ekspektasi return berpengaruh

	Emas pada Mahasiswa STIE Widya Wiwaha”, (Pana & Ambarwati, 2023)			signifikan terhadap minat mahasiswa STIE Widya Wiwaha, Yogyakarta untuk berinvestasi emas, dan literasi keuangan juga berpengaruh signifikan terhadap minat investasi emas. Selain itu, ekspektasi return dan literasi keuangan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat investasi emas mahasiswa STIE Widya Wiwaha, Yogyakarta.
9.	“Pengaruh Promosi Dan Harga Emas Terhadap Minat Nasabah Produk BSI Gadai Emas (Studi Kasus Ex Bank Syariah Mandiri KC Simpang Patal Palembang)” (Ikhsan et al., 2022)	X1: Promosi X2: Harga Emas Y: Minat Nasabah	Jenis Penelitian Kuantitatif	Hasil hipotesis dari penelitian ini dapat dibuktikan dengan adanya Uji-t (parsial) dan Uji-f (simultan). Pada Uji-t variabel (X1) Promosi menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel} (2,052 >$

				1,993). Pada variabel (X2) Harga Emas menunjukkan bahwa thitung > ttabel (3,112 > 1,993). Pada Uji-f kedua variabel menunjukkan bahwa variabel (X1) Promosi dan (X2) Harga Emas secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap variabel (Y) Minat Nasabah produk BSI Gadai Emas yang dapat dibuktikan dengan nilai fhitung sebesar 6,433 atau fhitung > ftabel (6,433>3,126).
10.	Unveiling Gold Investment Preferences: A Comprehensive Analysis of Factors Shaping Intention to Invest in Gold Installment Plans (Sulaiman & Aprianingsih, 2023)		Jenis Penelitian Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga, promosi, dan pengembalian secara signifikan memengaruhi sikap konsumen, yang selanjutnya memengaruhi niat untuk

				berinvestasi dalam cicilan emas. Namun, keamanan, risiko, dan kemudahan mekanisme tidak muncul sebagai penentu yang signifikan.
11.	“Pengaruh Harga Emas terhadap Minat Nasabah dalam Investasi Emas” (Asmawati et al., 2025)	X1: Harga Emas Y: Minat Investasi	Jenis Penelitian Kuantitatif	The results of the study showed that out of 100 statement items, they were declared valid and reliable. In the simple linear regression analysis, the constant value (a) was 9.636 and the regression coefficient value (b) was 1.094 so that the regression equation was obtained, namely $Y = 9.636 + 1.094x$. The t-test results show that consumer interest in gold investments is significantly impacted by the price of gold. (study at Pegadaian

				Syariah Bone) and the coefficient of determination t's findings (R Square) show that the Gold Price variable affects Customer Interest in Gold Investment (study at Pegadaian Syariah Bone) by 80.01%. According to the test findings, it demonstrates that Gold Price has an influence with a positive or unidirectional change direction. This means that if the Gold Price is increased, Customer Interest in Gold Investment will also increase.
12.	“Pengaruh Literasi Keuangan, Bagi Hasil dan Pendapatan terhadap Minat Menabung pada Bmt Surya Raharja Kecamatan	X1: Literasi Keuangan X2: Bagi Hasil X3: Pendapatan Y: Minat Menabung	Jenis Penelitian Kuantitatif	Penelitian ini memberikan hasil bahwa Literasi Keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Menabung, Bagi

	Brondong” , Setia Tahu (2025)			Hasil berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Menabung dan Pendapatan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menabung di BMT Surya Raharja Brondong.
13.	“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung Emas Pada PT. Pengadaian Syariah Cabang Setia Budi Medan”, Ilham Suryani, (2018)	X: Kualitas Pelayanan Y: Minat Nasabah	Jenis Penelitian Kuantitatif	Berdasarkan hasil uji t kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap minat menabung sesuai dengan hasil uji t sebesar $1.700 > 1.665$ dengan R Square sebesar 0,037 atau 3,7% menunjukkan sekitar 3,7% variabel kualitas pelayanan dipengaruhi oleh minat menabung. Sementara sisanya sebesar 9,3% dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti dalam

				penelitian ini.
14.	“Pengaruh Strategi Pemasaran dan Harga Emas terhadap Minat Masyarakat dalam Menggunakan Produk Tabungan Emas”, Ellis Indriani (2022).	X1: Strategi Pemasaran X2: Harga Emas Y: Minat Masyarakat	Jenis Penelitian Kuantitatif	Berdasarkan hasil data diketahui bahwa strategi pemasaran tidak berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat nasabah pegadaian syariah dan BSI di Yogyakarta sedangkan pengaruh harga berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat nasabah Pegadaian Syariah dan BSI di Yogyakarta.
15.	“Pengaruh tingkat pendidikan dan pendapatan terhadap minat menabung (studi kasus pada warga 07 kampung kb marga mulya bekasi utara)”, Eri Bukhari, Bintang Narpati, Adi Wibowo (2021).	X1: Tingkat Pendidikan X2: Pendapatan Y: Minat Menabung	Jenis Penelitian Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh signifikan tingkat pendidikan dan pendapatan secara simultan terhadap minat menabung bagi warga RW 07 Kampung KB Marga Mulya Bekasi Utara.
16.	“Pengaruh Literasi Keuangan,	X1: Pengaruh Literasi Keuangan	Jenis Penelitian Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi

	Manajemen Keuangan dan Pendapatan Terhadap Minat Investasi Emas Mahasiswa Pendidikan Akuntansi Universitas Negeri Surabaya”. (Oda & Rohayati, 2023)	X2: Manajemen Keuangan X3: Pendapatan Y: Minat Investasi		keuangan, manajemen keuangan, dan pendapatan memiliki pengaruh simultan terhadap minat mahasiswa Program Studi Pendidikan Akuntansi Universitas Negeri Surabaya dalam investasi emas, dan masing-masing variabel secara bebas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat mahasiswa Program Studi Pendidikan Akuntansi Universitas Negeri Surabaya dalam investasi emas.
17.	The Influence of Gold Price Fluctuations, Income, and Financial Management on Investment Decisions in Gold Savings with Investment Knowledge as a	X1: Gold Price Fluctuations X2: Income X3: Financial Management Y: Decisions in Gold Savings with Investment Knowledge as a	Jenis Penelitian Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga emas memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan investasi, sedangkan pendapatan dan

	Moderating Variable (Ardianti & Hariyanto, 2025)	a Moderating Variable		manajemen keuangan tidak memiliki pengaruh signifikan. Pengetahuan investor ditemukan memoderasi hubungan antara fluktuasi harga emas dan keputusan investasi. Temuan ini menyoroti pentingnya pemahaman pergerakan harga emas dan manajemen keuangan yang efektif dalam pengambilan keputusan investasi.
18.	The influence of financial literacy, perceptions of gold prices and pocket money on interest in gold investment (Survey of UIS Malaysia students and STIE Sutaatmadja Subang students) (Fauzyah et al., 2024)	X1: financial literacy X2: perceptions of gold prices X3: pocket money Y: interest in gold investment	Jenis Penelitian Kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan, perspektif harga emas, dan uang saku memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi emas di kalangan mahasiswa UIS Malaysia dan

				mahasiswa STIE Sutaatmadja Subang.
--	--	--	--	---

Sumber : diolah oleh peneliti 2025

Berdasarkan kajian terhadap penelitian terdahulu sebagaimana disajikan dalam Tabel 2.1, dapat disimpulkan bahwa minat berinvestasi emas dipengaruhi oleh berbagai faktor internal dan eksternal, di antaranya literasi keuangan syariah, persepsi harga emas, persepsi pendapatan, serta kualitas pelayanan. Sebagian besar penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah dan persepsi pendapatan cenderung berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat maupun keputusan investasi emas, meskipun beberapa studi menemukan hasil yang tidak signifikan, yang mengindikasikan adanya perbedaan karakteristik responden dan konteks penelitian.

Persepsi harga emas juga menunjukkan hasil yang beragam, di mana pengaruhnya terhadap minat investasi lebih banyak ditentukan oleh persepsi individu terhadap perubahan harga dibandingkan perubahan harga itu sendiri. Sementara itu, kualitas pelayanan dalam beberapa penelitian terbukti berpengaruh signifikan terhadap minat, namun pada penelitian lain tidak menunjukkan pengaruh yang berarti. Perbedaan temuan empiris tersebut menunjukkan adanya celah penelitian (*research gap*), sehingga penelitian ini menjadi relevan untuk menguji kembali pengaruh literasi keuangan, fluktuasi harga emas, pendapatan, dan kualitas pelayanan terhadap minat berinvestasi

emas, khususnya pada produk cicil emas di lembaga keuangan syariah seperti Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang S. Parman."

2.2 Kajian Teori

2.2.1 Theory of Planned Behavior

Teori ini pada awalnya dikenal sebagai *Theory of Reasoned Action* (TRA), yang dikembangkan oleh Martin Fishbein dan Icek Ajzen pada tahun 1975 melalui buku *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Dalam TRA, niat berperilaku (*behavioral intention*) dipandang sebagai determinan langsung dari perilaku aktual. Niat tersebut dibentuk oleh dua komponen utama, yaitu sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*) yang mencerminkan penilaian individu terhadap suatu tindakan dan norma subjektif (*subjective norm*) yang berkaitan dengan pengaruh sosial atau pandangan orang lain yang dianggap penting (Fishbein & Ajzen, 1975). TRA dibangun atas asumsi bahwa individu bersifat rasional dan mempertimbangkan konsekuensi sebelum melakukan suatu tindakan. Teori ini juga mengasumsikan bahwa perilaku berada dalam kendali penuh individu (*volitional control*), sehingga keputusan untuk bertindak sepenuhnya ditentukan oleh niat yang terbentuk. Karena asumsi tersebut, TRA banyak digunakan untuk menjelaskan perilaku yang relatif sederhana dan tidak dibatasi oleh hambatan eksternal yang signifikan (Mahyarni, 2013).

Namun, dalam perkembangannya, TRA dinilai kurang mampu menjelaskan perilaku yang tidak sepenuhnya berada dalam kontrol individu, seperti perilaku yang dipengaruhi oleh keterbatasan sumber daya, kemampuan, maupun kondisi ekonomi. Keterbatasan tersebut yang kemudian mendorong Icek Ajzen untuk mengembangkan *Theory of Planned Behavior* (TPB) sebagai perluasan dari TRA. Pengembangan tersebut dilakukan dengan menambahkan konstruk yang belum terdapat dalam TRA, yaitu persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*). Penambahan konstruk ini dimaksudkan untuk menjelaskan perilaku yang tidak sepenuhnya berada di bawah kendali individu. Dengan demikian, TPB menyatakan bahwa selain sikap dan norma subjektif, individu juga mempertimbangkan kontrol perilaku yang dirasakan, yaitu sejauh mana individu menilai kemampuan dan kemudahan dirinya dalam melakukan suatu tindakan (Ira et al., 2023). Lebih lanjut, Ajzen (2001) menjelaskan bahwa intensi (niat) merupakan fungsi dari tiga determinan utama, yaitu sikap terhadap perilaku (*attitude toward the behavior*), norma subjektif (*subjective norm*), dan persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*).

Niat seseorang untuk berperilaku akan semakin kuat apabila didukung oleh sikap yang positif, norma subjektif yang mendukung dari lingkungan sekitar, serta tidak adanya hambatan yang berarti dalam melakukan perilaku tersebut. *Theory of Planned Behavior* disusun berdasarkan asumsi bahwa

individu berperilaku secara sadar dan rasional dengan mempertimbangkan berbagai informasi yang tersedia sebelum mengambil keputusan (Mentari et al., 2021). Teori ini menegaskan bahwa perilaku aktual seseorang sangat ditentukan oleh tingkat niat yang dimilikinya. Semakin tinggi niat individu, maka semakin besar keyakinan dan kemungkinan individu tersebut untuk merealisasikan suatu tindakan atau perilaku (Uswah et al., 2024).

2.2.2 Literasi Keuangan Syariah

A. Definisi Literasi Keuangan Syariah

Perkembangan industri keuangan syariah yang semakin pesat menuntut masyarakat untuk memiliki pemahaman yang memadai mengenai prinsip, produk, dan mekanisme operasional lembaga keuangan syariah. Pada era modern, masyarakat dihadapkan pada berbagai pilihan instrumen keuangan, baik konvensional maupun berbasis syariah, sehingga diperlukan tingkat literasi yang lebih baik dalam pengambilan keputusan keuangan. Berbeda dengan sistem keuangan konvensional, sistem keuangan syariah didasarkan pada prinsip-prinsip Islam yang menekankan keadilan, transparansi, serta larangan terhadap unsur riba, gharar, dan maysir (Hasanah et al., 2025). . Oleh karena itu, literasi keuangan syariah menjadi kemampuan penting agar individu dapat mengambil keputusan keuangan yang tidak hanya menguntungkan secara ekonomi, tetapi juga sesuai dengan ketentuan

syariah. Kondisi ini menjadikan literasi keuangan syariah sebagai keterampilan fundamental yang perlu dimiliki setiap individu agar mampu merencanakan, mengendalikan, sekaligus memanfaatkan sumber daya keuangan secara bijaksana dan berkelanjutan sesuai prinsip Islam.

Menurut Otoritas Jasa Keuangan, literasi keuangan syariah merupakan tingkat pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan masyarakat terhadap lembaga, produk, dan layanan keuangan syariah yang memengaruhi sikap dan perilaku dalam pengambilan keputusan keuangan sesuai prinsip syariah. Literasi ini tidak hanya berkaitan dengan pemahaman terhadap produk, tetapi juga mencakup kesadaran terhadap prinsip dasar syariah seperti keadilan, transparansi, serta larangan terhadap riba, gharar, dan maysir. Pemahaman tersebut menjadi fondasi penting dalam mendorong perilaku keuangan yang tidak hanya rasional secara ekonomi, tetapi juga sesuai dengan nilai-nilai Islam (Laili et al., 2022). Sebaliknya, rendahnya literasi keuangan dapat menimbulkan berbagai masalah, seperti kesalahan pengelolaan keuangan, beban utang yang tidak terkendali, hingga risiko kebangkrutan (R. Safitri et al., 2025). Hal ini, pada gilirannya, dapat menyebabkan kredit macet, kebangkrutan, penyitaan rumah, atau konsekuensi negatif lainnya (Yushita, 2017).

Berdasarkan Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (SNLKI), tingkat literasi keuangan masyarakat pada dasarnya dapat dikelompokkan ke dalam empat level. Dalam konteks penelitian ini, pengelompokan tersebut dikaitkan dengan pemahaman terhadap lembaga, produk, dan layanan keuangan berbasis syariah, yaitu:

1. *Well Literate*, yaitu kondisi ketika seseorang memiliki pengetahuan dan keyakinan yang luas mengenai lembaga jasa keuangan syariah, produk, serta layanan yang ditawarkan, sehingga mampu memanfaatkannya secara optimal sesuai prinsip syariah.
2. *Sufficient Literate*, yaitu individu yang memiliki pemahaman dan keyakinan dasar terkait produk serta layanan lembaga keuangan syariah, meskipun belum sepenuhnya mendalam.
3. *Less Literate*, yaitu kelompok masyarakat yang hanya mengetahui secara terbatas mengenai keberadaan lembaga keuangan syariah dan sebagian kecil produk maupun layanannya.
4. *Not Literate*, yaitu individu yang sama sekali tidak memiliki pengetahuan maupun keyakinan mengenai lembaga keuangan syariah, produk, dan layanannya.

Theory of Planned Behavior menjelaskan bahwa sikap terhadap perilaku ditentukan oleh keyakinan individu mengenai konsekuensi dari suatu perilaku, yang dikenal sebagai *behavioral beliefs*. Dalam konteks

investasi emas di lembaga keuangan syariah, literasi keuangan syariah berperan dalam membentuk keyakinan nasabah mengenai manfaat, risiko, serta kesesuaian produk investasi dengan prinsip syariah. Pemahaman yang baik mengenai akad, mekanisme cicilan, serta ketentuan syariah akan membentuk sikap positif terhadap produk cicil emas. Sikap tersebut pada akhirnya memengaruhi minat nasabah untuk berinvestasi, sehingga literasi keuangan syariah menjadi faktor penting dalam membentuk minat berinvestasi emas pada lembaga keuangan syariah. Sikap nasabah dalam berinvestasi emas tidak hanya ditentukan oleh tingkat literasi keuangan syariah, tetapi juga oleh keyakinan yang berkaitan dengan penilaian subjektif terhadap kondisi lingkungan, seperti pergerakan harga emas yang tinggi, menurun, atau stabil, serta kemampuan nasabah dalam memenuhi kewajiban pembayaran. Selain itu, nasabah juga mempertimbangkan konsekuensi yang mungkin timbul apabila tidak mampu memenuhi kewajiban tersebut (Ira et al., 2023). Dengan demikian, literasi keuangan syariah berkontribusi dalam membentuk sikap berperilaku nasabah yang pada akhirnya memengaruhi minat mereka untuk berinvestasi emas.

B. Indikator Literasi Keuangan Syariah

Indikator literasi keuangan syariah menurut (Remund, 2010) dalam (F. Salim et al., 2022) indikator yang terdapat dalam literasi keuangan syariah adalah:

1. Pengetahuan

Pengetahuan dasar mengenai keuangan syariah merupakan aspek penting dalam literasi keuangan, karena membantu individu memahami konsep dan praktik keuangan sesuai prinsip syariah. Pemahaman ini mencakup pengelolaan pendapatan dan pengeluaran, perencanaan keuangan pribadi, serta pengetahuan tentang akad-akad syariah seperti *murabahah*, *mudharabah*, *musyarakah*, dan *ijarah*, termasuk larangan *riba*, *gharar*, dan *maysir*. Dengan literasi keuangan syariah yang baik, individu dapat mengambil keputusan keuangan yang bijak, menghindari praktik yang tidak sesuai syariah, serta meningkatkan kesejahteraan dan keberkahan finansial.

2. Kemampuan

Kemampuan, dapat didefinisikan apabila seseorang memiliki tingkat literasi yang tinggi maka mampu menciptakan keputusan keuangan yang baik, serta mempertimbangkan risiko dan manfaat dalam setiap keputusan finansial. Kemampuan ini menjadi aspek penting karena menentukan kualitas pengambilan keputusan

keuangan yang tidak hanya rasional, tetapi juga sesuai dengan nilai-nilai syariah.

3. Sikap

Sikap, dalam manajemen keuangan pribadi sikap yaitu kemampuan dalam mengetahui sumber uang tunai, membayar kewajiban, pengetahuan tentang membuka rekening pada lembaga keuangan syariah, serta melakukan perencanaan keuangan pribadi untuk masa yang akan datang.

4. Kepercayaan

Indikator kepercayaan menggambarkan kemampuan seseorang untuk meningkatkan kepercayaan diri dalam merencanakan kebutuhan jangka panjang. Namun, tidak semua individu memiliki tingkat kepercayaan diri yang memadai dalam menyusun dan melaksanakan rencana keuangan masa depan.

C. Literasi Keuangan Syariah dalam Perspektif Islam

Dalam agama islam, literasi keuangan merupakan salah satu instrumen yang penting, islam menuntut umatnya agar tidak menghambur-hamburkan hartanya secara berlebih-lebihan. Seorang Muslim perlu memahami cara memperoleh, menggunakan, dan mengembangkan harta secara halal serta menjauhi praktik seperti riba,

gharar, dan maysir. Hal ini sejalan dengan firman Allah SWT dalam Al-Qur'an Surah An-Nisa ayat 5:

وَلَا تُؤْتُوا السُّفَهَاءَ أَمْوَالَكُمُ الَّتِي جَعَلَ اللَّهُ لَكُمْ قِيَمًا وَارْزُقُوهُمْ فِيهَا وَاكْسُوهُمْ وَقُولُوا لَهُمْ

قَوْلًا مَعْرُوفًا

Yang artinya: *“Dan janganlah kamu serahkan kepada orang-orang yang belum sempurna akalnya, harta (mereka yang ada dalam kekuasaanmu) yang dijadikan Allah sebagai pokok kehidupan. Berilah mereka belanja dan pakaian (dari hasil harta itu) dan ucapkanlah kepada mereka kata-kata yang baik”*.

Dalam Tafsir Al-Muyassar ayat tersebut menjelaskan bahwa Allah SWT melarang para wali menyerahkan harta kepada orang-orang yang tidak pandai membelanjakannya (as-sufahā’), seperti anak kecil, orang gila, atau individu yang boros. karena harta merupakan penopang kemaslahatan dan urusan kehidupan manusia. Orang yang belum cakap dalam mengelola keuangan hendaknya tidak diberikan tanggung jawab penuh terhadap hartanya hingga ia mampu mengurus dan menjaganya dengan baik. Para wali diperintahkan untuk memberi nafkah, pakaian, serta berkata dengan lemah lembut kepada mereka, dan memberikan janji yang baik bahwa harta tersebut akan diserahkan setelah mereka dewasa dan cakap mengelola keuangan secara bijaksana. Pesan utama ayat ini sangat relevan dengan konsep literasi

keuangan dalam Islam. Literasi keuangan Islam menekankan pentingnya pengetahuan, keterampilan, dan sikap yang bijak dalam mengelola harta sesuai prinsip syariah. Prinsip ini mencakup kemampuan seseorang dalam memperoleh, membelanjakan, menabung, berinvestasi, dan mendistribusikan kekayaan secara halal dan produktif. Dengan demikian, literasi keuangan dalam perspektif Islam tidak hanya menuntut kemampuan teknis dalam mengatur keuangan, tetapi juga pemahaman spiritual bahwa setiap harta harus dikelola dengan baik, amanah, tanggung jawab, dan sesuai dengan syariat agar tercapai keberkahan dan kemaslahatan hidup.

2.2.3 Persepsi Harga Emas

A. Definisi Persepsi Harga Emas

Harga adalah jumlah uang yang diterima oleh penjual dan hasil penjualan suatu produk barang dan jasa, yaitu penjualan yang terjadi pada perusahaan atau tempat usaha atau bisnis. Menurut Kotler & Amstrong (Kotler et al., 2016) harga merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan untuk sebuah produk atau jasa, atau sejumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat atau kepemilikan atau penggunaan atas sebuah produk atau jasa. Dalam konteks perilaku konsumen, harga tidak hanya dipandang sebagai angka nominal, tetapi juga sebagai persepsi yang terbentuk dalam pikiran

konsumen. Zeithaml (1988) menjelaskan bahwa persepsi harga merupakan penilaian konsumen terhadap nilai suatu produk berdasarkan perbandingan antara manfaat yang diperoleh dan pengorbanan yang dikeluarkan. Dengan demikian, harga yang sama dapat dipersepsikan berbeda oleh setiap individu tergantung pada penilaian subjektif masing-masing (Zeithaml, 1988). Persepsi nasabah terhadap harga emas mencerminkan bagaimana nasabah menilai keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan manfaat dan kualitas produk, serta daya saing harga emas sebagai instrumen investasi. Oleh karena itu, dalam penelitian ini harga emas tidak diukur berdasarkan harga emas secara nominal dalam satuan rupiah, melainkan berdasarkan persepsi nasabah terhadap harga emas.

Penggunaan persepsi sebagai dasar pengukuran didasarkan pada pertimbangan bahwa minat berinvestasi merupakan konstruk psikologis yang dipengaruhi oleh penilaian subjektif individu, bukan semata-mata oleh data harga objektif. Dengan demikian, persepsi harga emas menjadi faktor penting yang dapat memengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk investasi emas.

Persepsi tersebut tidak terbentuk secara terpisah, melainkan dipengaruhi oleh dinamika pergerakan harga emas itu sendiri. Perubahan harga emas, baik di pasar global maupun domestik, dipengaruhi oleh

berbagai faktor ekonomi sehingga menimbulkan pergerakan naik dan turun yang dikenal sebagai fluktuasi harga emas. Dalam konteks Indonesia, fluktuasi harga emas memiliki implikasi langsung terhadap penetapan nilai pembiayaan, karena harga emas digunakan sebagai dasar penilaian jaminan dalam pemberian pinjaman atau pembiayaan. Ketika harga emas mengalami penurunan, nilai pembiayaan yang dapat diberikan kepada masyarakat turut menyesuaikan dengan nilai jaminan tersebut (Salim, 2010). Fenomena ini terjadi karena pergerakan harga emas dunia umumnya diperdagangkan dalam denominasi dolar Amerika Serikat. Ketika harga emas global menurun, nilai tukar dolar terhadap rupiah sering kali mengalami apresiasi, sehingga harga emas dalam rupiah tetap berada pada tingkat yang relatif tinggi. Kondisi tersebut menjelaskan mengapa harga emas di Indonesia cenderung stabil dan menunjukkan tren meningkat meskipun terjadi fluktuasi harga emas di pasar internasional (J. Salim, 2010). Berikut ini beberapa situasi ekonomi yang sering mempengaruhi harga emas:

1. Perubahan Kurs

Melehnya kurs dollar AS biasa nya mendorong kenaikan harga emas dunia. Hal ini disebabkan karena para investor memilih ntuk menjual mata uang dollar milik merak kemudian mereka membeli emas yang dinilai mampu melindungi nilai asset yang mereka miliki.

Contohnya pertengahan Mei 2015 nilai tukar mata uang dollar terhadap nilai tukar mata uang lain terus menurun, sementara harga emas naik terus.

2. Situasi Politik Dunia

Kenaikan harga emas pada tahun 2002 dan awal 2003 terjadi sebagai dampak dari akan dilakukannya serangan ke Irak oleh sekutu yang dikomando AS. Pelaku pasar beralih investasi dari pasar uang dan pasar saham ke investasi emas sehingga permintaan emas melonjak naik.

3. Supply dan permintaan

Salah satu hal yang dapat mempengaruhi Supply dan permintaan (*supply and demand*) dari harga emas adalah kejadian pada pertengahan tahun 1980. Pada tahun itu, penjualan forward oleh pertambangan selalu dipersalahkan atas terjadinya kenaikan harga emas. Dalam kerangka bisnis, sebenarnya perilaku perusahaan tersebut masuk akal. Dengan melakukan forward ketika harga emas menguat mereka dapat mengamankan harga output tambang pada harga yang menarik. Contoh lainnya, kasus pada pertengahan tahun 1998 dimana harga emas terus merosot. Saat itu bank – bank sentral di Eropa menyatakan akan mengurangi cadangan emasnya sesuai

dengan pemberlakuan mata uang euro. Harga emas langsung anjlok di sekitar 290 dollar per *troy ounce*.

4. Situasi Ekonomi Global

Sekitar 80% dari total suplai emas digunakan industry perhiasan. Konsumsi perhiasan merupakan merupakan pengaruh besar pada sisi permintaan. Situasi ekonomi yang tidak menentu dapat mengakibatkan inflasi tinggi. Emas bisa digunakan sebagai alat pelindung nilai terhadap inflasi .

5. Suku bunga

Ketika tingkat suku bunga naik, ada urusan yang besar untuk menyimpan uang pada deposito ketimbang emas yang tidak menghasilkan bunga (*Non interest-bearing*) ini akan menimbulkan tekanan pada harga emas, sebaliknya ketika suku bunga turun harga emas cenderung turun Secara teori, jika suku bunga jangka pendek naik, harga emas turun. Di Indonesia teori ini tidak selalu berjalan. Pada tahun 1998, karena nilai tukar rupiah merosot tajam terhadap mata uang dollar AS, pemerintah menaikkan tingkat suku bunga secara signifikan. Harapannya, menahan laju kenaikan nilai tukar dollar AS. Akibatnya walaupun tingkat suku bunga naik, harga emas juga naik.

B. Indikator Persepsi Harga Emas

Indikator harga emas dalam penelitian ini mengacu pada konsep persepsi harga sebagaimana dikemukakan oleh Gain et al. (2017). Berikut Indikator harga menurut Robert Gain (2017) adalah (Gain et al., 2017):

1. Keterjangkauan harga
2. Menetapkan harga jual suatu produk dengan mempertimbangkan harga agar produk yang dijual oleh pesaing dapat bersaing di pasar
3. Kesuaian harga dan manfaat
4. Kesuaian harga dengan kualitas produk
5. Daya saing harga, perusahaan lebih mementingkan manfaat dari produk tersebut (Gain et al., 2017).

C. Persepsi Harga Emas Dalam Perpektif Islam

Dalam pandangan Islam, fluktuasi harga emas merupakan fenomena ekonomi yang wajar dan termasuk bagian dari sunnatullah (ketetapan Allah SWT) dalam kehidupan manusia. Islam tidak menolak adanya perubahan harga selama hal tersebut terjadi secara alami dan adil, bukan akibat praktik yang dilarang seperti riba (bunga), gharar (ketidakjelasan), maysir (spekulasi/untung-untungan), maupun ihtikar (penimbunan barang untuk menguasai harga). Disebutkan dalam riwayat bahwa di zaman sahabat pernah terjadi kenaikan harga. Mereka pun

mendatangi Nabi shallallahu ‘alaihi wa sallam dan menyampaikan masalahnya. Mereka mengatakan:

" يا رسول الله غلا السعر فسعر لنا "

“Wahai Rasulullah, harga-harga barang banyak yang naik, maka tetapkan keputusan yang mengatur harga barang.”

Mendengar aduan ini, Nabi shallallahu ‘alaihi wa sallam menjawab:

" إن الله هو المسعر القابض الباسط الرازق وإني لأرجو أن ألقى الله وليس أحد منكم يطلبني بمظلمة في دم أو مال "

“Sesungguhnya Allah adalah Dzat yang menetapkan harga, yang menyempitkan dan melapangkan rezeki, Sang Pemberi rezeki. Sementara aku berharap bisa berjumpa dengan Allah dalam keadaan tidak ada seorang pun dari kalian yang menuntutku disebabkan kezalimanku dalam urusan darah maupun harta.” (HR. Ahmad 12591, Abu Daud 3451, Tirmudzi 1314, Ibnu Majah 2200, dan dishahihkan Al-Albani).

Hadis tersebut menegaskan bahwa penetapan harga sejatinya merupakan hak Allah SWT, karena hanya Dia yang mengatur rezeki dan kondisi ekonomi makhluk-Nya. Oleh karena itu, campur tangan manusia dalam menetapkan harga tidak diperbolehkan apabila dapat menimbulkan ketidakadilan atau kezaliman terhadap pihak tertentu.

Namun, dalam konteks pemerintahan modern, ulama kontemporer memberikan ruang bagi negara untuk mengatur harga (*tasy'ir*) apabila diperlukan demi mencegah kemudharatan publik, seperti monopoli atau penimbunan yang menzalimi konsumen. Dengan demikian, harga emas dalam pandangan Islam dipandang sebagai bagian dari dinamika ekonomi yang alami dan dibenarkan, selama berlangsung tanpa manipulasi dan tetap berada dalam koridor keadilan serta nilai-nilai syariah.

2.2.4 Persepsi Pendapatan

A. Definisi Persepsi Pendapatan

Pendapatan adalah salah satu faktor yang memengaruhi keputusan investasi seseorang. Pendapatan menjadi salah satu indikator untuk menilai tingkat kesejahteraan masyarakat. Melalui adanya pendapatan, masyarakat dapat mengalami peningkatan taraf hidup yang pada akhirnya mendorong terjadinya kemajuan ekonomi (Oda & Rohayati, 2023). Pendapatan setiap individu tidak sama karena perbedaan profesi dan sumber penghasilan. Pendapatan yang diperoleh tidak seluruhnya dibelanjakan untuk kebutuhan konsumsi, tetapi sebagian dapat ditabung atau diinvestasikan untuk keperluan di masa mendatang.

Studi yang dilakukan oleh Septiwati dan Erni (2022) menunjukkan bahwa salah satu faktor yang dapat memengaruhi kemampuan seseorang dalam melakukan investasi adalah pendapatan yang dimiliki (Sun & Lestari, 2022). Menurut (Safryani et al., 2020) pendapatan adalah semua pendapatan yang diperoleh dari penjualan, gaji perusahaan, investasi atau sumber lainnya dalam bentuk barang , uang, atau kepuasan psikologis. Tingkat pendapatan yang rendah, menengah, maupun tinggi akan memengaruhi keputusan investasi seseorang. Semakin tinggi pendapatan, semakin besar peluang individu untuk menyisihkan dana untuk kegiatan investasi. (Safryani et al., 2020) (Ningrum & Susanti, 2023).

Namun, dalam konteks perilaku keuangan, keputusan investasi tidak hanya dipengaruhi oleh besarnya pendapatan secara objektif, tetapi juga oleh bagaimana individu memersepsikan kecukupan pendapatannya. Persepsi pendapatan merupakan penilaian subjektif individu terhadap kemampuan finansial yang dimilikinya untuk memenuhi kebutuhan serta menyisihkan dana untuk investasi. Individu yang memersepsikan pendapatannya cukup dan stabil cenderung memiliki keyakinan yang lebih tinggi untuk berinvestasi, karena merasa memiliki kemampuan finansial yang memadai. Sebaliknya, individu yang memersepsikan pendapatannya belum mencukupi akan cenderung

menunda atau menghindari aktivitas investasi. Oleh karena itu, dalam penelitian ini pendapatan tidak diukur berdasarkan jumlah nominal pendapatan, melainkan berdasarkan persepsi nasabah terhadap kecukupan dan kemampuan pendapatannya dalam mendukung aktivitas investasi.

B. Indikator Persepsi Pendapatan

Penelitian Wibowo & Putri (2022) dalam (Ed et al., 2024) merinci dimensi dan indikator pendapatan sebagai berikut :

1. Sumber pendapatan
2. Tingkat pendapatan
3. Stabilitas pendapatan

C. Persepsi Pendapatan Dalam Perspektif Islam

Pendapatan dalam perspektif Islam adalah segala bentuk perolehan harta yang didapatkan melalui cara yang halal, baik, dan bermanfaat, serta sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Islam tidak menilai pendapatan semata dari besarnya jumlah yang diperoleh, tetapi dari sumber dan cara perolehannya. Oleh karena itu, aspek kehalalan dan keberkahan menjadi tolok ukur utama dalam penilaian pendapatan menurut Islam. Allah SWT berfirman dalam QS. Al-Mulk ayat 15:

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذَلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِنْ رِزْقِهِ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ ﴿١٥﴾

Yang artinya: *“Dialah yang menjadikan bumi untuk kamu dalam keadaan mudah dimanfaatkan. Maka, jelajahilah segala penjurunya dan makanlah sebagian dari rezeki-Nya. Dan hanya kepada-Nya kamu (kembali setelah) dibangkitkan.”*

Menurut Tafsir Al-Misbah karya M. Quraish Shihab, ayat ini menegaskan bahwa Allah SWT telah menjadikan bumi mudah untuk dijelajahi dan dimanfaatkan oleh manusia. Bumi diciptakan dengan sifat yang memungkinkan manusia untuk bekerja, bercocok tanam, berdagang, dan melakukan berbagai aktivitas ekonomi demi memperoleh penghidupan. Ungkapan *“famshū fī manākibihā”* (berjalanlah di segala penjurunya) merupakan dorongan untuk berusaha secara aktif dan produktif, bukan bersikap pasif menunggu rezeki datang. Sedangkan frasa *“wakulū min rizqih”* menandakan bahwa hasil dari usaha manusia tetap merupakan rezeki Allah, sebab keberhasilan manusia bergantung pada izin dan ketetapan-Nya. Ayat ini mengandung keseimbangan antara usaha manusia (ikhtiar) dan ketergantungan kepada Allah (tawakal). Pendapatan yang dihasilkan dari usaha halal dan dilakukan dengan niat ibadah akan membawa keberkahan, bukan hanya bagi individu tetapi juga bagi masyarakat. Dengan demikian, Islam memandang aktivitas ekonomi dan pencarian pendapatan sebagai

bagian dari pengabdian kepada Allah SWT serta wujud tanggung jawab sosial dalam memakmurkan bumi.

2.2.5 Kualitas Pelayanan

A. Definisi kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan adalah kemampuan suatu perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada nasabah secara baik, sopan, dan profesional, yang mencakup kemampuan untuk membantu, menyiapkan, mengurus, serta menyelesaikan kebutuhan dan keperluan nasabah, sekaligus menjaga hubungan yang harmonis dan berkelanjutan dengan nasabah. Menurut Kotler (2010) yang di kutip oleh Sucihati et al (Sucihati et al., 2020), pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Kualitas diartikan juga sebagai suatu kondisi dinamis yang berkaitan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Febriana, n.d.-a).

Menurut Nasution (2004) yang dikutip oleh (Mentari et al., 2021) bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu penilaian menyeluruh atas keunggulan dari suatu layanan. Apabila penilaian yang dihasilkan ini merupakan penilaian yang positif, maka kualitas pelayanan akan berdampak pada terjadinya keputusan pembelian. Kualitas layanan

menurut Fakhri (2023) berfungsi untuk merencanakan, merancang, dan melaksanakan suatu produk perusahaan yang dapat memberikan nilai bagi pelanggan dengan baik. Oleh karena itu, kualitas layanan harus mencerminkan keinginan pelanggan, karena ukuran kualitas pelayanan dapat dilihat dari tingkat kepuasan pelanggan (Syariah et al., 2022). Kualitas pelayanan yang baik akan meminimumkan keluhan nasabah terhadap bank. Kepuasan konsumen yang tinggi dapat menciptakan nasabah yang loyal sehingga peluang konsumen untuk pindah ke perusahaan lain semakin kecil (Supriyanto et al., 2023).

Berdasarkan uraian teori diatas, maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas layanan sebagai bentuk penilaian atas rencana, kegiatan, usaha, dan upaya yang dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi keinginan, harapan dan kebutuhan konsumen dan agar tercapai rasa senang dan puas dari konsumen sehingga konsumen dapat menggunakan produk dan layanan perusahaan. Semakin berkualitas pelayanan yang diberikan, maka akan meminimalisir keluhan konsumen terhadap perusahaan sehingga keputusan konsumen untuk memilih perusahaan tersebut semakin besar (Sucihati et al., 2020).

B. Indikator kualitas layanan

Menurut Zeithaml (2000) dalam (Fikri et al., 2016), indikator-indikator yang membentuk kualitas pelayanan dalam penelitian ini adalah:

1. Bukti fisik (*Tangible*), kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan saran dan prasarana fisik perusahaan (bank) dan lingkungan sekitarnya. Bentuk bangunan, tata ruang dan desain interior gedung merupakan bentuk fisik yang dapat meyakinkan nasabah.
2. Daya tanggap (*Responsiveness*), kemampuan perusahaan untuk membantu nasabah dan memberikan jasa dengan cepat dan tepat untuk melayani nasabah dengan baik.
3. Keandalan (*Reliability*), kemampuan perusahaan memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan secara terpercaya.
4. Jaminan (*Assurance*), kemampuan pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya nasabah kepada perusahaan meliputi komunikasi, perilaku sopan santun, kredibilitas, dan keamanan.
5. Empati (*Emphaty*), Sikap perhatian atau peduli yang bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada nasabah berupa memahami keinginan nasabah.

C. Kualitas layanan dalam perspektif islam

Dalam Islam, kualitas pelayanan tidak hanya dinilai dari aspek efisiensi, kecepatan, atau kepuasan pelanggan semata, tetapi juga mencakup dimensi moral dan spiritual. Pelayanan dalam Islam merupakan bagian dari akhlak muamalah yang menuntut profesionalisme, kejujuran, serta tanggung jawab dalam setiap interaksi antara lembaga keuangan dan nasabah. Dalam penelitian (syaeful et al) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan yang baik tercermin dari sikap profesional, sopan santun, empati, dan kejujuran dalam melayani pihak lain, sehingga mampu membangun kepercayaan dan hubungan jangka panjang. Sebagaimana tercermin dalam QS. Ali Imran ayat 159.

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya, “Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawarah-lah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada Nya.”

Ibnu Katsir dalam *Tafsir al-Qur'an al-'Azhim* menjelaskan bahwa ayat ini turun sebagai bimbingan Allah kepada Rasulullah saw. dalam menghadapi para sahabat setelah peristiwa Uhud, di mana terjadi kesalahan kolektif dalam pengambilan keputusan. ayat ini menegaskan pentingnya sikap lemah lembut, pemaaf, dan musyawarah dalam menyelesaikan persoalan, karena pendekatan yang keras justru dapat merusak hubungan dan menghilangkan kepercayaan.

Dalam konteks perbankan syariah, ayat tersebut relevan dalam menggambarkan kualitas layanan, khususnya dalam menghadapi permasalahan, keluhan, maupun proses pengambilan keputusan investasi nasabah. Pelayanan yang diberikan dengan komunikasi yang santun, sikap terbuka, serta kesediaan untuk berdialog dan bermusyawarah mencerminkan kualitas layanan yang sesuai dengan prinsip Islam. Nasabah tidak diposisikan hanya sebagai objek transaksi, tetapi sebagai mitra yang pendapat dan kebutuhannya perlu didengar dan dipertimbangkan. Dengan demikian, QS. Ali Imran ayat 159 beserta tafsirnya memberikan landasan normatif bahwa kualitas layanan dalam Islam tidak hanya berorientasi pada hasil, tetapi juga pada proses komunikasi, penyelesaian masalah, dan pengambilan keputusan yang adil, transparan, dan beretika, yang dapat meningkatkan kepercayaan serta minat nasabah untuk berinvestasi.

2.2.6 Minat berinvestasi cicil emas

A. Minat Investasi

Minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktifitas, tanpa ada yang menyuruh. Usaha untuk mencapai sesuatu sangat diperlukan adanya minat, karena besar kecilnya minat sangat berpengaruh terhadap hasil yang diperoleh. Minat yang terdapat dalam diri seseorang akan menjadi pendorong semangat dalam menjalankan suatu kegiatan untuk mencapai tujuan. Ketertarikan tersebut akan mendorong individu untuk lebih bersungguh-sungguh dalam beraktivitas, memahami tentang subjek tersebut, dan juga mengembangkan ketrampilan dengan tujuan menumbuhkan perhatian dan usaha untuk meraih hasil yang diinginkan. (Ladamay et al., 2021). Tujuan utama dari seseorang melakukan investasi adalah memperoleh keuntungan di masa depan yang berasal dari modal yang ditanam pada saat ini. Pada umumnya investasi banyak jenisnya seperti investasi dalam bentuk uang, saham, properti dan juga banyak peminatnya saat ini investasi dalam bentuk emas (Ira et al., 2023). Menurut Huda investasi dibagi menjadi dua investasi pada *Financial Asset* yang dilakukan di pasar modal, misalnya berupa saham, obligasi, warrant, dan lainnya. Sedangkan investasi pada *Real Asset* dapat dilakukan dengan pembelian

aset produktif, pendirian pabrik, pembukaan, pertambangan, perkebunan dan lainnya (Yuliana, 2010).

B. Faktor – faktor mempengaruhi minat

Minat seseorang terhadap suatu aktivitas atau keputusan tidak muncul secara tiba-tiba, melainkan dipengaruhi oleh berbagai faktor internal dan eksternal. Menurut (Maharani, 2020) faktor-faktor yang mempengaruhi minat antara lain sebagai berikut:

1. Faktor Kebudayaan. Merupakan faktor yang paling dasar dari keinginan dan perilaku seseorang yang berkaitan dengan nilai, norma, dan kebiasaan masyarakat sekitar. Dalam penelitian ini, budaya masyarakat yang memandang emas sebagai instrumen penyimpan nilai yang aman serta budaya religius yang mendorong praktik keuangan syariah berkontribusi terhadap pembentukan minat berinvestasi cicil emas di BSI.
2. Faktor Sosial. Faktor sosial berkaitan dengan pengaruh lingkungan sosial di sekitar, keluarga, dan interaksi sosial antara nasabah dengan pihak bank. Kualitas pelayanan BSI KCP Lumajang S. Parman merepresentasikan faktor sosial karena interaksi pelayanan yang baik dapat membentuk persepsi, kepercayaan, dan ketertarikan nasabah terhadap produk cicil emas. Dukungan dan rekomendasi dari

lingkungan sosial juga berperan dalam meningkatkan minat berinvestasi.

3. Faktor Pribadi. Faktor pribadi meliputi karakteristik individu yang bersifat personal, pekerjaan, kondisi ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian yang memengaruhi kemampuan serta keputusan investasi. Tingkat pendapatan menentukan kemampuan finansial nasabah untuk berinvestasi cicil emas, sementara perbedaan karakteristik pribadi memengaruhi persepsi nasabah terhadap fluktuasi harga emas sebagai risiko atau peluang. Faktor ini menyebabkan perbedaan tingkat minat berinvestasi antar nasabah. Adapun indikator yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini:

1. Minat Transaksional
2. Minat Interest
3. Minat Prioritas
4. Minat Eksplorasi

C. Prinsip-Prinsip Investasi

Dalam kegiatan investasi, keputusan investasi tidak ditentukan oleh faktor bunga, melainkan didasarkan pada ketentuan tingkat harga serta tingkat keberhasilan atau hasil yang diperoleh dari kegiatan investasi tersebut. Menurut (Suharto, 2015) dalam (Fadhilah, 2025)

Investasi memiliki empat prinsip utama yang menjadi landasan dalam pengambilan keputusan investasi, yaitu:

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

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa minat berinvestasi merupakan keinginan yang kuat dan mantap dari seseorang untuk melakukan kegiatan investasi dengan tujuan memperoleh keuntungan di masa depan. Minat ini muncul sebagai hasil dari pertimbangan rasional terhadap manfaat, risiko, serta kesesuaian investasi dengan prinsip-prinsip yang diyakini oleh individu.

Salah satu bentuk investasi syariah yang berkembang di Indonesia adalah produk Cicil Emas. Cicil Emas merupakan produk pembiayaan kepemilikan emas yang menggunakan akad murabahah, yaitu akad jual beli di mana bank bertindak sebagai penjual dengan menyediakan barang sesuai kebutuhan nasabah, kemudian menjualnya kembali kepada nasabah dengan harga perolehan yang ditambahkan margin keuntungan yang telah disepakati bersama. Produk Cicil Emas dikeluarkan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) sejak tanggal 25 Maret 2013 sebagai bentuk komitmen dalam menyediakan alternatif investasi

emas yang sesuai dengan prinsip syariah. Melalui produk ini, masyarakat dapat memiliki emas dengan sistem pembayaran secara angsuran, dengan ketentuan uang muka (down payment) berkisar antara 20% hingga 45% dari nilai emas yang dikehendaki. Jangka waktu pembiayaan Cicil Emas BSI ditetapkan minimal 2 tahun dan maksimal 5 tahun.

D. Investasi dalam Islam

Dalam Islam, investasi merupakan salah satu bentuk kegiatan muamalah yang sangat dianjurkan, karena melalui investasi harta yang dimiliki tidak dibiarkan menganggur, melainkan dikelola secara produktif dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah sehingga dapat memberikan manfaat, baik bagi pemilik harta maupun bagi masyarakat secara luas. Dalam perspektif ekonomi Islam, investasi tidak semata-mata dipandang sebagai upaya untuk memperoleh keuntungan materi, melainkan juga sebagai sarana menjaga keberkahan harta dan mewujudkan keadilan ekonomi (Yuliana, 2010). Hal ini sejalan dengan ajaran Islam yang mendorong umatnya untuk melakukan aktivitas ekonomi yang produktif dengan tetap mengingat Allah, sebagaimana firman Allah SWT dalam QS. Al-Jumu'ah ayat 10:

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya, “*Apabila salat telah dilaksanakan, maka bertebaranlah kamu di bumi, carilah karunia Allah, dan ingatlah Allah sebanyak-banyaknya agar kamu beruntung.*”

Ayat ini memerintahkan umat Islam untuk menyebar di bumi setelah menunaikan salat, termasuk memanfaatkan sumber daya alam melalui perdagangan, investasi (*al-istitsmār*), dan aktivitas ekonomi lain yang bertujuan memenuhi kebutuhan hidup dengan cara yang halal sambil tetap mengingat Allah Swt. Sejalan dengan itu, Ibnu Katsir dalam *Tafsīr al-Qur’ān al-‘Azīm* menjelaskan bahwa perintah “*bertebaran di bumi*” bermakna kebolehan dan anjuran bagi kaum Muslimin untuk bekerja, berdagang, dan mencari rezeki setelah selesai menunaikan salat Jumat. Ibnu Katsir menegaskan bahwa aktivitas mencari karunia Allah tersebut tidak bertentangan dengan ibadah, selama dilakukan secara halal dan tidak melupakan kewajiban untuk berzikir dan mengingat Allah Swt. Dengan demikian, ayat ini menunjukkan bahwa Islam memandang aktivitas ekonomi, termasuk investasi, sebagai bagian dari ikhtiar yang dibenarkan syariat dan dapat bernilai ibadah apabila diniatkan dengan benar dan dijalankan sesuai prinsip-prinsip Islam.

2.3 Pengaruh Antar Variabel

2.3.1 Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Nasabah

Berinvestasi Cicil Emas di BSI KCP Lumajang S Parman

Literasi keuangan syariah merupakan kemampuan individu dalam memahami, mengelola, dan mengambil keputusan keuangan berdasarkan prinsip-prinsip syariah, seperti larangan riba, gharar, dan maysir. Kompetensi ini mencakup pengetahuan terhadap produk-produk keuangan syariah, sikap dalam pengelolaan keuangan yang sesuai syariat (Hidayanti et al., 2025). Literasi keuangan syariah diharapkan tidak hanya untuk meningkatkan pengetahuan publik, akan tetapi juga dapat mengubah perilaku masyarakat dalam mengelola keuangan dengan lebih baik, serta mampu dan cerdas dalam memilih investasi halal yang sesuai dengan prinsip syariah dan menguntungkan yang dapat mencegah terjadi investasi bodong (F. Salim et al., 2022).

Penelitian (Pana & Ambarwati, 2023), (Ed et al., 2024) dan (Safryani et al., 2020) menyatakan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap minat investasi nasabah. Sedangkan penelitian (Uswah et al., 2024) dan (Sun & Lestari, 2022) menyatakan bahwa literasi keuangan syariah tidak berpengaruh signifikan dan negatif terhadap minat investasi. Oleh karena itu diajukan perumusan hipotesis sebagai berikut:

H1: Literasi Keuangan Syariah Berpengaruh Positif Signifikan Terhadap Minat Berinvestasi Cicil Emas di BSI KCP Lumajang S parman

2.3.2 Pengaruh Persepsi Harga Emas Terhadap Minat Nasabah Berinvestasi Cicil Emas di BSI Kcp Lumajang S Parman

Harga merupakan nilai suatu barang atau jasa yang diukur menggunakan jumlah uang, dikeluarkan dari pembeli untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dan barang atau jasa berikut pelayanannya (Meidy et al., 2024). Dalam konteks perilaku konsumen, keputusan investasi tidak hanya dipengaruhi oleh harga secara objektif, tetapi juga oleh bagaimana individu memersepsikan harga tersebut (Siagian, 2025). Persepsi harga emas mencerminkan penilaian nasabah terhadap keterjangkauan, kewajiban, serta potensi keuntungan dari investasi emas. Ketika harga emas dipersepsikan wajar, stabil, atau berpotensi meningkat, nasabah cenderung memiliki minat yang lebih tinggi untuk berinvestasi karena menganggap emas sebagai instrumen yang aman (*safe haven*) dan menguntungkan. Sebaliknya, apabila harga emas dipersepsikan terlalu mahal atau berisiko, maka minat berinvestasi dapat menurun karena nasabah merasa kurang yakin terhadap potensi keuntungan yang akan diperoleh (Anggraini, 2023). Dengan demikian, persepsi terhadap pergerakan harga emas menjadi faktor psikologis yang dapat memengaruhi minat nasabah dalam berinvestasi cicil emas.

Penelitian (Haerisma et al., 2021), (Sunani et al., 2025) dan (Uswah et al., 2024) menyatakan bahwa harga emas berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat nasabah berinvestasi emas. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa perubahan harga emas yang dipersepsikan sebagai peluang keuntungan dapat meningkatkan minat nasabah untuk berinvestasi, termasuk melalui skema cicil emas. Sedangkan penelitian (Sodik, 2017) dan (Ed et al., 2024) menyatakan bahwa harga emas tidak berpengaruh terhadap minat investasi. Oleh karena itu diajukan perumusan hipotesis sebagai berikut:

H2: Persepsi Harga Emas Berpengaruh Positif Signifikan Terhadap Minat Berinvestasi Cicil Emas di Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang S parman

2.3.3 Pengaruh Persepsi Pendapatan Terhadap Minat Nasabah Berinvestasi Cicil Emas di BSI Kcp Lumajang S Parman

Pendapatan merupakan salah satu faktor ekonomi utama yang menentukan kemampuan seseorang dalam melakukan aktivitas investasi. Semakin tinggi tingkat pendapatan, semakin besar pula kemampuan individu untuk menyisihkan sebagian penghasilannya untuk kegiatan investasi, termasuk pada produk Cicil Emas. Tingkat pendapatan memengaruhi keputusan seseorang dalam memenuhi kebutuhan dasar terlebih dahulu sebelum mengalokasikan dana untuk kebutuhan sekunder maupun investasi (Safryani et al., 2020).

Penelitian (Sunani et al., 2025), (Sun & Lestari, 2022) dan (Oda & Rohayati, 2023) menyatakan bahwa pendapatan berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat investasi. Meskipun pendapatan yang tinggi umumnya dikaitkan dengan minat investasi yang lebih besar, beberapa penelitian menunjukkan bahwa individu dengan pendapatan lebih rendah juga dapat tertarik berinvestasi emas karena faktor fleksibilitas dan keamanan asetnya (Wang, 2021). Oleh karena itu, diajukan rumusan hipotesis sebagai berikut:

H3: Persepsi Pendapatan Berpengaruh Positif Signifikan Terhadap Minat Berinvestasi Cicil Emas di Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang S parman

2.3.4 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Berinvestasi Cicil Emas di BSI Kcp Lumajang S Parman

Kualitas pelayanan mengacu pada bagaimana perusahaan memberikan pelayanan yang memuaskan kepada nasabah, yaitu melalui perilaku sopan, bantuan dalam menyiapkan dan mengurus keperluan nasabah, penyelesaian kebutuhan, serta pemeliharaan hubungan baik secara berkelanjutan. Kualitas layanan yang unggul dapat dicapai melalui peningkatan secara terus-menerus dan penerapan standar kerja yang konsisten pada karyawan. Persepsi nasabah atas kualitas layanan yang mereka terima akan mencerminkan evaluasi mereka terhadap pengalaman tersebut (Ningsih et al., 2019).

Penelitian (Fadhilah, 2025), (Faizah & Sa'diyah, 2022), dan (Ningsih et al., 2019) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi. Hidayati et al. (2024) menambahkan bahwa layanan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah seperti kejujuran, keterbukaan, dan bebas riba, memberikan kenyamanan dan rasa aman bagi nasabah. Sedangkan penelitian (Uswah et al., 2024) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat nasabah. Oleh karena itu, diajukan rumusan hipotesis sebagai berikut:

H4: Kualitas Pelayanan Berpengaruh Positif Signifikan Terhadap Minat Berinvestasi Cicil Emas di Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang S parman

2.3.5 Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Persepsi Harga Emas, Persepsi Pendapatan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berinvestasi Cicil Emas di BSI KCP Lumajang S. Parman

Minat berinvestasi cicil emas pada perbankan syariah merupakan bentuk niat perilaku yang terbentuk melalui pertimbangan rasional terhadap manfaat, risiko, dan kemampuan individu dalam berinvestasi. Dalam kerangka *Theory of Planned Behavior* (TPB), minat berperilaku dipahami sebagai hasil dari sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku yang secara bersama-sama memengaruhi keputusan ekonomi

individu. Literasi keuangan syariah berperan dalam membentuk sikap nasabah terhadap investasi cicil emas. Pemahaman yang baik mengenai prinsip syariah, mekanisme akad, serta risiko dan manfaat produk mendorong nasabah untuk menilai investasi secara objektif dan rasional. Sikap positif yang terbentuk dari literasi keuangan yang memadai menjadi faktor pendorong meningkatnya minat nasabah untuk berinvestasi. Harga emas memengaruhi minat berinvestasi melalui persepsi nasabah terhadap prospek nilai emas sebagai instrumen investasi jangka panjang. Ketika fluktuasi dipahami sebagai karakteristik pasar dan emas dipandang sebagai aset lindung nilai, sikap nasabah terhadap investasi menjadi lebih positif, sehingga memperkuat minat untuk memilih skema cicil emas. Persepsi pendapatan mencerminkan kemampuan finansial nasabah dalam mengalokasikan dana dan memenuhi kewajiban cicilan. Dalam perspektif TPB, pendapatan berkaitan dengan *perceived behavioral control*, yaitu keyakinan individu atas kemampuannya dalam melakukan investasi. Tingkat pendapatan yang memadai meningkatkan rasa kontrol dan mengurangi hambatan finansial, sehingga memperkuat minat berinvestasi cicil emas.

Kualitas pelayanan berperan dalam membentuk pengalaman dan kepercayaan nasabah terhadap produk cicil emas. Pelayanan yang profesional dan informatif menciptakan sikap serta norma subjektif yang mendukung keputusan investasi. Secara simultan, literasi keuangan syariah, fluktuasi

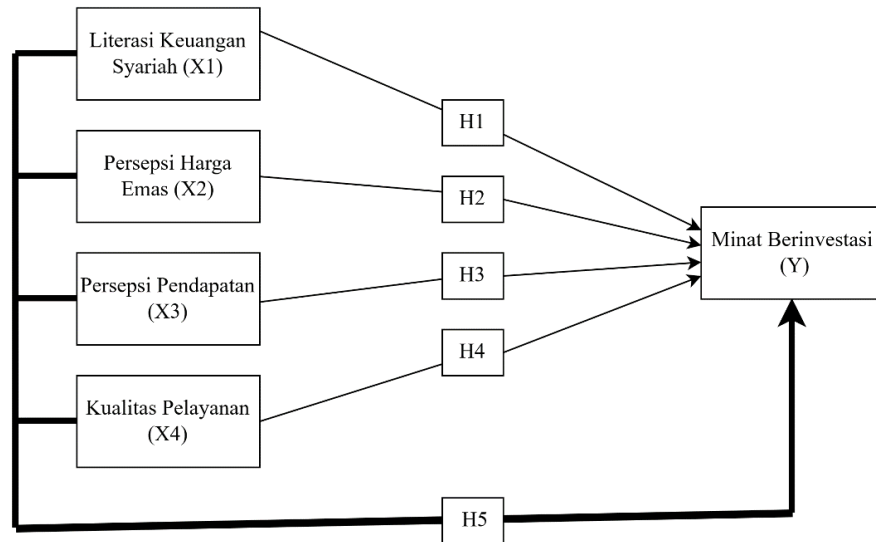
harga emas, pendapatan, dan kualitas pelayanan saling melengkapi dalam membentuk sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku, sehingga secara bersama-sama memengaruhi minat nasabah untuk berinvestasi cicil emas di BSI KCP Lumajang S. Parman. Oleh karena itu, diajukan rumusan hipotesis sebagai berikut:

H5: Literasi keuangan syariah, persepsi harga emas, persepsi pendapatan dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap minat berinvestasi cicil emas

2.4 Kerangka Konseptual

Dalam upaya memahami serta menelaah permasalahan yang diteliti, penyusunan kerangka konseptual menjadi hal yang penting. Kerangka tersebut berfungsi sebagai dasar dalam menganalisis permasalahan sekaligus membantu memverifikasi keabsahan penelitian. Adapun ilustrasi kerangka konseptual yang digunakan dapat dilihat sebagai berikut:

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual



Sumber : diolah oleh peneliti 2026

Dengan demikian, kerangka konseptual tersebut menggambarkan hubungan antara literasi keuangan syariah, persepsi harga emas, persepsi pendapatan, dan kualitas pelayanan sebagai variabel independen yang diduga memengaruhi minat nasabah dalam berinvestasi cicil emas sebagai variabel dependen. Kerangka ini disusun berdasarkan landasan teori dan hasil penelitian terdahulu yang relevan, sehingga dapat dijadikan sebagai dasar dalam perumusan hipotesis serta analisis hubungan antarvariabel dalam penelitian ini. Oleh karena itu, kerangka konseptual tersebut diharapkan mampu memberikan gambaran yang jelas mengenai arah penelitian serta hubungan logis antarvariabel yang diteliti.

2.5 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang menghubungkan antara variabel-variabel yang telah ditetapkan, dan kebenarannya masih perlu dibuktikan melalui pengumpulan dan analisis data. Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, serta kerangka konseptual yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

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

Literasi keuangan merupakan tingkat pengetahuan, pemahaman, dan kemampuan individu dalam mengelola keuangan serta mengambil keputusan keuangan secara tepat (Thaha, 2022). Literasi keuangan syariah merupakan kemampuan individu dalam memahami, mengelola, dan mengambil keputusan keuangan berdasarkan prinsip-prinsip syariah, seperti larangan riba, gharar, dan maysir (Hidayanti et al., 2025). Literasi keuangan syariah mencerminkan sejauh mana seseorang mampu memahami produk keuangan, termasuk investasi, risiko, serta mekanisme yang menyertainya. Dalam konteks penelitian ini, literasi keuangan syariah mengacu pada pemahaman nasabah BSI KCP Lumajang S. Parman terhadap investasi emas, skema produk cicil emas, serta prinsip-prinsip perbankan syariah yang diterapkan dalam produk tersebut. Berdasarkan *Theory of Planned Behavior* (TPB), sikap

individu terhadap suatu perilaku merupakan salah satu faktor utama yang memengaruhi minat berperilaku (*behavioral intention*). Tingkat literasi keuangan syariah yang baik akan membentuk sikap positif nasabah terhadap investasi cicil emas, karena nasabah mampu menilai manfaat dan risiko investasi secara rasional sesuai dengan prinsip Islam. Hal ini menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah dapat menjadi faktor pendorong utama yang memengaruhi minat nasabah untuk berinvestasi.

Dengan demikian, hipotesis ini mengemukakan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan syariah yang dimiliki nasabah, semakin besar pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi cicil emas pada nasabah BSI KCP Lumajang S. Parman.

H2: Persepsi Harga Emas berpengaruh positif signifikan terhadap minat berinvestasi cicil emas

Persepsi harga emas merupakan penilaian subjektif nasabah terhadap tingkat harga emas yang berlaku di pasar serta kecenderungan pergerakannya dalam jangka waktu tertentu. Persepsi ini terbentuk dari informasi yang diterima nasabah mengenai kondisi ekonomi, inflasi, nilai tukar, maupun dinamika pasar global yang memengaruhi harga emas (Nurazizah et al., 2025). Oleh karena itu, keputusan investasi tidak hanya dipengaruhi oleh perubahan harga emas secara objektif, tetapi juga oleh bagaimana nasabah

menafsirkan dan memersepsikan harga tersebut sebagai peluang atau risiko investasi. Berdasarkan *Theory of Planned Behavior* (TPB), di mana informasi mengenai harga emas diolah menjadi persepsi yang membentuk sikap (*attitude*) nasabah. Pemahaman yang rasional terhadap karakteristik emas sebagai instrumen investasi yang stabil dan alat lindung nilai (*hedging*) akan meningkatkan keyakinan nasabah dalam pengambilan keputusan dan mengubah pandangan terhadap volatilitas menjadi sebuah keyakinan bahwa nilai emas akan terus meningkat dalam jangka panjang. Hal ini menunjukkan bahwa semakin positif persepsi terhadap kondisi ekonomi dan harga emas, semakin kuat pula minat nasabah untuk berkomitmen pada produk cicil emas sebagai investasi jangka panjang.

Dengan demikian, daya tarik produk Cicil Emas di BSI KCP Lumajang S. Parman persepsi harga emas menjadi faktor penting yang memengaruhi minat nasabah. Mekanisme cicilan tetap memungkinkan nasabah melakukan mitigasi risiko fluktuasi melalui metode *dollar cost averaging* (pembelian bertahap). Dengan cicilan yang terencana, dampak fluktuasi jangka pendek dapat diminimalkan, sehingga nasabah tetap merasa aman dan konsisten berinvestasi. Oleh karena itu, semakin dinamis persepsi harga emas yang diiringi dengan pemahaman mitigasi risiko yang baik, maka akan semakin tinggi minat nasabah untuk segera memiliki aset melalui skema cicil emas.

H3: Persepsi Pendapatan berpengaruh positif signifikan terhadap minat berinvestasi cicil emas

Pendapatan merupakan tingkat kemampuan ekonomi yang mencerminkan besarnya penerimaan yang diperoleh individu dalam periode tertentu dan digunakan untuk memenuhi kebutuhan serta perencanaan keuangan (Sari & Yanti, 2023). Dalam konteks penelitian ini, pendapatan dipahami sebagai kemampuan finansial nasabah BSI KCP Lumajang S. Parman dalam mengalokasikan sebagian dananya untuk kegiatan investasi, khususnya melalui produk cicil emas. Berdasarkan *Theory of Planned Behavior* (TPB), minat berperilaku dipengaruhi oleh persepsi individu terhadap kemampuannya dalam melakukan suatu tindakan (*perceived behavioral control*). Tingkat pendapatan yang memadai memberikan keyakinan kepada nasabah bahwa mereka memiliki kemampuan finansial untuk memenuhi kewajiban cicilan emas secara berkelanjutan. Ketika nasabah merasa memiliki kontrol finansial yang baik, minat mereka untuk mengambil produk investasi akan meningkat karena hambatan biaya dianggap dapat teratasi. Persepsi tersebut mendorong munculnya minat untuk berinvestasi karena nasabah merasa mampu mengelola risiko dan komitmen pembayaran.

Hal ini diperkuat dengan skema cicil emas yang menawarkan angsuran tetap dan terjangkau, sehingga nasabah merasa pendapatan yang mereka miliki saat ini cukup untuk mengcover biaya investasi tanpa mengganggu

kebutuhan pokok. Dengan demikian, semakin stabil dan memadai pendapatan yang dipersepsikan oleh nasabah, maka semakin tinggi pula minat berinvestasi cicil emas pada nasabah BSI KCP Lumajang S. Parman.

H4: Kualitas Pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap minat berinvestasi cicil emas

Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan layanan yang dirasakan nasabah dalam memenuhi kebutuhan dan harapannya, yang tercermin melalui aspek keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik (Efendi, 2019). Dalam penelitian ini, kualitas pelayanan dipahami sebagai persepsi nasabah terhadap pelayanan yang diberikan oleh BSI KCP Lumajang S. Parman dalam produk cicil emas, baik dari sisi profesionalitas petugas, kejelasan informasi, maupun kenyamanan proses pelayanan. Dalam kerangka *Theory of Planned Behavior* (TPB), kualitas pelayanan berperan dalam membentuk sikap dan norma subjektif nasabah terhadap suatu produk keuangan. Pelayanan yang baik menciptakan pengalaman positif dan meningkatkan kepercayaan, sehingga membentuk sikap yang mendukung terhadap investasi cicil emas. Selain itu, interaksi pelayanan yang profesional juga dapat memengaruhi persepsi sosial dan rekomendasi dari lingkungan sekitar. Dengan demikian, semakin baik kualitas pelayanan yang dirasakan nasabah, semakin besar pula minat mereka untuk berinvestasi cicil emas pada BSI KCP Lumajang S. Parman.

H5: Literasi keuangan syariah, persepsi harga emas, persepsi pendapatan dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap minat berinvestasi cicil emas

Minat nasabah untuk berinvestasi cicil emas tidak terbentuk hanya oleh satu faktor, melainkan merupakan hasil interaksi berbagai faktor yang saling berkaitan. Dalam kerangka *Theory of Planned Behavior* (TPB), minat berperilaku dipengaruhi secara simultan oleh sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Literasi keuangan syariah berperan dalam membentuk sikap rasional nasabah terhadap investasi, harga emas memengaruhi persepsi dan keyakinan terhadap prospek investasi, persepsi pendapatan mencerminkan kemampuan dan kontrol finansial nasabah, sedangkan kualitas pelayanan membentuk pengalaman, kepercayaan, serta pengaruh sosial yang mendukung keputusan investasi. Ketika keempat faktor tersebut hadir secara bersamaan, nasabah tidak hanya memahami produk cicil emas secara konseptual, tetapi juga memiliki keyakinan terhadap stabilitas investasi, kemampuan finansial untuk memenuhi kewajiban, serta kepercayaan terhadap lembaga penyedia layanan. Kombinasi kondisi tersebut memperkuat niat nasabah untuk berinvestasi karena hambatan psikologis, finansial, dan informasi dapat diminimalkan secara simultan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan syariah, persepsi harga emas, persepsi pendapatan, dan kualitas pelayanan secara

bersama-sama berperan penting dalam membentuk minat nasabah untuk berinvestasi cicil emas. Oleh karena itu, hipotesis ini menyatakan bahwa keempat variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap minat berinvestasi cicil emas pada nasabah BSI KCP Lumajang S. Parman.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih yang berfungsi untuk menjelaskan dan mengontrol suatu gejala secara sistematis dan terukur (Sugiyono, 2019). Metode pendekatan penelitian yang digunakan adalah penelitian analisis deksriptif, yaitu metode penelitian kuantitatif dengan pengumpulan informasi yang dapat diukur sehingga memungkinkan dilakukan analisis statistik terhadap sampel maupun populasi penelitian.

3.2 Lokasi Penelitian

Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Lumajang S. Parman dipilih sebagai lokasi penelitian karena merupakan salah satu kantor cabang pembantu yang beroperasi di wilayah dengan karakteristik ekonomi masyarakat yang heterogen serta memiliki potensi pengembangan produk investasi syariah yang cukup besar. Kondisi tersebut menjadikan BSI KCP Lumajang S. Parman sebagai titik layanan utama dengan serta intensitas interaksi nasabah yang relatif tinggi, sehingga fenomena investasi emas syariah pada masyarakat dengan latar belakang sosial dan ekonomi yang beragam dapat diamati secara lebih variatif, nyata dan representatif pada tingkat operasional perbankan.

Sebagai bank syariah terbesar di Indonesia, BSI memiliki peran strategis dalam melakukan edukasi dan sosialisasi produk keuangan syariah kepada masyarakat. Namun, berdasarkan pengamatan awal di BSI KCP Lumajang S. Parman, tingkat pemahaman nasabah terhadap konsep keuangan syariah, mekanisme akad, serta risiko dan manfaat produk Cicil Emas menunjukkan variasi yang cukup signifikan. Kondisi ini mencerminkan adanya dinamika dalam proses pengambilan keputusan investasi nasabah yang relevan dan menarik untuk dikaji lebih lanjut dalam konteks perbankan syariah di daerah.

Selain itu, berdasarkan penelusuran literatur yang dilakukan peneliti, kajian akademik yang secara khusus membahas fenomena investasi emas syariah pada tingkat kantor cabang pembantu di Kabupaten Lumajang masih relatif terbatas. Hal ini memberikan ruang bagi penelitian untuk menghadirkan kontribusi ilmiah yang lebih kontekstual dan aplikatif. Dari aspek metodologis, pemilihan BSI KCP Lumajang S. Parman juga didukung oleh ketersediaan data, kemudahan akses bagi peneliti, serta kesiapan pihak kantor dalam mendukung proses pengumpulan data, sehingga memungkinkan penelitian dilaksanakan secara efektif dan menghasilkan data yang valid, reliabel, serta sesuai dengan tujuan penelitian.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek atau subjek penelitian yang memiliki karakteristik tertentu yang menjadi fokus penelitian (Amin et al., 2023). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pembantu (KCP) Lumajang S. Parman yang memiliki atau mengetahui atau pernah melakukan transaksi atau berpotensi menggunakan layanan terkait investasi emas. Populasi ini dipilih karena nasabah tersebut secara langsung menjadi subjek yang relevan untuk mengukur variabel terikat dan variabel bebas.

3.3.2 Sampel

Sampel diartikan sebagai bagian dari populasi yang menjadi sumber data yang sebenarnya dalam sebuah penelitian (Sugiyono, 2023). Dengan kata lain, sampel adalah sebagian dari populasi yang diambil untuk mewakili seluruh populasi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah Nonprobability Sampling dengan metode Purposive Sampling. Purposive sampling merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu yang ditetapkan peneliti. Teknik ini digunakan untuk memilih responden yang dinilai paling mampu memberikan informasi yang relevan dan dapat menjawab pertanyaan penelitian sesuai dengan tujuan penelitian (Fadhilah, 2025). Adapun kriteria sampel yang digunakan adalah:

1. Nasabah aktif BSI KCP Lumajang S Parman
2. Pernah atau sedang menggunakan produk investasi cicil emas atau telah menerima informasi atau penawaran produk tersebut.
3. Berusia minimal 17 tahun, agar responden memiliki pemahaman yang memadai sehingga mampu memberikan jawaban yang relevan dengan tujuan penelitian.

Dikarenakan jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui atau tidak terbatas maka peneliti menggunakan rumus dari Hair. Menurut (Hair et al., 2010) jumlah sampel yang representatif adalah tergantung pada jumlah indikator dikali 5 sampai 10. . Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah :

$$\text{Sampel} = \text{jumlah indikator} \times 5 = 40 \times 5 = 200$$

Sehingga jumlah sampel sebesar 200 responden, yaitu nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang Pembantu (KCP) Lumajang S. Parman yang sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti.

3.4 Jenis dan Sumber Data

Kualitas dan validitas hasil suatu penelitian sangat ditentukan oleh sumber data yang digunakan. Oleh karena itu, penentuan sumber data menjadi bahan pertimbangan utama dalam menetapkan metode pengumpulan data. Secara umum, sumber data dalam pelaksanaan penelitian dibagi menjadi dua kategori utama, yaitu Data Primer dan Data Sekunder.

3.4.1 Data Primer

Data primer yaitu data yang dikumpulkan langsung dari sumber aslinya. untuk mengukur variabel-variabel penelitian (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini, data primer diperoleh dari nasabah BSI KCP Lumajang S. Parman yang mengisi kuesioner terkait variabel literasi keuangan, fluktuasi harga emas, pendapatan, kualitas pelayanan, dan minat berinvestasi emas. Data ini dianggap paling aktual karena berasal dari pengalaman dan persepsi langsung responden.

3.4.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data atau informasi yang diperoleh secara tidak langsung yang bersifat publik, seperti dokumen, laporan, publikasi ilmiah, jurnal, buku, serta informasi yang diterbitkan oleh BSI maupun lembaga terkait. Data sekunder digunakan sebagai pelengkap untuk mendukung analisis penelitian, memperkuat landasan teori, dan memberikan gambaran umum mengenai investasi emas serta memungkinkan adanya perbandingan dengan hasil penelitian sebelumnya.

3.5 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan secara sistematis dengan menggunakan dua metode utama, yaitu Kuesioner (Angket) dan observasi.

3.5.1 Kuesioner

Kusioner atau Angket merupakan metode pengumpulan data yang diberikan kepada responden untuk dijawab sesuai dengan kondisi atau persepsi mereka (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini, kuesioner digunakan sebagai alat utama pengumpulan data primer dan dirancang secara terstruktur yang berisi serangkaian pertanyaan yang mengukur variable penelitian dengan menggunakan Skala Likert lima poin (1 hingga 5). Kemudian menyebarkan kusioner melalui *Google Form* kepada seluruh nasabah BSI KCP Lumajang S Parman.

3.5.2 Observasi

Menurut (Sugiyono, 2017) observasi merupakan suatu cara pengumpulan data dengan melakukan pengamatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian. metode observasi dilakukan untuk memperoleh data pendukung mengenai kondisi nyata pelayanan dan aktivitas operasional yang terkait dengan layanan investasi emas di BSI KCP Lumajang S. Parman serta mewawancarai beberapa pihak seperti pegawai atau petugas untuk memperoleh informasi tambahan yang relevan. Dengan demikian, observasi berfungsi sebagai data pendukung untuk memperkuat temuan dari hasil kuesioner yang bersifat kuantitatif.

3.6 Skala Pengukuran Instrumen

Skala pengukuran adalah alat yang digunakan untuk mengubah data kualitatif menjadi data kuantitatif agar dapat dianalisis secara statistik sehingga hasil penelitian dapat diinterpretasikan secara lebih terukur dan sistematis.

Skala pengukuran instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert. Menurut (Sugiyono, 2017), skala Likert digunakan untuk mengukur sikap seseorang terhadap fenomena tertentu dengan menilai sejauh mana seseorang setuju atau tidak setuju terhadap pernyataan yang diajukan. Pada skala Likert, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator-indikator variabel. Indikator tersebut dijadikan sebagai dasar untuk menyusun instrumen yang dapat berupa pertanyaan maupun pernyataan. Terdapat lima pilihan jawaban yang disediakan dalam kuesioner yang akan dibagikan kepada responden. Adapun lima pilihan jawaban tersebut adalah:

Tabel 3. 1 Skala Pengukuran

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

Sumber : diolah peneliti (2026)

3.7 Definisi Operasional Variabel

Penelitian ini menggunakan variabel dependen yaitu minat berinvestasi cicil emas, sedangkan variabel independent adalah literasi keuangan, fluktuasi harga emas, pendapatan dan kualitas pelayanan.

3.7.1 Variabel Independen (X)

X1 : Literasi Keuangan Syariah

Literasi keuangan syariah didefinisikan sebagai tingkat pengetahuan, pemahaman, dan kemampuan individu dalam mengelola keuangan serta mengambil keputusan keuangan secara tepat, termasuk dalam memahami risiko dan manfaat produk investasi yang sesuai dengan prinsip syariah. Literasi keuangan menunjukkan kemampuan seseorang dalam memahami konsep dasar keuangan dan menerapkannya dalam pengambilan keputusan ekonomi (Oda & Rohayati, 2023). Dalam penelitian ini, literasi keuangan syariah diartikan sebagai tingkat pemahaman nasabah terhadap konsep investasi emas, mekanisme produk cicil emas, serta prinsip-prinsip perbankan syariah yang diterapkan pada produk cicil emas di Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang S. Parman.

X2 : Persepsi Harga Emas

Persepsi harga emas merupakan penilaian subjektif nasabah terhadap kondisi dan pergerakan harga emas yang terjadi di pasar. Perubahan harga

emas yang terjadi dari waktu ke waktu akibat pengaruh kondisi ekonomi global, inflasi, nilai tukar, serta dinamika permintaan dan penawaran pasar. Pergerakan harga tersebut kemudian diinterpretasikan oleh nasabah sebagai sinyal risiko maupun peluang keuntungan dalam berinvestasi. Dalam konteks perilaku keuangan, keputusan investasi tidak hanya dipengaruhi oleh harga emas secara objektif, tetapi juga oleh bagaimana nasabah memersepsikan harga tersebut. Persepsi harga emas mencerminkan pandangan nasabah mengenai kewajaran harga, potensi kenaikan nilai, serta tingkat risiko yang mungkin dihadapi (Indrawan, 2023). Oleh karena itu, dalam penelitian ini persepsi harga emas diartikan sebagai penilaian nasabah terhadap kondisi dan pergerakan harga emas, baik kenaikan maupun penurunan, yang memengaruhi minat nasabah untuk berinvestasi melalui produk cicil emas di Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang S. Parman.

X3 : Persepsi Pendapatan

Pendapatan didefinisikan sebagai jumlah penghasilan yang diterima individu dalam periode tertentu yang bersumber dari gaji, usaha, maupun sumber lain yang sah (Sunani et al., 2025). Persepsi pendapatan merupakan penilaian subjektif nasabah terhadap kemampuan finansial yang dimilikinya untuk memenuhi kebutuhan serta menyisihkan dana untuk investasi. Individu yang memersepsikan pendapatannya cukup dan stabil cenderung memiliki keyakinan yang lebih tinggi untuk berinvestasi, karena merasa memiliki

kemampuan finansial yang memadai. Oleh karena itu, dalam penelitian ini persepsi pendapatan diartikan sebagai penilaian nasabah terhadap kecukupan, kestabilan, dan kemampuan pendapatannya dalam memenuhi kewajiban pembayaran serta melakukan investasi cicil emas di Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang S. Parman.

X4 : Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai tingkat kemampuan suatu perusahaan dalam memberikan layanan yang sesuai dengan harapan dan kebutuhan pelanggan secara konsisten. Kualitas pelayanan mencakup keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, serta bukti fisik pelayanan yang dirasakan oleh nasabah (Handayani, 2023). Dalam penelitian ini, kualitas pelayanan diartikan sebagai persepsi nasabah terhadap pelayanan yang diberikan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang S. Parman dalam produk cicil emas, baik dari aspek profesionalisme pegawai, kejelasan informasi, kecepatan layanan, maupun kenyamanan pelayanan.

3.7.2 Variabel Dependen

Y : Minat Berinvestasi Cicil Emas

Minat berinvestasi didefinisikan sebagai kecenderungan atau keinginan individu untuk melakukan kegiatan investasi yang tercermin dari ketertarikan, perhatian, serta niat untuk merealisasikan investasi tersebut.

Minat merupakan tahap awal sebelum seseorang mengambil keputusan investasi secara nyata (Gandu et al., 2024). Dalam penelitian ini, minat berinvestasi cicil emas diartikan sebagai keinginan dan ketertarikan nasabah untuk melakukan, melanjutkan, serta merekomendasikan investasi cicil emas di Bank Syariah Indonesia KCP Lumajang S. Parman.

Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Item	Skala
1.	Minat berinvestasi	Minat investasi merupakan suatu hasrat atau keinginan yang sangat kuat pada individu untuk mempelajari dan mencari tahu hal-hal	Minat transaksional Y.1	1.Saya merasa tertarik dengan produk ini. 2.Saya merasa produk ini sesuai dengan kebutuhan saya	Skala Likert 1 – 5 (Mardiya et al., 2025)

		yang berkaitan dengan investasi, hal ini juga berarti bahwa seorang yang memiliki minat berinvestasi maka kemungkinan besar dia akan melakukan tindakan-tindakan yang dapat mencapai keinginannya untuk berinvestasi (Agustin et al., 2023)	Minat Interest Y.2	1.Saya merasa bangga ketika orang lain membeli produk berdasarkan rekomendasi dari saya. 2.Saya cenderung berbicara positif tentang produk ini kepada orang lain.
			Minat prioritas Y.3	1.Saya akan terus menggunakan produk ini di masa mendatang. 2.Jika saya menemukan kesalahan dalam preferensi produk ini, saya akan menggantinya dengan produk lain

			Minat Eksplorasi. Y.4	1.Saya selalu mencari informasi tambahan tentang produk yang saya minati. 2.Saya mengikuti perkembangan terbaru tentang produk yang saya sukai melalui media sosial atau situs web.	
2.	Literasi Keuangan Syariah	Literasi keuangan syariah adalah kemampuan seseorang dalam memahami, mengelola, serta	Pengetahuan dasar X1.1	1.Mengetahui tentang keuangan syariah. 2.Mengetahui produk dan layanan keuangan syariah.	Skala Likert 1 – 5 (Remund, 2010)

		mengambil keputusan yang tepat sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, terkait keuangan, termasuk pengetahuan tentang perencanaan keuangan, pengelolaan pendapatan, penggunaan produk keuangan, dan pemahaman terhadap risiko finansial (Mardiya et al., 2025)	Kemampuan X1.2	Mampu mengelola keuangan dengan baik dan benar sesuai dengan akad-akad syariah.	
			Sikap X1.3	Mengambil Keputusan menggunakan jasa perbankan syariah sesuai dengan syariat islam.	
			Kepercayaan X1.4	Kepercayaan dalam menggunakan jasa perbankan syariah.	
3.	Persepsi Harga Emas	Persepsi harga merupakan penilaian konsumen terhadap nilai suatu produk berdasarkan perbandingan antara manfaat yang diperoleh dan pengorbanan	Keterjangkauan Harga X2.1	1. Harga emas masih terjangkau bagi saya meskipun mengalami perubahan harga. 2. Perubahan harga emas tidak menghalangi	Skala Likert 1 – 5 (Gain et al., 2017)

		yang dikeluarkan (Zeithaml, 1988)		saya untuk berinvestasi emas.	
			Penetapan Harga yang Kompetitif X2.2	1.Harga emas yang ditawarkan bersaing dengan harga emas di tempat lain. 2. Saya menilai harga emas telah disesuaikan dengan kondisi pasar.	
			Kesesuaian Harga dengan Manfaat X2.3	1.Harga emas sesuai dengan kualitas emas yang saya peroleh.	

			Kesesuaian Harga dengan Kualitas X2.4	1.Kualitas emas yang ditawarkan sebanding dengan harga yang dibayarkan.	
			daya saing harga X2.5	1. Harga emas tetap menarik dibandingkan produk investasi lainnya. 2.Manfaat investasi emas membuat harganya tetap layak meskipun berfluktuasi.	

4.	Pesepsi Pendapatan	Pendapatan mengacu pada jumlah uang yang diterima individu atau rumah tangga dari berbagai sumber, seperti gaji, usaha, investasi, dan sumber lainnya dalam periode tertentu, yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup serta mencerminkan tingkat kesejahteraan ekonomi individu atau rumah tangga tersebut (Ed et al., 2024).	Sumber Pendapatan X3.1	1. Saya memperoleh pendapatan dari pekerjaan utama yang saya jalani saat ini. 2. Selain pekerjaan utama, saya juga memiliki pendapatan dari usaha atau pekerjaan sampingan. 3. Saya memperoleh pendapatan tambahan dari investasi atau sumber lain di luar pekerjaan utama.	Skala Likert 1 – 5 (Ed et al., 2024)
----	--------------------	---	------------------------	--	--------------------------------------

			Tingkat Pendapatan X3.2	1. Pendapatan yang saya peroleh setiap bulan cukup untuk memenuhi kebutuhan hidup. 2. Secara keseluruhan, pendapatan saya dalam satu tahun tergolong mencukupi. 3. Saya menilai tingkat pendapatan saya berada pada kategori menengah atau lebih.	
			Konsistensi Pendapatan X3.3	1. Pendapatan yang saya peroleh relatif stabil dari waktu ke waktu.	

5.	Kualitas Pelayanan	Kualitas pelayanan merupakan penilaian yang diberikan oleh konsumen terhadap kinerja yang ditunjukkan oleh karyawan dalam memberikan pelayanan kepada mereka (Fikri et al., 2016)	Bukti fisik (<i>tangible</i>) X4.1	1. Tata ruang dan desain interior kantor bank terlihat rapi dan profesional. 2. Media informasi produk Cicil Emas tersedia dengan jelas dan mudah dipahami.	Skala Likert 1 – 5
			Kehandalan (<i>Reliability</i>) X4.2	1. Akurasi informasi yang diberikan tepat dan mengenai produk, layanan dan transaksi 2. Ketersediaan layanan dan produk sesuai dan memuaskan.	
			Kemampuan Tanggapan (<i>Responsive</i>) X4.3	1. Proses penyelesaian masalah atau kendala yang memuaskan dan ditanggapi dengan baik. 2. Ketersediaan memberi penjelasan dengan segera saat membutuhkan informasi 3. Ketersediaan	

				layanan yang fleksibel	
			Tanggung (<i>Assurance</i>) X4.4	1.Jaminan terkait keamanan transaksi kepada nasabah 2.jaminan terhadap perlindungan data nasabah	
			Empati (<i>Empathy</i>) X4.5	1.Kesediaan memahami keadaan nasabah 2.Pendekatan yang sopan dan ramah kepada nasabah 3.Kesediaan memberikan empati disetiap nasabah melakukan transaksi	

Sumber : diolah oleh peneliti 2026

3.8 Uji Instrumen

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan untuk mendapatkan informasi kuantitatif mengenai variasi karakteristik variabel secara objektif. Instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah kuesioner yang disebarakan melalui *Google Form*, dengan tujuan memperoleh data yang akurat dan dapat diolah secara statistic dengan

tujuan memperoleh data yang akurat dan dapat diolah secara statistik. Data yang telah dikumpulkan melalui kuesioner akan dianalisis secara kuantitatif menggunakan metode analisis statistik dengan bantuan perangkat lunak IBM SPSS Statistics. Penggunaan perangkat lunak ini memungkinkan kami untuk menguji hipotesis penelitian dan menganalisis hubungan antarvariabel secara sistematis dan terstruktur.

3.8.1 Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur tingkat kesahihan atau kevalidan suatu kuesioner. Instrumen dinyatakan valid apabila setiap butir pertanyaan dapat mewakili dan menggambarkan secara akurat konsep yang hendak diukur. Dengan demikian, validitas memastikan bahwa seluruh item pertanyaan sesuai dengan aspek atau konstruk yang diteliti (Ghozali, 2021). Kriteria pengujian validitas adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai r hitung $> r$ tabel, maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.
- b. Jika nilai r hitung $< r$ tabel, maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan suatu pengukuran yang menunjukkan sejauh mana hasil suatu instrumen penelitian dapat dipercaya atau konsisten tanpa adanya bias. Sebuah kuesioner dikatakan reliabel apabila jawaban yang diberikan oleh responden terhadap setiap pernyataan menunjukkan kestabilan dan konsistensi dalam berbagai waktu pengukuran. Dengan demikian, jawaban responden dapat dianggap reliabel apabila setiap item pertanyaan dijawab secara konsisten dan tidak menunjukkan pola jawaban yang bersifat acak (Ghozali, 2021). Variabel dinyatakan reliabel apabila memenuhi kriteria sebagai berikut:

- a. Jika nilai Cronbach's Alpha $> 0,7$ maka instrumen dinyatakan reliabel.
- b. Jika nilai Cronbach's Alpha $< 0,7$ maka instrumen dinyatakan tidak reliabel.

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menilai apakah variabel pengganggu atau residual dalam model regresi memiliki distribusi yang normal (Ghozali, 2021). Normal atau tidaknya distribusi data dapat dilihat melalui nilai signifikansi pada masing-masing variabel. Jika nilai signifikansi

lebih besar dari 0,05, maka hal tersebut menunjukkan bahwa data berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat hubungan atau korelasi antar variabel independen (Ghozali, 2018). Pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Suatu model dikatakan bebas dari multikolinearitas apabila nilai *tolerance* mendekati 1 dan nilai VIF berada di bawah 10. Nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel independen tidak saling mempengaruhi secara berlebihan sehingga model regresi dapat digunakan secara tepat. Secara umum, $\text{tolerance} \geq 0,10$ atau $\text{VIF} \leq 10$ menjadi batas yang digunakan untuk menyatakan bahwa multikolinearitas terjadi. Namun, peneliti tetap perlu menilai secara kontekstual tingkat korelasi antar variabel independen yang masih dapat diterima dalam model.

3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Ghozali, 2018), uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan varians residual antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya. Jika varians residual bersifat

konstan, maka kondisi tersebut disebut homoskedastisitas, sedangkan jika varians berubah-ubah, hal ini menunjukkan terjadinya heteroskedastisitas. Model regresi yang baik seharusnya menunjukkan pola residual yang konstan dari satu pengamatan ke pengamatan berikutnya, sehingga terbebas dari gejala heteroskedastisitas. Apabila nilai t hitung lebih besar dari t tabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa model mengalami heteroskedastisitas. Gejala tersebut penting untuk diidentifikasi karena dapat memengaruhi ketepatan estimasi koefisien regresi serta menurunkan validitas hasil analisis

3.8.3 Uji Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian kuantitatif dapat diterima atau ditolak berdasarkan hasil pengujian statistik. Apabila hipotesis diterima, berarti hasil pengujian mendukung kebenaran pernyataan dalam hipotesis tersebut. Sebaliknya, jika hipotesis ditolak, maka pernyataan hipotesis tidak didukung oleh data sehingga perlu dilakukan peninjauan atau pengkajian kembali.

Dalam penelitian kuantitatif, pengujian hipotesis dilakukan dengan merumuskan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_1), menentukan tingkat signifikansi (α), memilih metode statistik yang sesuai, mengumpulkan data, melaksanakan uji statistik, menghitung nilai statistik uji, serta menafsirkan hasilnya. Perumusan hipotesis sebaiknya dilakukan sebelum penelitian dilaksanakan di lapangan agar arah analisis menjadi jelas dan

terstruktur. Sementara itu, hipotesis biasanya diperoleh dari hasil kajian penelitian sebelumnya dan pengalaman empiris. Pada penelitian ini digunakan metode kuantitatif dengan menerapkan pengujian hipotesis sebagai berikut:

a. Analisis Regresi berganda

Analisis Regresi berganda digunakan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen. Model ini mengasumsikan adanya hubungan linear antara variabel dependen dengan setiap variabel bebas. Berikut adalah persamaan dari regresi linier berganda:

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

Keterangan:

Y = Minat Investasi Cicil Emas

a = Konstanta atau nilai dasar ketika semua variabel independen bernilai nol

X₁ = Literasi Keuangan Syariah

X₂ = Persepsi Harga Emas

X₃ = Persepsi Pendapatan

X₄ = Kualitas Layanan

B = Koefisien Regresi

e = Error atau komponen kesalahan

Tanda tambah pada persamaan menunjukkan bahwa setiap variabel independen memberikan kontribusi secara simultan terhadap variabel dependen dalam model regresi.

b. Uji Parsial (uji t)

Uji parsial (uji t) digunakan untuk mengetahui apakah setiap variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan untuk melihat tingkat signifikansi nilai t. Jika nilai probabilitas (sig.) $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti variabel tersebut berpengaruh signifikan secara parsial, begitu pula sebaliknya.

c. Uji Simultan (Uji F)

Uji Simultan (Uji F) digunakan untuk menguji apakah semua variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Uji ini melihat apakah model regresi secara keseluruhan memberikan pengaruh yang signifikan. Jika nilai F hitung $> F$ tabel dan nilai signifikansi $< 0,05$, maka variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen.

d. Uji Koefisien Determinasi

Uji Koefisien Determinasi, yang sering disimbolkan dengan R^2 , adalah ukuran statistik pada analisis regresi yang menunjukkan seberapa besar

proporsi variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model regresi. Nilai koefisien determinasi berada pada rentang 0 hingga 1. Apabila nilainya mendekati 1, berarti variabel independen mampu memberikan hampir seluruh informasi yang diperlukan untuk memprediksi perubahan yang terjadi pada variabel dependen sehingga hipotesis dapat diterima. Sebaliknya, jika nilainya mendekati 0, maka kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas dan hipotesis cenderung ditolak (Ghozali, 2018)

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Sejarah Berdirinya Bank Syariah Indonesia

Bank Syariah Indonesia (BSI) secara resmi lahir sebagai entitas tunggal melalui proses penggabungan (marger) tiga bank syariah, yakni PT Bank Syariah Mandiri, PT Bank BNI Syariah, dan PT Bank BRI Syariah. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) meresmikan izin merger tiga perusahaan tersebut pada tanggal 27 Januari melalui surat Nomor SR-3/PB.1/2021 dan diremikan oleh Presiden Republik Indonesia pada tanggal 1 Februari 2021. Secara yuridis, penggabungan ini bertujuan untuk menyatukan kekuatan modal, aset, dan sumber daya manusia guna menciptakan lembaga keuangan syariah yang kompetitif baik di tingkat nasional maupun global. Langkah ini juga menjadi tonggak sejarah baru dalam upaya pemerintah menjadikan Indonesia sebagai pusat ekonomi syariah dunia.

Komposisi pemegang saham Bank Syariah Indonesia (BSI) terdiri atas PT Bank Mandiri (Persero) Tbk merupakan pemegang saham terbesar dengan kepemilikan 51,47%, diikuti oleh PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk sebesar 23,24% dan PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk sebesar 15,38%. Adapun sisa kepemilikan saham berada di tangan public, yaitu investor dengan kepemilikan sebesar 9,91%.

Keberadaan Bank Syariah Indonesia (BSI) mencerminkan upaya Negara dalam mengintegrasikan nilai-nilai syariah kedalam system keuangan nasional yang inklusif dan berkelanjutan. BSI tidak hanya berfungsi sebagai lembaga intermediasi keuangan, tetapi juga sebagai instrumen pembangunan ekonomi masyarakat melalui pembiayaan sektor halal, UMKM, serta industri berbasis syariah. dengan dukungan regulasi dan sinergi antar lembaga, BSI diharapkan mampu berperan sebagai katalisator pertumbuhan ekonomi syariah nasional sekaligus meningkatkan kontribusi indonesia dalam peta keuangan syariah global.

4.1.2 Visi Misi Bank Syariah Indonesia

Visi dan Misi PT Bank Syariah Indonesia (Persero) Tbk menjadi pedoman strategis dalam mensinergikan nilai syariah dengan standar keunggulan perbankan global, sebagai berikut:

Visi :

“TOP 5 GLOBAL ISLAMIC BANK”

Misi :

1. Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia: Melayani >40 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan aset (500+T) dan nilai buku 50 T di tahun 2025

2. Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham: Top 5 bank yang paling *profitable* di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB>2).
3. Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia: Perusahaan dengan nilai yang kuat memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja.

Melalui komitmen tersebut, BSI berupaya mengoptimalkan nilai bagi pemangku kepentingan serta memperkuat posisinya sebagai pilar utama industry keuangan syariah, baik ditingkat nasional maupun internasional.

4.1.3 Deskriptif Karakteristik Responden

Deskriptif karakteristik responden merupakan bagian yang menyajikan gambaran umum mengenai profil responden yang menjadi objek dalam penelitian ini yang bertujuan untuk memberikan informasi mengenai latar belakang responden, sehingga dapat membantu dalam memahami hasil analisis yang dilakukan. Penelitian ini dilakukan dengan penyebaran angket kuesioner melalui *Google Form* selama kurang lebih satu bulan kepada masyarakat yang berdomisili di Kota Lumajang yang memiliki atau mengetahui atau pernah melakukan transaksi atau berpotensi menggunakan layanan terkait investasi emas di Bank Syariah Indonesia (BSI). Karakteristik

responden dalam penelitian ini meliputi beberapa aspek, diantaranya adalah jenis kelamin, usia, pekerjaan dan pendapatan.

A. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

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

Gambar 4. 1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin Responden



Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Laki – laki	62	31%
Perempuan	138	69%
Total	200	100%

Sumber: diolah oleh peneliti 2026

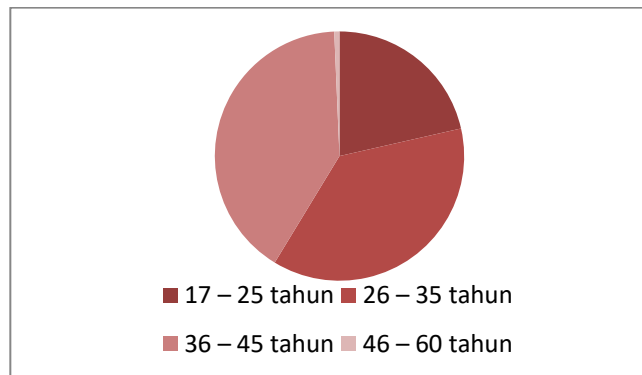
Berdasarkan tabel karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin diatas, dapat diketahui bahwa mayoritas responden adalah perempuan dengan jumlah 138 atau dalam presentase 69%, sedangkan laki-laki dengan jumlah 62 dengan presentase 31%. Data ini menunjukkan

bahwa partisipasi responden dalam penelitian ini lebih banyak jenis kelamin perempuan dibandingkan laki-laki.

B. Karakteristik Responden berdasarkan Usia

Karakteristik berdasarkan usia responden pada penelitian ini dibagi menjadi lima macam, yaitu 17-25 tahun, 26-35 tahun, 36-45 tahun, 46-60 tahun dan >60 tahun. Data responden berdasarkan usia pada penelitian ini sebagai berikut:

Gambar 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Usia Responden



Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Presentase
17 – 25 tahun	38	19%
26 – 35 tahun	66	33%
36 – 45 tahun	72	36%
46 – 60 tahun	24	12%
Total	200	100%

Sumber: diolah oleh peneliti 2026

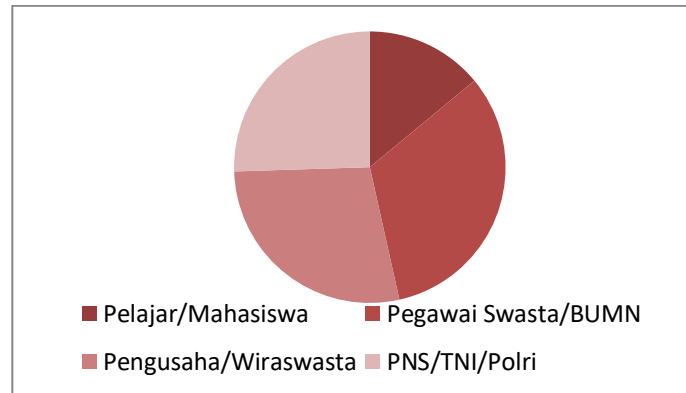
Berdasarkan tabel karakteristik responden berdasarkan usia diatas, dapat diketahui bahwa mayoritas responden berada pada

kelompok usia 36-45 tahun dengan jumlah 72 orang atau setara dengan 36%. Selanjutnya, kelompok usia 26-35 tahun dengan jumlah 66 responden atau 33%, kelompok usia 17-25 tahun dengan jumlah responden 38 atau 19%, kelompok usia 46-60 tahun dengan jumlah 24 responden atau 12% dan untuk kelompok usia >60 tahun tidak terdapat responden dalam penelitian ini, yang berarti penelitian ini tidak mencakup partisipasi dari kelompok usia lanjut. Hal ini menunjukkan bahwa kelompok usia 36-45 tahun merupakan yang paling dominan pada penelitian ini yang umumnya berada pada masa produktif dan memiliki tingkat kematangan finansial yang baik serta memiliki kemampuan dalam pengambilan keputusan termasuk pada aspek keuangan.

C. Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan pada penelitian ini dibagi menjadi empat macam yaitu pelajar/mahasiswa, pegawai swasta/BUMN, PNS/TNI/Polri dan pengusaha/wiraswasta. Data responden berdasarkan pekerjaan pada penelitian ini sebagai berikut:

Gambar 4. 3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan Responden



Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Presentase
Pelajar/Mahasiswa	28	14%
Pegawai Swasta/BUMN	65	32,5%
Pengusaha/Wiraswasta	56	28%
PNS/TNI/Polri	51	25,5%
Total	200	100%

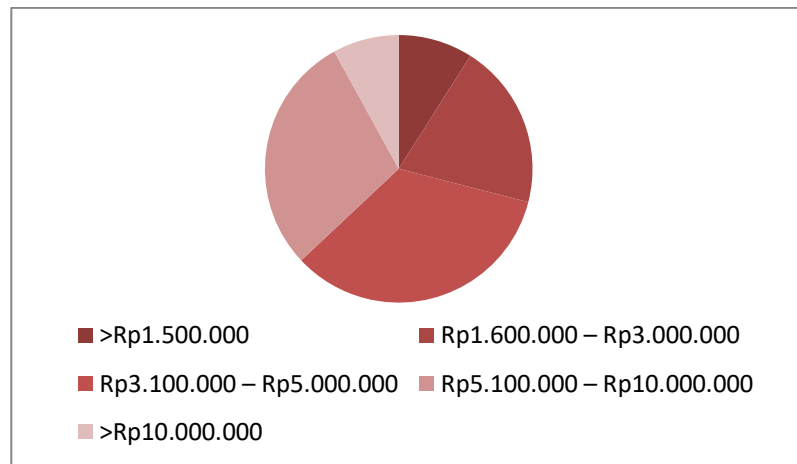
Sumber: diolah oleh peneliti 2026

Berdasarkan tabel karakteristik responden berdasarkan pekerjaan diatas, dapat diketahui bahwa mayoritas responden penelitian ini bekerja sebagai pegawai swasta/BUMN dengan jumlah 65 orang atau setara dengan 32,5%, responden dengan pekerjaan pengusaha/wiraswasta sebanyak 56 atau 28%, responden dengan pekerjaan PNS/TNI/Polri sebanyak 51 atau 25,5%. Secara keseluruhan, distribusi responden berdasarkan pekerjaan relatif merata, meskipun didominasi oleh kelompok pegawai swasta/BUMN yang umumnya memiliki pendapatan tetap dan keterlibatan aktif dalam aktivitas ekonomi.

D. Karakteristik Responden berdasarkan Pendapatan

Karakteristik responden berdasarkan pendapatan pada penelitian ini terdiri dari < Rp1.500.000, Rp1.600.000-Rp3.000.000, Rp3.100.000-Rp5.000.000, Rp5.100.000-Rp10.000.000 dan > Rp10.000.000. Data responden berdasarkan pendapatan pada penelitian ini sebagai berikut:

Gambar 4. 4 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan Responden



Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Pendapatan	Jumlah	Presentase
>Rp1.500.000	18	9%
Rp1.600.000 – Rp3.000.000	40	20%
Rp3.100.000 – Rp5.000.000	68	34%
Rp5.100.000 – Rp10.000.000	58	29%
>Rp10.000.000	16	8%
Total	200	100%

Sumber: diolah oleh peneliti 2026

Berdasarkan tabel karakteristik responden berdasarkan pendapatan di atas, dapat diketahui bahwa mayoritas responden memiliki pendapatan

pada kisaran Rp3.100.000 – Rp5.000.000 dengan jumlah 68 orang atau 34%, responden dengan pendapatan Rp5.100.000 – Rp10.000.000 berjumlah 58 orang atau 29%, responden dengan pendapatan Rp1.600.000 – Rp3.000.000 dengan jumlah 40 orang atau 20%, responden dengan pendapatan >Rp1.500.000 dengan jumlah 18 orang atau 9% dan responden dengan pendapatan >Rp10.000.000 dengan jumlah 16 orang atau 8%. Hal ini menunjukkan bahwa pendapatan responden cenderung merata, namun sebagian besar responden masuk kedalam kategori pendapatan menengah yaitu Rp3.100.000 – Rp5.000.000 yang umumnya memiliki kemampuan reatif baik dalam mengelola keuangan dan mempertingkatkan aktivitas mereka.

4.1.4 Hasil Analisis Deskriptif

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

Variabel literasi keuangan syariah dalam penelitian ini terdiri dari 4 indikator yaitu pengetahuan dasar, kemampuan, sikap dan kepercayaan. Tabel dibawah ini adalah distribusi frekuensi dari hasil jawaban responden, sebagai berikut:

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

No	Item	Skor Jawaban										Skor Rata2
		SS		S		N		TS		STS		
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1.	X1.1.1	31	15.5%	31	15.5%	83	41.5%	47	23.5%	8	4%	3.15

2.	X1.1.2	11	5.5%	69	34.5%	85	42.5%	32	16%	3	1.5%	3.265
3.	X1.2	27	13.5%	54	27%	94	47%	23	11.5%	2	1%	3.405
4.	X1.3	13	6.5%	50	25%	102	51%	30	15%	5	2.5%	3.18
5.	X1.4	14	7%	55	27.5%	87	43.5%	38	19%	6	3%	3.165

Sumber: diolah oleh peneliti 2026

Berdasarkan tabel distribusi frekuensi di atas, dapat diketahui bahwa nilai rata-rata tertinggi terdapat pada item X1.2 sebesar 3,405 yang mengindikasikan bahwa kemampuan responden dalam memahami dan menerapkan aspek keuangan syariah berada pada tingkat yang lebih baik dibandingkan dengan indikator lainnya. Adapun nilai rata-rata terendah terdapat pada item X1.1.1 sebesar 3,15 yang mencerminkan bahwa pengetahuan dasar responden mengenai keuangan syariah masih tergolong paling rendah di antara item-item lainnya. Dengan demikian, item X1.2 yang memperoleh skor tertinggi dalam penyebaran kuesioner menunjukkan bahwa indikator kemampuan memiliki kontribusi yang paling tinggi dalam membentuk literasi keuangan syariah dan telah diterapkan dengan baik oleh responden.

B. Distribusi Frekuensi Item Variabel Persepsi Harga Emas (X2)

Variabel persepsi harga emas dalam penelitian ini memiliki 5 indikator yaitu keterjangkauan harga, penetapan harga yang kompetitif, kesesuaian harga dengan manfaat, kesesuaian dengan kualitas dan daya saing harga. Tabel dibawah ini adalah distribusi frekuensi dari hasil jawaban responden, sebagai berikut:

Tabel 4. 6 Distribusi Frekuensi Item Variabel Persepsi Harga Emas (X2)

No	Item	Skor Jawaban										Skor Rata2
		SS		S		N		TS		STS		
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1.	X2.1.1	21	10.5%	55	27.5%	59	29.5%	57	28.5%	8	4%	3.12
2.	X2.1.2	20	10%	36	18%	95	47.5%	46	23%	3	1.5%	3.12
3.	X2.2.1	12	6%	47	23.5%	82	41%	52	26%	7	3.5%	3.025
4.	X2.2.2	17	8.5%	56	28%	73	36.5%	50	25%	4	2%	3.16
5.	X2.3	19	9.5%	50	25%	88	44%	40	20%	3	1.5%	3.21
6.	X2.4	16	8%	29	14.5%	78	39%	61	30.5%	16	8%	2.84
7.	X2.5.1	20	10%	41	20.5%	73	36.5%	55	27.5%	11	5.5%	3.02
8.	X2.5.2	21	10.5%	45	22.5%	85	42.5%	47	23.5%	2	1	3.18

Sumber: diolah oleh peneliti 2026

Berdasarkan tabel distribusi frekuensi di atas, diketahui bahwa nilai rata-rata tertinggi terdapat pada item X2.3 sebesar 3.21 yang mengindikasikan bahwa persepsi responden terhadap aspek tersebut berada pada tingkat yang lebih baik dibandingkan dengan indikator lainnya. Sedangkan nilai terendah terdapat pada item X2.4 dengan rata-rata 2.84, yang menunjukkan tingkat persepsi yang relatif rendah dibandingkan indikator lainnya.

C. Distribusi Frekuensi Item Variabel Persepsi Pendapatan (X3)

Variabel persepsi pendapatan dalam penelitian ini memiliki 3 indikator yaitu sumber pendapatan, tingkat pendapatan dan konsistensi pendapatan. Tabel dibawah ini adalah distribusi frekuensi dari hasil jawaban responden, sebagai berikut:

Tabel 4. 7 Distribusi Frekuensi Item Variabel Persepsi Pendapatan (X3)

No	Item	Skor Jawaban										Skor Rata2
		SS		S		N		TS		STS		
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1.	X3.1.1	14	7%	64	32%	95	47.5%	23	11.5%	4	2%	3.305
2.	X3.1.2	18	9%	71	35.5%	73	36.5%	32	16%	6	3%	3.315
3.	X3.1.3	16	8%	52	26%	87	43.5%	37	18.5%	8	4%	3.155
4.	X3.2.1	22	11%	62	31%	92	46%	21	10.5%	3	1.5%	3.395
5.	X3.2.2	18	9%	69	34.5%	73	36.5%	33	16.5%	7	3.5%	3.29
6.	X3.2.3	23	11.5%	51	25.5%	90	45%	33	16.5%	3	1.5%	3.29
7.	X3.3	19	9.5%	64	32%	86	43%	29	14.5%	2	1%	3.345

Sumber: diolah oleh peneliti 2026

Berdasarkan tabel distribusi frekuensi di atas, dapat diketahui bahwa nilai rata-rata tertinggi terdapat pada item X3.2.1 sebesar 3.395 yang menunjukkan bahwa responden cenderung merasa pendapatannya cukup untuk memenuhi kebutuhan hidup. Sedangkan nilai terendah terdapat pada item X3.1.3 sebesar 3.155 yang menunjukkan bahwa sedikit responden yang memiliki pendapatan tambahan dari investasi atau sumber lain diluar pekerjaan utama. Dengan demikian, item X3.2.1 yang memperoleh skor tertinggi dalam penyebaran kuesioner menunjukkan bahwa indikator tingkat pendapatan memiliki kontribusi paling dominan dalam variabel persepsi pendapatan dan telah dipersepsikan dengan baik oleh responden.

D. Distribusi Frekuensi Item Variabel Kualitas Pelayanan (X4)

Variabel kualitas pelayanan dalam penelitian ini memiliki 5 inikator yaitu bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), kemampuan

tanggapan (*responsive*), tanggungan (*assurance*) dan empati (*empaty*).

Tabel dibawah ini adalah distribusi frekuensi dari hasil jawaban responden, sebagai berikut:

Tabel 4. 8 Distribusi Frekuensi Item Variabel Persepsi Pendapatan (X3)

No	Item	Skor Jawaban										Skor Rata2
		SS		S		N		TS		STS		
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1.	X4.1.1	18	9%	49	24.5%	84	42%	41	20.5%	8	4%	3.14
2.	X4.1.2	17	8.5%	31	15.5%	76	38%	64	32%	12	6%	2.885
3.	X4.2.1	15	7.5%	42	21%	85	42.5%	52	26%	6	3%	3.04
4.	X4.2.2	29	14.5%	50	25%	74	37%	38	19%	9	4.5%	3.26
5.	X4.3.1	22	11%	48	24%	87	43.5%	38	19%	5	2.5%	3.22
6.	X4.3.2	21	10.5%	61	30.5%	86	43%	27	13.5%	5	2.5%	3.33
7.	X4.3.3	19	9.5%	47	23.5%	83	41.5%	44	22%	7	3.5%	3.135
8.	X4.4.1	14	7%	44	22%	87	43.5%	45	22.5%	10	5%	3.035
9.	X4.4.2	15	7.5%	46	23%	87	43.5%	47	23.5%	5	2.5%	3.095
10.	X4.5.1	21	10.5%	44	22%	91	45.5%	40	20%	4	2%	3.19
11.	X4.5.2	20	10%	53	26.5%	85	42.5%	34	17%	8	4%	3.215
12.	X4.5.3	18	9%	26	13%	97	48.5%	54	27%	5	2.5%	2.99

Sumber: diolah oleh peneliti 2026

Berdasarkan tabel distribusi frekuensi di atas, dapat diketahui bahwa nilai rata-rata tertinggi terdapat pada item X4.3.2 sebesar 3,33 yang menunjukkan bahwa responden menilai kesediaan pegawai bank dalam memberikan penjelasan secara cepat dan tanggap sudah berjalan dengan baik. sedangkan nilai terendah terdapat pada item X4.1.2 dengan rata-rata 2,885, yang menunjukkan bahwa aspek bukti fisik, khususnya media informasi produk, masih kurang optimal dirasakan oleh

responden. Dengan demikian, item X4.3.2 yang memperoleh skor tertinggi menunjukkan bahwa indikator kemampuan tanggapan (*responsiveness*) memiliki kontribusi paling dominan dalam variabel kualitas pelayanan dan telah dipersepsikan dengan baik oleh responden.

4.1.5 Hasil Analisi Data

4.1.5.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau validnya suatu kusioner dalam penelitian. Kriteria pengujian pada uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel. Suatu item pernyataan dinyatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar dari r tabel ($r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$), dan dinyatakan tidak valid apabila nilai r hitung lebih kecil dari nilai r tabel ($r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$), dengan jumlah sampel (N) sebanyak 200 responden dan tingkat signifikansi sebesar 5%, diperoleh nilai r tabel sebesar 0,138.

Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Data

Variabel	Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Literasi Keuangan Syariah (X1)	X1.1.1	0.861	0.138	Valid
	X1.1.2	0.822	0.138	Valid
	X1.2	0.765	0.138	Valid
	X1.3	0.747	0.138	Valid
	X1.4	0.819	0.138	Valid
Persepsi Harga Emas (X2)	X2.1.1	0.816	0.138	Valid
	X2.1.2	0.821	0.138	Valid
	X2.2.1	0.810	0.138	Valid
	X2.2.2	0.773	0.138	Valid
	X2.3	0.791	0.138	Valid

	X2.4	0.828	0.138	Valid
	X2.5.1	0.769	0.138	Valid
	X2.5.2	0.787	0.138	Valid
Persepsi Pendapatan (X3)	X3.1.1	0.738	0.138	Valid
	X3.1.2	0.800	0.138	Valid
	X3.1.3	0.770	0.138	Valid
	X3.2.1	0.732	0.138	Valid
	X3.2.2	0.809	0.138	Valid
	X3.2.3	0.793	0.138	Valid
	X3.3	0.766	0.138	Valid
Kualitas Pelayanan (X4)	X4.1.1	0.779	0.138	Valid
	X4.1.2	0.804	0.138	Valid
	X4.2.1	0.812	0.138	Valid
	X4.2.2	0.769	0.138	Valid
	X4.3.1	0.820	0.138	Valid
	X4.3.2	0.798	0.138	Valid
	X4.3.3	0.809	0.138	Valid
	X4.4.1	0.752	0.138	Valid
	X4.4.2	0.776	0.138	Valid
	X4.5.1	0.782	0.138	Valid
	X4.5.2	0.787	0.138	Valid
	X4.5.3	0.798	0.138	Valid
Minat Berinvestasi (Y)	Y.1.1	0.689	0.138	Valid
	Y.1.2	0.729	0.138	Valid
	Y.2.1	0.705	0.138	Valid
	Y.2.2	0.717	0.138	Valid
	Y.3.1	0.715	0.138	Valid
	Y.3.2	0.774	0.138	Valid
	Y.4.1	0.709	0.138	Valid
	Y.4.2	0.766	0.138	Valid

Sumber: Output SPSS, diolah 2026

Berdasarkan tabel uji validitas diatas, dapat diketahui bahwa seluruh variabel yaitu literasi keuangan syariah (X1), persepsi harga emas (X2), persepsi pendapatan (X3), kualitas pelayanan (X4) dan minat berinvestasi (Y) dinyatakan valid. Hal tersebut didasarkan pada nilai r hitung yang lebih besar dibandingkan nilai r tabel ($r_{hitung} > r_{tabel}$)

dengan nilai 0,138. Hal ini menunjukkan bahwa setiap indikator mampu mengukur variabel penelitian secara tepat dan akurat, sehingga instrumen yang digunakan layak untuk digunakan dalam tahap analisis selanjutnya.

4.1.1.1 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah suatu instrumen pengukuran dapat menghasilkan data yang konsisten atau sebaliknya. Cara untuk mengetahui tingkat reliabilitas suatu instrumen adalah dengan melihat nilai Cronbach's Alpha yang dihasilkan dari pengolahan data. Adapun dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai Cronbach's Alpha $> 0,7$ maka instrumen dinyatakan reliabel.
- b. Jika nilai Cronbach's Alpha $< 0,7$ maka instrumen dinyatakan tidak reliabel.

Hasil olah data uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan SPSS yang menunjukkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Item	Keterangan
X1	0.861	5	Reliabel
X2	0.918	8	Reliabel
X3	0.888	7	Reliabel
X4	0.945	12	Reliabel

Y	0.71	8	Reliabel
---	------	---	----------

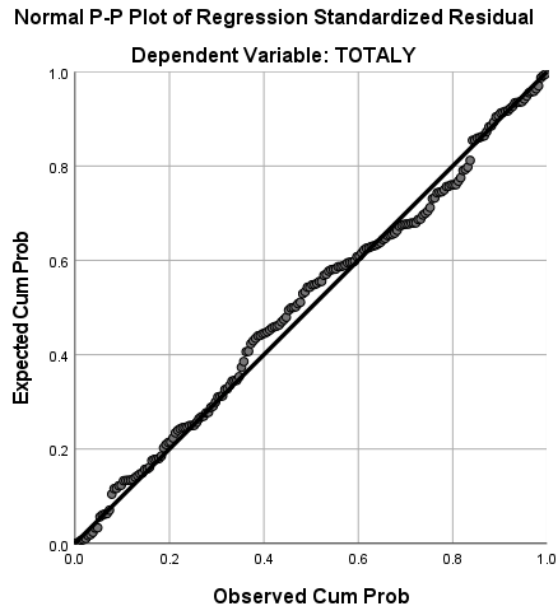
Sumber: Output SPSS, diolah 2026

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas diatas, seluruh varibael dalam penelitian ini, yaitu yaitu literasi keuangan syariah (X1), persepsi harga emas (X2), persepsi pendapatan (X3), kualitas pelayanan (X4) dan minat berinvestasi (Y), dinyatakan reliabel karena memiliki nilai Cronbach's Alpha yang lebih besar dari batas minimum.

4.1.1.2 Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan salah satu uji asumsi klasik yang digunakan untuk mengetahui apakah data dalam suatu model regresi berdistribusi secara normal atau tidak, baik pada variabel independen maupun variabel dependen. Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan menggunakan metode grafik (*Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual*), di mana suatu model regresi dapat dikatakan berdistribusi normal apabila titik-titik data (data plotting) menyebar mengikuti dan mendekati arah garis diagonal. Sebaliknya, apabila titik-titik data menyebar jauh dari garis diagonal, maka model regresi tersebut dinyatakan tidak berdistribusi normal. Hasil analisis uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan program SPSS adalah sebagai berikut:

Gambar 4. 5 Uji Normalitas



Sumber: Output SPSS, diolah 2026

Berdasarkan Gambar 4.1 hasil uji normalitas diatas, dapat dilihat bahwa titik-titik data (*data plotting*) menyebar mengikuti dan mendekati arah garis diagonal. Titik-titik tersebut tidak menyimpang jauh dari garis diagonal, yang berarti bahwa residual dari model regresi dalam penelitian ini berdistribusi secara normal. Dengan demikian, model regresi dalam penelitian ini telah memenuhi asumsi normalitas dan layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Selain dapat dilihat melalui grafik Normal P-P Plot, uji normalitas juga dapat diketahui menggunakan uji statistik yaitu uji Kolmogorov-Smirnov. Dasar pengambilan keputusan pada uji ini adalah

apabila nilai signifikansi hasil uji Kolmogorov-Smirnov lebih besar dari 0,05, maka data dinyatakan berdistribusi normal. Sebaliknya, apabila nilai signifikansi hasil uji Kolmogorov-Smirnov lebih kecil dari 0,05, maka data dinyatakan tidak berdistribusi normal. Hasil pengolahan data uji normalitas menggunakan program SPSS dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 4. 11 Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		200
Normal Parameters ^{a, b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.39608620
Most Extreme Difference	Absolute	0.54
	Positive	0.47
	Negative	-.054
Test Statistic		.54
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 _{c,d}

Sumber: Output SPSS, diolah 2026

Berdasarkan Tabel hasil uji normalitas menggunakan One-Sample Kolmogorov-Smirnov, dapat diketahui bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* yang diperoleh adalah sebesar 0,200. Nilai tersebut lebih besar dari 0,05 ($0,200 > 0,05$), yang berarti bahwa data residual dalam penelitian ini berdistribusi secara normal. Dengan demikian, hasil uji

normalitas melalui uji Kolmogorov-Smirnov ini sejalan dengan hasil yang ditunjukkan oleh grafik Normal P-P Plot sebelumnya, sehingga model regresi dalam penelitian ini telah memenuhi asumsi normalitas dan layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

4.1.1.3 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan uji untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat korelasi antar variabel independen (variabel bebas). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi yang tinggi antar variabel independen, sehingga tidak terjadi gejala multikolinearitas (Imam Ghozali, 2011). Pengujian multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Dasar pengambilan keputusan dalam uji ini adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai Tolerance $> 0,10$ dan VIF < 10 , maka tidak terjadi multikolinearitas
- b. Jika nilai Tolerance $< 0,10$ dan VIF > 10 , maka terjadi multikolinearitas

Hasil pengolahan data uji multikolinearitas dalam penelitian ini menggunakan program SPSS adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Literasi Keuangan Syariah	0.759	1.318	Tidak terjadi multikolinearitas
Persepsi Harga Emas	0.648	1.544	Tidak terjadi multikolinearitas
Persepsi Pendapatan	0.823	1.215	Tidak terjadi multikolinearitas
Kualitas Pelayanan	0.678	1.474	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: Output SPSS, diolah 2026

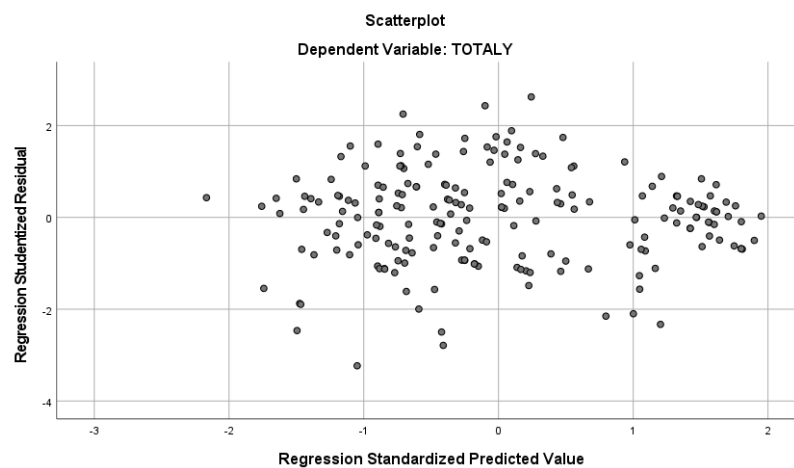
Hasil pada tabel uji multikolinearitas diatas, dapat diketahui bahwa nilai yang terdapat pada tolerance lebih dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10. Hal ini menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan syariah (X1), persepsi harga emas (X2), persepsi pendapatan (X3) dan kualitas pelayanan (X4) tidak terjadi multikolinearitas atau dinyatakan tidak ada adanya korelasi.

4.1.1.4 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan pengujian yang bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual pada setiap pengamatan. Model regresi yang baik adalah model yang tidak mengalami heteroskedastisitas (homoskedastisitas), yaitu varians residual yang konstan. Pengujian heteroskedastisitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan grafik Scatterplot, yaitu dengan melihat pola penyebaran titik-titik antara nilai *ZPRED* (nilai prediksi) dan *SRESID* (residual). Apabila titik-titik data menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu, maka

dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas. Sebaliknya, apabila titik-titik data membentuk pola tertentu yang teratur, maka dinyatakan terjadi heteroskedastisitas. Berikut hasil uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan program SPSS adalah sebagai berikut:

Gambar 4. 6 Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Output SPSS, diolah 2026

Berdasarkan pada gambar hasil uji heteroskedastisitas diatas, dapat dilihat bahwa titik-titik data menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu yang teratur, serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas dalam model regresi penelitian ini, sehingga model regresi tersebut dinyatakan baik dan layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

4.1.1.5 Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel literasi keuangan syariah (X1), persepsi harga emas (X2), persepsi pendapatan (X3) dan kualitas pelayanan (X4) terhadap minat berinvestasi cicil emas (Y) pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Lumajang S Parman. Selain itu, analisis ini juga bertujuan untuk mengetahui sejauh mana perubahan pada variabel independen dapat memengaruhi variabel dependen. Hasil pengolahan data regresi berganda menggunakan SPSS adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 13 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	3.527	1.461		2.414	0.017
	Literasi Keuangan Syariah (X1)	0.387	0.076	0.274	5.126	0.000
	Persepsi Harga Emas (X2)	0.207	0.048	0.249	4.310	0.000
	Persepsi Pendapatan (X3)	0.203	0.054	0.192	3.748	0.000
	Kualitas Pelayanan (X4)	0.175	0.032	0.307	5.428	0.000
a. Dependen Variable: Minat Berinvestasi						

Sumber: Output SPSS, diolah 2026

Berdasarkan Tabel hasil uji regresi linear berganda diatas, maka dapat dibentuk persamaan regresi sebagai berikut:

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

$$Y = 3,527 + 0,387X_1 + 0,207X_2 + 0,203X_3 + 0,175X_4 + e$$

Kesimpulan dari persamaan hasil uji regresi berganda diatas sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta sebesar 3,527 menunjukkan bahwa apabila seluruh variabel independen yaitu Literasi Keuangan Syariah (X1), Persepsi Harga Emas (X2), Persepsi Pendapatan (X3), dan Kualitas Pelayanan (X4) bernilai nol, maka Minat Berinvestasi cicil emas (Y) akan bernilai sebesar 3,527.
- b. Variabel Literasi Keuangan Syariah (X1) sebesar 0,387 bernilai positif, artinya setiap peningkatan variabel Literasi Keuangan Syariah sebesar satu satuan, maka Minat Berinvestasi cicil emas akan meningkat sebesar 0,387.
- c. Variabel Persepsi Harga Emas (X2) sebesar 0,207 bernilai positif, artinya setiap peningkatan variabel Persepsi Harga Emas sebesar satu satuan, maka Minat Berinvestasi cicil emas akan meningkat sebesar 0,207.

- d. Variabel Persepsi Pendapatan (X3) sebesar 0,203 bernilai positif, artinya setiap peningkatan variabel Persepsi Pendapatan sebesar satu satuan, maka Minat Berinvestasi cicil emas akan meningkat sebesar 0,203.
- e. Variabel Kualitas Pelayanan (X4) sebesar 0,175 bernilai positif, artinya setiap peningkatan variabel Kualitas Pelayanan sebesar satu satuan, maka Minat Berinvestasi cicil emas akan meningkat sebesar 0,175.

4.1.1.6 Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi adalah uji yang digunakan untuk mengetahui kemampuan suatu model dalam menjelaskan variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil olah data uji koefisien determinasi (R²) penelitian ini menggunakan SPSS adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 14 Hasil Uji Koefisien Deeminasi (R²)

Model Summary	
R Square	0.578
Adjusted R Square	0.569
Std. Error of the Estimate	3.431

Sumber: Output SPSS, diolah 2026

Berdasarkan Tabel 4.14 hasil uji regresi linear berganda pada bagian Model Summary, dapat diketahui bahwa nilai R Square sebesar 0,578 atau 57,8%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Literasi Keuangan Syariah (X1), Persepsi Harga Emas (X2), Persepsi

Pendapatan (X3), dan Kualitas Pelayanan (X4) secara bersama-sama mampu menjelaskan pengaruhnya terhadap variabel Minat Berinvestasi cicil emas (Y) sebesar 57,8%, sedangkan sisanya sebesar 42,2% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Adapun nilai Adjusted R Square sebesar 0,569 atau 56,9% menunjukkan bahwa model regresi dalam penelitian ini memiliki tingkat kesesuaian yang cukup baik dalam menjelaskan variasi pada variabel dependen.

4.1.1.7 Uji Parsial (Uji t)

Uji t atau uji parsial digunakan untuk mengetahui sejauh mana masing-masing variabel bebas yaitu Literasi Keuangan Syariah (X1), Persepsi Harga Emas (X2), Persepsi Pendapatan (X3), dan Kualitas Pelayanan (X4) secara individu atau parsial terhadap variabel dependen yaitu Minat Berinvestasi cicil emas (Y). Kriteria pengambilan keputusan didasarkan pada nilai probabilitas (Sig.), yaitu apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Hasil olah data uji T dalam penelitian ini menggunakan program SPSS adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 15 Hasil Uji Parsial (Uji T)

Coefficients^a

(constant)	B	t	Sig.
	3.527	2.414	0.017
Literasi Keuangan Syariah (X1)	0.387	5.126	0.000
Persepsi Harga Emas (X2)	0.207	4.310	0.000
Persepsi Pendapatan (X3)	0.203	3.748	0.000
Kualitas Pelayanan (X4)	0.175	5.428	0.000

Sumber: Output SPSS, diolah 2026

Berdasarkan hasil pengujian menggunakan program SPSS Statistics, diperoleh nilai signifikansi untuk masing-masing variabel independen sebagai berikut:

1. Variabel Literasi Keuangan Syariah (X1) memperoleh nilai t sebesar 5,126 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($< 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa variabel Literasi Keuangan Syariah berpengaruh signifikan terhadap minat berinvestasi cicil emas.
2. Persepsi Harga Emas (X2) Variabel Persepsi Harga Emas memperoleh nilai t sebesar 4,310 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($< 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa variabel Persepsi Harga Emas berpengaruh signifikan terhadap minat berinvestasi cicil emas.
3. Persepsi Pendapatan (X3) Variabel Persepsi Pendapatan memperoleh nilai t sebesar 3,748 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($< 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa variabel Persepsi Pendapatan berpengaruh signifikan terhadap minat berinvestasi cicil emas.

4. Kualitas Pelayanan (X4) Variabel Kualitas Pelayanan memperoleh nilai t sebesar 5,428 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($< 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat berinvestasi cicil emas.

Dengan demikian, seluruh variabel independen dalam penelitian ini yaitu Literasi Keuangan Syariah (X1), Persepsi Harga Emas (X2), Persepsi Pendapatan (X3), dan Kualitas Pelayanan (X4) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berinvestasi cicil emas (Y) pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Lumajang S Parman.

4.1.1.8 Uji F

Uji simultan atau Uji F merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui pengaruh seluruh variabel independen yaitu Literasi Keuangan Syariah (X1), Persepsi Harga Emas (X2), Persepsi Pendapatan (X3), dan Kualitas Pelayanan (X4) secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel dependen yaitu Minat Berinvestasi cicil emas (Y). Apabila nilai signifikansi $< 0,05$, maka seluruh variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Apabila nilai signifikansi $> 0,05$, maka seluruh variabel independen secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Hasil olah data uji F dalam penelitian ini menggunakan SPSS adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 16 Hasil Uji Simultan (Uji F)

Coefficients^a

Model	Sum of Square	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	3139.048	4	784.762	66.675	0.000
Residual	2295.147	195	11.770		
Total	5434.195	199			

Sumber: Output SPSS, diolah 2026

Berdasarkan Tabel 4.16 hasil uji simultan (Uji F), dapat diketahui bahwa nilai F hitung sebesar 66,675 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti variabel Literasi Keuangan Syariah (X1), Persepsi Harga Emas (X2), Persepsi Pendapatan (X3), dan Kualitas Pelayanan (X4) secara bersama-sama atau simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berinvestasi cicil emas (Y) pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Lumajang S Parman.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Berinvestasi

Literasi keuangan syariah merupakan kemampuan individu dalam memahami dan mengelola keuangan berdasarkan prinsip syariah, termasuk pengetahuan tentang produk dan keputusan investasi. Berdasarkan hasil kuesioner, mayoritas responden menunjukkan tingkat pemahaman yang cukup baik yang tercermin dari dominasi jawaban setuju, sehingga

mengindikasikan bahwa responden telah memiliki pengetahuan dasar terkait investasi syariah. Kondisi ini menunjukkan bahwa semakin baik literasi keuangan syariah yang dimiliki, maka semakin tinggi pula kecenderungan minat responden untuk berinvestasi cicil emas.

Hasil uji parsial (Uji T) menunjukkan bahwa variabel Literasi Keuangan Syariah (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berinvestasi cicil emas (Y), dibuktikan dengan nilai t sebesar 5,126 dan signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga H1 diterima, yang berarti variabel Literasi Keuangan Syariah secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berinvestasi cicil emas (Y) pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Lumajang S. Parman. Secara empiris, melalui analisis deskriptif pada item pernyataan X1.2 mengenai "kemampuan nasabah dalam mengelola dan memahami akad-akad syariah" yang memperoleh nilai mean tertinggi sebesar 3,405. Mengindikasikan bahwa pemahaman mendalam tentang kehalalan dan mekanisme akad seperti Murabahah yang bebas dari unsur gharar dan riba, sehingga rasa aman tersebut secara otomatis meningkatkan preferensi dan minat mereka untuk mengalokasikan dananya pada produk investasi cicil emas ini.

Hasil penelitian ini sejalan dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikemukakan oleh Ajzen (Ajzen, 1991), di mana literasi keuangan syariah berperan dalam membentuk sikap nasabah (*attitude*

toward behavior) terhadap investasi cicil emas. Nasabah yang memiliki pemahaman yang baik mengenai prinsip syariah, mekanisme akad murabahah, serta risiko dan manfaat produk cicil emas akan membentuk sikap positif yang pada akhirnya memengaruhi minat mereka untuk berinvestasi. Hal ini diperkuat oleh pernyataan Salim et al (F. Salim et al., 2022) bahwa literasi keuangan syariah mencerminkan kemampuan nasabah dalam memahami konsep keuangan sesuai dengan prinsip syariah dan mengevaluasi risiko secara rasional.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh (Pana & Ambarwati, 2023), Ed et al. (2024), dan (Safryani et al., 2020) yang menyatakan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi nasabah. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat literasi keuangan syariah yang dimiliki nasabah BSI KCP Lumajang S. Parman, maka semakin besar pula minat mereka untuk berinvestasi cicil emas.

4.2.2 Pengaruh Persepsi Harga Emas Terhadap Minat Berinvestasi

Persepsi harga emas merupakan penilaian individu terhadap tingkat harga emas, baik dari segi keterjangkauan, stabilitas, maupun potensi keuntungannya di masa depan. Berdasarkan hasil kuesioner, sebagian besar responden memiliki persepsi positif terhadap harga emas yang dianggap stabil dan menguntungkan, yang terlihat dari dominasi jawaban setuju. Hal

ini menunjukkan bahwa persepsi yang baik terhadap harga emas dapat mendorong meningkatnya minat responden dalam berinvestasi cicil emas.

Berdasarkan hasil uji parsial (Uji T) yang telah dilakukan, variabel Persepsi Harga Emas (X2) memperoleh nilai t sebesar 4,310 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga H2 diterima, yang berarti variabel Persepsi Harga Emas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berinvestasi cicil emas (Y) pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Lumajang S. Parman. Analisis lebih lanjut menunjukkan bahwa item X2.3 mengenai kesesuaian harga emas dan biaya administrasi dengan manfaat jangka panjang memperoleh mean tertinggi sebesar 3,21, mengindikasikan bahwa nasabah menilai harga secara rasional berbasis *value for money*. Nasabah tidak semata mencari harga murah, melainkan lebih mengutamakan fungsi emas sebagai aset *safe haven* pelindung nilai terhadap inflasi, sehingga persepsi keadilan harga dan prospek keuntungan jangka panjang menjadi faktor utama yang mendorong minat berinvestasi cicil emas di BSI KCP Lumajang S. Parman.

Hasil penelitian ini sejalan dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikemukakan oleh Ajzen (Ajzen, 1991), di mana persepsi harga emas memengaruhi sikap nasabah terhadap kelayakan dan keuntungan investasi emas. Sebagaimana dikemukakan oleh (Zeithaml,

1988) bahwa persepsi harga merupakan penilaian konsumen terhadap nilai suatu produk berdasarkan perbandingan antara manfaat yang diperoleh dan pengorbanan yang dikeluarkan. Dalam konteks investasi emas, ketika nasabah mempersepsikan harga emas sebagai instrumen yang wajar, stabil, dan berpotensi meningkat, maka minat mereka untuk berinvestasi cicil emas pun akan semakin tinggi. Hal ini diperkuat oleh penelitian (Priantika & Wulandari, 2021) bahwa persepsi nasabah terhadap harga emas mencerminkan bagaimana nasabah menilai keterjangkauan, kesesuaian harga dengan manfaat, serta potensi keuntungan investasi dalam jangka panjang.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh (Haerisma et al., 2021), (Sunani et al., 2025) dan (Uswah et al., 2024) yang menyatakan bahwa harga emas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah berinvestasi emas. Dengan demikian, semakin positif persepsi nasabah terhadap harga emas sebagai instrumen investasi yang menguntungkan, maka semakin tinggi pula minat nasabah untuk berinvestasi cicil emas pada BSI KCP Lumajang S. Parman.

4.2.3 Pengaruh Persepsi Pendapatan Terhadap Minat Berinvestasi

Persepsi pendapatan adalah pandangan individu terhadap tingkat pendapatan yang dimiliki, terutama dalam hal kecukupan dan kemampuan menyisihkan dana untuk investasi. Berdasarkan hasil kuesioner, mayoritas

responden merasa memiliki pendapatan yang cukup dan stabil, sehingga mampu mengalokasikan sebagian dana untuk investasi, yang ditunjukkan melalui dominasi jawaban setuju. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik persepsi pendapatan, maka semakin tinggi pula minat untuk berinvestasi.

Berdasarkan hasil uji parsial (Uji T) yang telah dilakukan, variabel Persepsi Pendapatan (X3) memperoleh nilai t sebesar 3,748 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka H3 diterima, yang berarti variabel Persepsi Pendapatan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berinvestasi cicil emas (Y) pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Lumajang S. Parman. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah BSI KCP Lumajang S. Parman merasa pendapatannya cukup untuk memenuhi kebutuhan hidup sekaligus berinvestasi cicil emas.

Hasil penelitian ini sejalan dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikemukakan oleh Ajzen (Ajzen, 1991), di mana persepsi pendapatan berkaitan dengan perceived behavioral control, yaitu keyakinan individu atas kemampuannya dalam melakukan investasi. Sebagaimana dikemukakan oleh (Safryani et al., 2020) bahwa tingkat pendapatan yang rendah, menengah, maupun tinggi akan memengaruhi keputusan investasi seseorang. Hal ini dibuktikan secara empiris melalui item X3.2.1 mengenai

kecukupan pendapatan bulanan nasabah yang memperoleh mean tertinggi sebesar 3,395, di mana mayoritas responden berpendapatan Rp3.100.000 – Rp5.000.000 (34%) menunjukkan bahwa nasabah pada kategori pendapatan menengah dengan *surplus income* setelah terpenuhinya kebutuhan pokok memiliki likuiditas yang cukup stabil untuk memenuhi komitmen setoran cicilan emas secara rutin, sehingga kecukupan pendapatan menjadi jaminan psikologis yang mendorong minat mereka untuk berinvestasi tanpa khawatir mengganggu stabilitas arus kas rumah tangga (Addinpujoartanto & Darmawan, 2020)

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sunani et al., 2025), (Sun & Lestari, 2022) dan (Oda & Rohayati, 2023) yang menyatakan bahwa pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi. Dengan demikian, semakin baik persepsi nasabah terhadap kecukupan dan stabilitas pendapatannya, maka semakin tinggi pula minat mereka untuk berinvestasi cicil emas pada BSI KCP Lumajang S. Parman.

4.2.4 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Terhadap Minat Berinvestasi

Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan layanan yang diberikan oleh lembaga kepada nasabah dalam memenuhi kebutuhan dan harapan. Berdasarkan hasil kuesioner, sebagian besar responden memberikan penilaian positif terhadap kualitas pelayanan, baik dari segi

kemudahan, kecepatan, maupun kejelasan informasi, yang tercermin dari dominasi jawaban setuju. Kondisi ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan kenyamanan dan kepercayaan nasabah sehingga mendorong minat berinvestasi cicil emas.

Hasil uji parsial (Uji T) menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berinvestasi cicil emas (Y), dibuktikan dengan nilai t sebesar 5,428 dan signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga H4 diterima. Nilai t hitung X4 yang tertinggi dibandingkan variabel lainnya sekaligus membuktikan bahwa Kualitas Pelayanan merupakan variabel paling dominan dalam memengaruhi minat berinvestasi cicil emas di BSI KCP Lumajang S. Parman.

Dominansi ini secara empiris ditunjukkan oleh item X4.3.2 mengenai kesediaan dan kecepatan pegawai dalam memberikan penjelasan yang tepat terkait prosedur investasi dengan mean sebesar 3,33, yang mengindikasikan bahwa mengingat kompleksitas produk cicil emas yang melibatkan kalkulasi margin, biaya titip, dan jangka waktu kontrak, nasabah sangat bergantung pada informasi yang transparan dan responsif dari pihak bank. Dengan demikian, kualitas interaksi langsung (*human touch*) dari pegawai yang cakap dan cekatan terbukti mampu meruntuhkan keraguan nasabah, menciptakan rasa percaya (*trust*) secara langsung, dan

menjadikan pelayanan yang responsif sebagai stimulus terkuat yang mendorong minat nasabah untuk berinvestasi cicil emas.

Hasil penelitian ini sejalan dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikemukakan oleh Ajzen (Ajzen, 1991), di mana kualitas pelayanan berperan dalam membentuk sikap dan norma subjektif nasabah terhadap produk cicil emas. Pelayanan yang profesional dan informatif menciptakan rasa aman, kepercayaan, dan kenyamanan nasabah dalam proses pengambilan keputusan investasi, sehingga mendorong minat mereka untuk berinvestasi cicil emas (Kamila & Rahayu, 2024).

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh (Fadhilah, 2025), (Faizah & Sa'diyah, 2022) dan (Ningsih et al., 2019) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi. Dengan demikian, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh BSI KCP Lumajang S. Parman kepada nasabahnya, maka semakin tinggi pula minat nasabah untuk berinvestasi cicil emas.

4.2.5 Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Persepsi Harga Emas, Persepsi Pendapatan, Kualitas Pelayanan Terhadap Terhadap Minat Berinvestasi

Literasi keuangan syariah, persepsi harga emas, persepsi pendapatan, dan kualitas pelayanan merupakan faktor-faktor yang secara konseptual memiliki peran penting dalam membentuk minat individu untuk

berinvestasi. Literasi keuangan syariah mencerminkan kemampuan individu dalam memahami prinsip dan produk keuangan berbasis syariah sehingga mampu mengambil keputusan investasi secara rasional, sedangkan persepsi harga emas berkaitan dengan penilaian terhadap stabilitas, keterjangkauan, serta potensi keuntungan dari investasi emas. Persepsi pendapatan mencerminkan kondisi dan keyakinan individu terhadap kemampuan finansialnya dalam menyisihkan dana untuk investasi, sementara kualitas pelayanan berhubungan dengan tingkat kepuasan, kepercayaan, dan kenyamanan nasabah terhadap layanan yang diberikan oleh lembaga keuangan. Berdasarkan hasil kuesioner yang telah disebarkan, mayoritas responden memberikan penilaian positif terhadap keempat variabel tersebut, yang tercermin dari dominasi jawaban setuju pada masing-masing indikator, sehingga menunjukkan bahwa responden memiliki tingkat pemahaman, persepsi, dan pengalaman layanan yang relatif baik.

Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa keempat variabel tersebut secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi cicil emas, yang dibuktikan dengan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 serta nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,578. Hal ini mengindikasikan bahwa sebesar 57,8% variasi minat berinvestasi dapat dijelaskan oleh kombinasi keempat

variabel tersebut, sedangkan sisanya sebesar 42,2% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Temuan ini memperkuat bahwa minat berinvestasi tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor tunggal, melainkan merupakan hasil interaksi antara faktor pengetahuan, persepsi ekonomi, dan kualitas layanan yang diterima. Dengan demikian, semakin baik tingkat literasi keuangan syariah, semakin positif persepsi terhadap harga emas, semakin baik persepsi terhadap pendapatan, serta semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan, maka secara bersama-sama akan semakin meningkatkan minat masyarakat untuk berinvestasi cicil emas.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh literasi keuangan syariah, persepsi harga emas, persepsi pendapatan, dan kualitas pelayanan terhadap minat berinvestasi cicil emas pada Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Lumajang S Parman, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Literasi keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pemahaman responden terhadap konsep dan produk keuangan syariah, maka semakin meningkat pula minat untuk berinvestasi cicil emas.
2. Persepsi harga emas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi. Artinya, semakin baik persepsi responden terhadap stabilitas dan potensi keuntungan harga emas, maka semakin tinggi minat untuk melakukan investasi.
3. Persepsi pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi. Hal ini menunjukkan bahwa responden yang merasa memiliki pendapatan yang cukup dan stabil cenderung memiliki minat yang lebih tinggi untuk berinvestasi.
4. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi. Hal ini mengindikasikan bahwa pelayanan yang baik, cepat,

dan informatif mampu meningkatkan kepercayaan serta kenyamanan nasabah sehingga mendorong minat investasi.

5. Secara simultan, literasi keuangan syariah, persepsi harga emas, persepsi pendapatan, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,578, yang berarti bahwa 57,8% variasi minat berinvestasi dapat dijelaskan oleh keempat variabel tersebut, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

5.2 Saran

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

1. Bagi PT. Bank Syariah Indonesia (BSI)
 - a. Meningkatkan literasi keuangan syariah masyarakat, dengan cara mengadakan edukasi seperti seminar, workshop, maupun konten digital yang mudah dipahami, sehingga masyarakat memiliki pemahaman yang lebih baik mengenai produk investasi syariah, khususnya cicil emas.
 - b. Meningkatkan kualitas pelayanan secara berkelanjutan, terutama dalam hal kecepatan layanan, keramahan petugas, serta kejelasan informasi, karena kualitas pelayanan terbukti menjadi faktor yang paling dominan dalam memengaruhi minat berinvestasi.

- c. Memberikan informasi yang transparan dan edukatif, terutama terkait mekanisme cicil emas, keuntungan, serta risiko yang mungkin terjadi, agar dapat meningkatkan kepercayaan dan kenyamanan nasabah dalam berinvestasi.
- d. Memperkuat komunikasi terkait harga emas, misalnya dengan memberikan update harga secara berkala dan penjelasan mengenai tren harga emas, sehingga dapat membentuk persepsi positif masyarakat terhadap investasi emas.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi minat berinvestasi. Penambahan variabel tersebut diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan masyarakat dalam berinvestasi, khususnya pada produk cicil emas berbasis syariah.

Selain itu, peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas cakupan penelitian, baik dari segi lokasi maupun jumlah responden, sehingga hasil penelitian dapat lebih representatif dan memiliki tingkat generalisasi yang lebih tinggi. Penggunaan metode penelitian yang lebih beragam, seperti pendekatan kualitatif atau metode campuran (mixed

method), juga disarankan agar dapat memperoleh pemahaman yang lebih mendalam terkait perilaku dan motivasi masyarakat dalam berinvestasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Addinpujoartanto, N. A., & Darmawan, S. (2020). Pengaruh Overconfident, Regret Aversion , Loss Aversion, dan Herding Bias Terhadap Keputusan Investasi di Indonesia. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 13(3), 175–187.
- Afrian, R. (2025). Pengaruh Fluktuasi Kurs US Dollar dan Harga Emas Terhadap Penjualan MULIA Pegadaian Periode Tahun 2019 – 2023. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 4(3), 5229–5241. <https://doi.org/https://doi.org/10.56799/ekoma.v4i3.7062>
- Agustin, L. D., Yudiantoro, D., & Hidayati, A. N. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan , Presepsi Imbal Hasil , dan Motivasi terhadap Minat Investasi di Pasar Modal Syariah. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7, 535–542. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/jptam.v7i1.5328>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Al-Aziz, M. A., & Rinofah, R. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan dan Faktor Demografi Terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa FE Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa. *Jurnal Manajemen Dan Sains*, 6(April), 81–87. <https://doi.org/10.33087/jmas.v6i1.231>
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep Umum Populasi dan Sampel dalam Penelitian. *Journal PILAR: Perspektif Ilmu-Ilmu Agama Kontemporer*, 14(1), 15–31. <https://doi.org/https://doi.org/10.26618/whw41w62>
- Anggraini, D. (2023). Pengaruh Fluktuasi Harga Emas dan Promosi terhadap Minat Nasabah pada Cicil Emas di Bank Syariah Indonesia KCP Sipirok.

- Ardianti, T., & Hariyanto, D. (2025). The Influence of Gold Price Fluctuations , Income , and Financial Management on Investment Decisions in Gold Savings with Investment Knowledge as a Moderating Variable. *International Economics and Business Conference (IECON)*, 3(1), 462–474.
- Ariska, C. P., Agus, R., & Marpaung, M. (2022). Pengaruh strategi promosi, religiusitas, fluktuasi harga emas dan digitalisasi terhadap keputusan nasabah berinvestasi tabungan emas. *KONSEP: Konferensi Nasional Sosial Dan Engineering Polmed*, 3, 477–487. <https://doi.org/https://doi.org/10.51510/konsep.v3i1.858>
- Asmawati, N., Munawarah, & Muis, M. (2025). “Pengaruh Harga Emas terhadap Minat Nasabah dalam Investasi Emas.” *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*. <https://doi.org/https://doi.org/10.30640/digital.v4i2.4995>
- Dwijayanti, T., Soebroto, N. W., & Suriana, I. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Minat Bertransaksi pada PT. Penggadaian Unit Karang Joang Balikpapan. *Jurnal Mahasiswa Akuntansi Poltekba (JMAP)*, 1.
- Ed, W., Aniqotunnafiah, & Sn, K. (2024). Pengaruh Fluktuasi Harga Emas , Literasi Keuangan dan Pendapatan terhadap Keputusan Investasi Emas (Pada Member Agen Mini Gold di Kota Demak). *Pajak Dan Manajemen Keuangan*, 1(4), 139–151. <https://doi.org/https://doi.org/10.61132/pajamkeu.v1i4.426>
- Efendi, B. (2019). Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Kualitas Pelayanan Bank Syariah Melalui Pendekatan SERVQUAL. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat Kepada UNSIQ*, 6(2), 104–111. <https://doi.org/https://doi.org/10.32699/PPKM.V6I2.684>
- Fadhilah, F. (2025). Pengaruh literasi keuangan, trust , kualitas layanan dan citra perusahaan terhadap minat berinvestasi cicil emas pada bank syariah indonesia (bsi) di kota malang.

- Faizah, N., & Sa'diyah, M. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah , Kualitas Pelayanan dan Tingkat Kepercayaan Terhadap Minat Mahasiswa dalam. *Business and Economics Conference in Utilization of Modern Technology*, 253–266.
- Fauzi, A. A. (2017). Mengukur pengaruh kualitas layanan model CARTER terhadap kepuasan nasabah perbankan syariah Indonesia. *Journal of Business and Banking*, 6(November 2016). <https://doi.org/10.14414/jbb.v6i2.718>
- Fauzyah, N. J., Kurniawan, A., Agnyoto, P., & Hajar, S. (2024). The influence of financial literacy , perceptions of gold prices and pocket money on interest in gold investment (Survey of UIS Malaysia students and STIE Sutaatmadja Subang students). *InCAF: International Conference On Accounting and Finance*, 2(March 2023), 93–104.
- Fikri, S., Wiyani, W., & Suwandar, A. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa Strata I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Merdeka Malang). *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3. <https://doi.org/https://doi.org/10.26905/jbm.v3i1.80>
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Addison-Wesley.
- Fitria, F. (2019). Pengaruh Fluktuasi Harga Emas Terhadap Minat Masyarakat Untuk Bertransaksi di Pegadaian Syariah (Studi Kasus Pegadaian Syariah Daan Mogot Jakarta Barat). *Skripsi*.
- Gain, R., Herdinata, C., & Sienatra, B. K. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Vodkasoda Shirt. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 2. <https://doi.org/https://doi.org/10.37715/jp.v2i2.447>

- Gandu, Y. D., Wasita, P. A., & Resmi, L. D. (2024). The Effect of Investment Knowledge and Risk Perception on Investment Interest of Dhyana Pura University Students. *Jurnal Ekonomika, Bisnis, Dan Humaniora (JAKADARA)*, 3(3), 165–174. <https://doi.org/https://doi.org/10.36002/jd.v3i3.3505>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Pogram IBM SPSS 26*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Pogram IBM SPSS 26* (10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Haerisma, A. S., Ahdi, M., & Adha, L. (2021). Pengaruh Fluktuasi Harga Emas dan Promosi Terhadap Minat Nasabah dalam Produk Cicil Emas pada Pegadaian Syariah Pasar Baru Indramayu. *Jurnal Ekonomi Rabbani*, 1(November), 79–94. <https://doi.org/10.53566/jer.v1i2.44>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis: A global perspective* (Vol. 7). In Upper Saddle River.
- Handayani, J. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah. *PJEB: Perwira Journal of Economy & Business*, 3, 1–10. <https://doi.org/https://doi.org/10.54199/pjeb.v3i2.212>
- Hasanah, R., Anggriani, T., Arnola, A., & Hidayati, N. F. (2025). Peran Literasi Keuangan Syariah dan Teknologi Finansial dalam Meningkatkan Inklusi Keuangan Islam: Sebuah Tinjauan Literatur. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Perpajakan Dan Tata Kelola Perusahaan (JAKPT)*, 2(4), 1121–1127. <https://doi.org/https://doi.org/10.70248/jakpt.v2i4.2354>
- Herdiani, F. (2022). Pengaruh Pemahaman Investasi dan Fluktuasi Harga Emas Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi Emas pada Pegadaian Syariah (Studi pada FEBI Uin Saizu dan FEB UMP). *Skripsi*.

- Hidayana, M., & Indriani, E. (2023). Analisis Pengaruh Harga Emas dan Keuntungan Terhadap Minat Nasabah Berinvestasi pada Produk Emas. *Business and Economics Conference in Utilization of Modern Technology*, 2005, 142–152.
- Hidayanti, N. F., Ariani, Z., Dewi, N. Y. S., Indri, & Agustina, A. (2025). Peran Literasi Keuangan Islam dalam Adopsi Layanan Keuangan Digital: Analisis Bibliometrik dan Tinjauan Literatur. *Journal of Sharia Economy and Islamic Tourism*, 5(2), 133–140.
- Ikhsan, N., Fadilla, & Choirunnisak. (2022). Pengaruh Promosi Dan Harga Emas Terhadap Minat Nasabah Produk BSI Gadai Emas (Studi Kasus Ex Bank Syariah Mandiri KC Simpang Patal Palembang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 2, 351–376. <https://doi.org/https://doi.org/10.36908/jimpa.v2i2.86>
- Indrawan, Y. V. (2023). The Effect of Price Fluctuations and Promotions on Consumer Interest in Gold Installment Products of Bank Syariah Indonesia. *BIREV: Business and Investment Review*, 1(3), 168–176. <https://doi.org/https://doi.org/10.61292/birev.v1i3.25>
- Ira, A., Eni, P., & Nungki, I. (2023). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan dan Perilaku Keuangan Terhadap Minat Investasi Tabungan Emas. *Journal of Law Education and Business*, 1(2), 243–256. <https://doi.org/https://doi.org/10.57235/jleb.v1i2.1123>
- Izzati, N. (2021). Pengaruh Fluktuasi Harga Emas Terhadap Minat Nasabah yang Bertransaksi di PT. Pegadaian Syariah Cabang Banda Aceh. *Skripsi*.
- Jusuf, R. D., Agus, M., Monoarfa, S., & Dungga, M. F. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan , Experienced Regret , Dan Risk Tolerance Terhadap Keputusan Investasi Masyarakat Di Kota Gorontalo. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 932–944. <https://doi.org/https://doi.org/10.37479/jimb.v6i2.21900>

- Kamila, T. P., & Rahayu, Y. S. (2024). Pengaruh Keamanan, Kepercayaan, dan Risiko Terhadap Penggunaan Layanan Mobile Banking pada Mahasiswa di Kota Malang. *An-Nisbah: Jurnal Perbankan Syariah*, 5, 49–61.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Opresnik, M. O. (2016). *Marketing: An Introduction* (13th ed.). Pearson Education.
- Kuswanti, A., Zunaida, D., & Krisdianto, D. (2023). Pengaruh Harga dan Motivasi Investasi Terhadap Pengambilan Keputusan Investasi Emas Logam Mulia (Studi Pada Mahasiswa Prodi Administrasi Bisnis Tahun Angkatan 2019-2020). *JlAGABI*, 12.
- Ladamay, A. Z., Supriyanto, T., & Nugraheni, S. (2021). Pengaruh Media Sosial, Literasi Keuangan, Risiko, Imbal Hasil, dan Regiusitas Terhadap Minat Berinvestasi Sukuk Generasi Z di Jakarta. *Isamic Economics Journal*, 7(2), 161–185. <https://doi.org/https://doi.org/10.21111/iej.v7i2.6552>
- Laili, S. W., Wahyuni, I., & Subaida, I. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Investasi Melalui Efikasi Keuangan pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unars. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*, 1(3), 538–553. <https://doi.org/https://doi.org/10.36841/jme.v1i3.1990>
- Maharani, N. S. (2020). Pengaruh Promosi dan Fluktuasi Harga Emas Terhadap Minat Nasabah pada Produk Tabungan Emas. *Muhasabatuna: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Islam*, 1(2), 80–96. <https://doi.org/https://doi.org/10.54471/muhasabatuna.v2i1.702>
- Mahyarni. (2013). Theory of Reasoned Action dan Theory of Planned Behavior (Sebuah Kajian Historis tentang Perilaku). *El-Riyasah*, 4. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.24014/jel.v4i1.17>
- Mardiya, R., Amani, T., & Vidiyastutik, E. D. (2025). Pengaruh Pendapatan ,

- Pengetahuan Investasi , dan Literasi Keuangan Nasabah Terhadap Minat Investasi Tabungan Emas Pada PT. Pegadaian Cabang Probolinggo. *ECo-Fin: Economics and Financial*, 7(2). <https://doi.org/10.32877/ef.v7i2.2306>
- Meidy, A. R., Amir, A., & Isnaeni, N. (2024). Pengaruh Pendapatan, Pengetahuan, Promosi dan Harga Emas Terhadap Keputusan Mitra Bank Berinvestasi Emas di BSI Kota Jambi. *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 2(4). <https://doi.org/https://doi.org/10.61132/santri.v2i4.770>
- Mentari, N. M., Yohani, & Hudaya, F. (2021). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, Motivasi dan Persesi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk Tabungan Emas di Pegadaian Syariah Pekalongan. *Jurnal UMPP*, 47–74.
- Nabila, V., & Safri. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan dan Toleransi Resiko Terhadap Keputusan Investasi Tabungan Emas di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Kramat Jati. *JIMA: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*, 2(1), 32–42. <https://doi.org/https://doi.org/10.35968/0hfc5t40>
- Ningrum, D. A., & Susanti, J. (2023). The Effect of Financial Literasi, Income and Per-ceived Return on Invesment Decisions (Case Study in Sidoarjo Community). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 6(1), 1–11.
- Ningsih, G., Dayyan, M., & Nurjannah. (2019). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan dan Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Berinvestasi Logam Mulia di Pegadaian Syariah Langsa Barat. *IHTIYATH: Jurnal Manajemen Keuangan Syariah*, 3, 87–110. <https://doi.org/https://doi.org/10.32505/ihtiyath.v3i1.1297>
- Nurazizah, L. S., Romdoni, I. A., & Hasanah, D. (2025). Pengaruh Fluktuasi Harga Emas Terhadap Minat Nasabah Pada Produk Cicil Emas Di Bank Jabar Banten Syariah Sumedang. *JIAKPRO: Jurnal Ilmiah Ilmu Akuntansi Profetik*, 2(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.55182/jiakpro.v3i2.691>

- Nurhikmah, & Ismaulana. (2020). Faktir yang Mempengaruhi Nasabah dalam Memilih Tabungan Emas pada Pegadaian Syariah Takengon. *AT-TIJARAH: Jurnal Penelitian Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 2(1), 1–11.
- Oda, F. R., & Rohayati, S. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan , Manajemen Keuangan dan Pendapatan Terhadap Minat Investasi Emas Mahasiswa Pendidikan Akuntansi Universitas Negeri Surabaya. *JIP: Jurnal Inspiratif Pendidikan*, 12, 583–596.
<https://doi.org/https://doi.org/10.24252/ip.v12i2.44192>
- Pamungkas, R. H. (2023). Analisis Pengaruh Instabilitas Harga Emas terhadap Minat Bertransaksi Nasabah pada PT Bank Aceh Syariah Cabang S . Parman Medan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Islam (JIMPAI)*, 3(November), 500–509.
- Pana, V., & Ambarwati, L. (2023). Pengaruh Ekspektasi Return dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Berinvestasi Emas pada Mahasiswa STIE Widya Wiwaha. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan (JAK)*, 11(2), 176–182.
<https://doi.org/https://doi.org/10.29103/jak.v11i2.12193>
- Pradipa, N. A., Trisnadewi, K. S., & Dwijayanti, N. M. A. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Investasi dengan Financal Technology Sebagai Pemediasi di Kota Denpasar. *JUARA: Jurnal Riset Akuntansi*, 13(2), 217–236.
- Priantika, M., & Wulandari, S. (2021). Harga Emas terhadap Minat Nasabah Berinvestasi menggunakan Produk Tabungan Emas. *Jurnal Penelitian Pendidikan Sosial Humaniora*, 6(1).
<https://doi.org/https://doi.org/10.32696/JP2SH.V6I1.714>
- Remund, D. L. (2010). *Financial Literacy Explicated : The Case for a Clearer Definition in an Increasingly Complex Economy*. 44(2), 276–295.
- Safitri, L. A., & Rachmansyah, Y. (2018). Pengaruh Herding, Pendapatan dan Usia

- Terhadap Keputusan Investasi pada Emas (Studi Kasus Pada PT. Pegadaian (Persero) di Kota Semarang). *Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 16, 1–19. <https://doi.org/https://doi.org/10.34152/fe.16.1.1-19>
- Safitri, R., Wuryaningsih, Amrullah, A. M. K., & Novianti, K. R. (2025). How Islamic Financial Literacy Shape Customer Attitude, Subjective Norm, and Perceived Behavioral Control in Using Islamic Banks in Indonesia. *EL-DINAR: Jurnal Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 13(2), 182–207.
- Safryani, U., Aziz, A., & Triwahyuningtyas, N. (2020). Analisis Literasi Keuangan, Perilaku Keuangan, Dan Pendapatan Terhadap Keputusan Investasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 8(3). <https://doi.org/https://doi.org/10.37641/jiakes.v8i3.384>
- Salim, F., Arif, S., & Devi, A. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah , Islamic Branding , dan Religiusitas terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah : Studi Pada Mahasiswa FAI Universitas Ibn Khaldun Bogor Angkatan 2017-2018. *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(2), 226–244. <https://doi.org/https://doi.org/10.47467/elmal.v3i2.752>
- Salim, J. (2010). *Jangan Investasi Emas Sebelum Baca Buku Ini*. Visi Media.
- Sancai, Susanto, & Utama, T. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di PT. Solusi Bangun Andalas Medan. *SENASHTEK2024:Seminar Nasional Sosial & Teknologi 2024*, 1, 205–211.
- Sari, A., & Yanti, H. B. (2023). Pengaruh Perilaku Keuangan, Literasi Keuangan, dan Pendapatan Terhadap Perencanaan Keuangan Pribadi. *Ebid : Ekonomi Bisnis Digital*, 1(1), 23–30. <https://doi.org/https://doi.org/10.37365/ebid.v1i1.172>
- Siagian, R. R. A. (2025). Persepsi Masyarakat Indonesia Terhadap Kenaikan Harga Emas Sebagai Instrumen Investasi Jangka Panjang : Sebuah Tinjauan Literatur.

Future Academia: The Journal of Multidisciplinary Research on Scientific and Advanced, 3(2023), 72–79.
<https://doi.org/https://doi.org/10.61579/future.v3i1.298>

Siregar, M., Indah, A., Nasution, L., & Aisyah, S. (2023). Analisis Faktor-Faktor Keputusan Milenial Kota Medan Dalam Berinvestasi Emas Logam Mulia. *Jurnal Iqtisaduna*, 9, 116–131. <https://doi.org/10.24252/iqtisaduna.v9i1.36544>

Sodik, M. (2017). Pengaruh Fluktuasi Harga Emas Terhadap Minat Bertransaksi Nasabah Pegadaian Syariah (Studi Pada Pegadaian Syariah Cabang Raden Intan Bandar Lampung 2016-2017). *Skripsi*.

Sucihati, R. N., Suprianto, & Mustiadi, D. (2020). Analisis Pengaruh Promosi, Lokais, Pelayanan dan Suku Bunga Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Kredit Usaha Rakyat (KUR). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 8(3), 164–174. <https://doi.org/https://doi.org/10.58406/jeb.v8i3.552>

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. ALFABETA Bandung.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. ALFABETA.

Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. ALFABETA Bandung.

Sulaiman, I., & Aprianingsih, A. (2023). International Journal of Current Science Research and Review Unveiling Gold Investment Preferences: A Comprehensive Analysis of Factors Shaping Intention to Invest in Gold Installment Plans. *International Journal of Current Science Research and Review*, 06(12), 8192–8202. <https://doi.org/10.47191/ijcsrr/V6-i12-73>

Sun, S., & Lestari, E. (2022). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan , Pengetahuan Investasi , Motivasi Investasi Dan Pendapatan Terhadap Keputusan Investasi

- Pada Masyarakat Di Batam. *AKUNESA: Jurnal Akuntansi Unesa*, 10(03), 101–114. <https://doi.org/https://doi.org/10.26740/akunesa.v10n3.p101-114>
- Sunani, A., Fahim, A., & Sahliyah, F. (2025). Pengaruh pendapatan, fluktuasi harga emas, dan persepsi emas terhadap minat investasi perhiasan emas. *Al Maqashid: Journal of Economics and Islam Business*, 06(02), 9–20. <https://doi.org/https://doi.org/10.55352/maqashid.v6i02.2093>
- Supriyanto, M. A., Rahayu, Y. S., & Siswanto. (2023). Factors Affecting Customer Loyalty of Bank Syariah Indonesia. *International Journal of Social Science and Business*, 7(2), 416–424. <https://doi.org/https://doi.org/10.23887/ijssb.v7i2.53520>
- Syariah, B., Bsi, I., & Bank, N. (2022). Analisis Kualitas Layanan dan Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia. 8(03), 2501–2510.
- Thaha, S. (2022). Pentingnya Financial Literacy Dalam Tata Kelola Keuangan Pribadi (Suatu Studi Pustaka). *Jurnal Edueco*, 4(1), 57–73. <https://doi.org/10.36277/edueco.v4i1.79>
- Uswah, N., Fitriyah, N., & Lenap, I. P. (2024). Pengaruh Reputasi Perusahaan, Fluktuasi Harga Emas, Kualitas Pelayanan dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Nasabah Berinvestasi Melalui Cicil Emas di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Masbagik. *Jurnal Risma*, 4, 328–341.
- Verayani, M. (2019). Pengaruh Fluktuasi Harga Emas dan Strategi Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Emas pada Bank Syariah Mandiri Bnada Aceh. *Skripsi*.
- Viana, E. D., Febrianti, F., & Dewi, F. R. (2021). Literasi Keuangan , Inklusi Keuangan dan Minat Investasi Generasi Z di Jabodetabek. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi (JMO)*, 12(3), 252–264.

<https://doi.org/https://doi.org/10.29244/jmo.v12i3.34207>

Wang, L. (2021). *Mendulang Untung Dengan Investasi Emas*. Griya Pustaka Utama.

Yuliana, I. (2010). *Investasi Produk Keuangan Syariah* (Cet.1). Malang :UIN - Maliki Press,2010.

Yushita, A. N. (2017). Pentingnya Literasi Keuangan bagi Pengelolaan Keuangan Pribadi. *Jurnal Nominal*, VI. <https://doi.org/https://doi.org/10.21831/nominal.v6i1.14330>

Zeithaml, V. A. (1988). Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence. *Journal of Marketing*, 52(3), 21. <https://doi.org/https://doi.org/10.2307/1251446>

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kusioner Penelitian

1. Usia : ☐ 17-25 thn ☐ 26-35 thn ☐ 36-45 thn
☐ 46-60 thn ☐ > 60 thn
2. Jenis Kelamin : ☐ Laki – Laki ☐ Perempuan
3. Pekerjaan Utama : ☐ Pelajar/Mahasiswa ☐ Pegawai Swasta/BUMN
☐ PNS/TNI/Polri
☐ Wiraswasta/Pengusaha
4. Pendapatan : ☐ < Rp1.500.000 ☐ Rp1.600.000 – Rp3.000.000
☐ Rp3.000.000 – Rp5.000.000
☐ Rp5.100.000 – Rp10.000.000
☐ > Rp10.000.000

Daftar Pernyataan

1. Variabel Literasi Keuangan

No	Indikator	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
			1	2	3	4	5
1.	Pengetahuan dasar	Saya mengetahui tentang keuangan syariah					
		Saya mengetahui produk dan layanan keuangan syariah.					
2.	Kemampuan	Saya mampu mengelola keuangan dengan baik dan benar sesuai dengan akad-akad syariah					
3.	Sikap	Saya mengambil keputusan menggunakan jasa perbankan syariah sesuai dengan syari'at Islam					
4.	Kepercayaan	Saya percaya dalam menggunakan jasa perbankan syariah					

2. Variabel Persepsi Harga Emas

No	Indikator	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
			1	2	3	4	5
1.	Keterjangkauan Harga	Harga emas masih terjangkau bagi saya meskipun mengalami perubahan harga					
		Perubahan harga emas tidak menghalangi saya untuk berinvestasi emas					
2.	Penetapan Harga yang Kompetitif	Harga emas yang ditawarkan bersaing dengan harga emas di tempat lain.					
		Saya menilai harga emas telah disesuaikan dengan kondisi pasar.					
3.	Kesesuaian Harga dengan Manfaat	Harga emas sesuai dengan kualitas emas yang saya peroleh.					
4.	Kesesuaian Harga dengan Kualitas	Kualitas emas yang ditawarkan sebanding dengan harga yang dibayarkan.					
5.	Daya saing harga	Harga emas tetap menarik dibandingkan produk investasi lainnya.					
		Manfaat investasi emas membuat harganya tetap layak meskipun berfluktuasi.					

3. Variabel Persepsi Pendapatan

No	Indikator	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
			1	2	3	4	5
1.	Sumber Pendapatan	Saya memperoleh pendapatan dari pekerjaan utama yang saya jalani saat ini.					
		Selain pekerjaan utama, saya juga memiliki pendapatan dari usaha atau					

		pekerjaan sampingan.					
		Saya memperoleh pendapatan tambahan dari investasi atau sumber lain di luar pekerjaan utama.					
2.	Tingkat Pendapatan	Pendapatan yang saya peroleh setiap bulan cukup untuk memenuhi kebutuhan hidup.					
		Secara keseluruhan, pendapatan saya dalam satu tahun tergolong mencukupi.					
		Saya menilai tingkat pendapatan saya berada pada kategori menengah atau lebih.					
3.	Konsistensi Pendapatan	Pendapatan yang saya peroleh relatif stabil dari waktu ke waktu.					

4. Variabel Kualitas Pelayanan

No	Indikator	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
			1	2	3	4	5
1.	Bukti fisik (<i>tangible</i>)	Tata ruang dan desain interior kantor bank terlihat rapi dan profesional.					
		Media informasi produk Cicil Emas tersedia dengan jelas dan mudah dipahami.					
2.	Kehandalan (<i>Reliability</i>)	Akurasi informasi yang diberikan tepat dan mengenai produk, layanan dan transaksi					
		Ketersediaan layanan dan produk sesuai dan memuaskan.					
3.	Kemampuan Tanggapan (<i>Responsive</i>)	Proses penyelesaian masalah atau kendala yang memuaskan dan ditanggapi dengan baik.					
		Kesediaan memberi penjelasan dengan segera saat membutuhkan informasi					

		Kesediaan layanan yang fleksibel					
4.	Tanggung (Assurance)	Saya merasa aman dalam melakukan transaksi					
		Saya yakin data dan transaksi saya dijaga kerahasiaannya oleh bank					
5.	Empati (Empathy)	Kesediaan pegawai bank dalam memahami keadaan nasabah					
		Pendekatan yang sopan dan ramah kepada nasabah					
		Kesediaan memberikan empati disetiap melakukan transaksi					

5. Minat Berinvestasi

No	Indikator	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
			1	2	3	4	5
1.	Minat transaksional	Saya merasa tertarik dengan produk ini.					
		Saya merasa produk ini sesuai dengan kebutuhan saya					
2.	Minat Interest	Saya merasa bangga ketika orang lain membeli produk berdasarkan rekomendasi dari saya.					
		Saya cenderung berbicara positif tentang produk ini kepada orang lain.					
3.	Minat prioritas	.Saya akan terus menggunakan produk ini di masa mendatang.					
		Jika saya menemukan kesalahan dalam preferensi produk ini, saya akan menggantinya dengan produk lain					
4.	Minat Eksplorasi.	Saya selalu mencari informasi tambahan tentang produk yang saya minati.					
		Saya mengikuti perkembangan terbaru tentang produk yang saya sukai melalui media sosial atau situs web.					

Lampiran 2. Tabulasi Data Penelitian

Literasi Keuangan Syariah (X1)				
X1.1.1	X1.1.2	X1.2	X1.3	X1.4
3	4	5	4	3
3	4	5	3	5
4	4	5	4	3
5	4	5	4	3
3	5	4	3	4
5	4	5	3	3
5	4	4	3	4
4	5	3	5	4
3	4	5	3	4
5	3	4	5	3
5	4	3	5	4
4	4	5	3	5
5	4	5	3	5
3	4	3	5	4
5	4	5	3	4
5	3	5	3	4
4	5	2	1	3
3	4	5	3	4
4	3	4	5	2
5	4	3	4	5
5	4	5	4	4
5	2	3	5	3
4	4	5	4	4
3	2	4	4	4
3	2	3	3	3
2	3	4	3	4
4	4	4	4	4
3	2	3	4	3
3	3	2	4	2
5	4	4	3	3
5	3	3	4	4
1	1	2	2	4
3	4	3	4	5
4	3	4	5	5
3	4	2	3	3
3	5	5	3	4

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

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

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

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

Persepsi Harga Emas (X2)							
X2.1.1	X2.1.2	X2.2.1	X2.2.2	X2.3	X2.4	X2.5.1	X2.5.2
5	4	3	5	4	3	5	4
5	3	4	3	4	5	3	4
5	3	4	5	3	5	4	5
4	5	3	4	3	5	3	5
5	3	3	4	5	4	5	4
4	5	4	3	5	4	4	5
5	3	4	5	3	4	5	3
5	5	4	5	3	4	5	3
4	3	4	5	3	4	5	3
4	3	5	3	5	4	3	4
5	4	5	3	4	5	4	5
4	3	4	5	3	4	5	3
4	5	3	4	5	3	4	5
5	4	5	3	4	5	4	5
4	5	4	5	3	5	4	5
5	3	4	5	4	2	1	3
4	5	3	4	5	3	4	2
4	5	4	3	4	5	1	3
3	5	3	4	5	3	4	5
3	5	4	3	5	4	1	5
4	4	4	3	5	4	3	2
5	4	3	5	3	5	5	4
2	4	2	4	3	3	4	4
4	3	4	3	3	2	2	5
3	3	3	4	4	2	4	4
2	3	3	4	4	4	5	4
4	3	3	5	3	4	3	4
5	3	3	4	4	3	3	4
4	3	3	3	4	3	4	4
3	5	4	4	4	3	4	5
3	4	4	5	4	5	5	5
3	4	4	2	5	2	5	3
3	4	3	2	3	2	1	5
5	5	2	4	3	4	4	4
3	3	3	4	4	1	4	2
2	4	4	4	4	2	4	5
2	2	4	3	4	5	5	4
1	2	1	4	5	1	5	1
3	5	4	4	3	4	5	4

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

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

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

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

Persepsi Pendapatan (X3)						
X3.1.1	X3.1.2	X3.1.3	X3.2.1	X3.2.2	X3.2.3	X3.3
3	4	5	4	3	4	5
3	5	4	3	4	5	3
3	4	5	4	3	4	3
3	4	3	5	3	4	5
4	5	3	4	5	4	5
4	5	4	3	5	4	3
4	5	3	4	5	3	4
4	5	4	5	3	3	5
3	4	4	5	3	5	5
5	4	5	3	4	5	3
3	5	4	3	4	5	3
5	4	5	3	5	2	4
4	5	3	5	4	5	4
3	5	3	5	3	4	5
3	4	5	3	4	5	4
3	4	5	3	4	5	4
4	5	1	3	4	5	3
4	5	4	3	4	5	4
3	5	4	3	5	5	3
3	5	4	3	4	5	3
4	4	4	3	4	4	2
2	3	5	4	4	3	4
3	1	3	5	1	3	4
2	3	3	2	3	3	3
3	4	5	3	4	4	2
4	5	4	4	4	4	4
4	2	4	2	4	2	2
4	2	3	3	3	3	3
3	3	4	3	3	4	5
4	2	4	3	4	3	2
4	4	4	3	3	5	5
1	3	1	4	4	3	4
2	3	3	3	4	3	3
4	5	4	4	2	4	3
4	4	3	4	2	4	5
5	4	3	1	4	3	5
5	3	2	5	3	4	4
2	4	3	4	3	5	2
3	2	3	4	4	5	4

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

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

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

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

Kualitas Pelayanan (X4)											
X4.1. 1	X4.1. 2	X4.2. 1	X4.2. 2	X4.3. 1	X4.3. 2	X4.3. 3	X4.4. 1	X4.4. 2	X4.5. 1	X4.5. 2	X4.5. 3
4	3	4	5	4	3	5	5	4	3	5	5
4	4	5	3	4	5	3	4	3	5	4	3
3	5	4	3	4	3	5	4	3	3	4	3
3	4	5	3	4	5	3	5	3	4	5	3
3	5	4	5	3	4	4	5	3	4	5	3
5	4	3	5	4	3	4	5	4	3	5	4
5	3	4	5	3	5	4	5	3	4	5	3
4	5	4	3	5	4	5	3	4	5	3	5
4	3	4	5	4	3	5	4	3	5	4	3
5	4	3	4	5	3	4	5	5	3	4	3
5	4	5	3	5	4	3	5	4	3	4	5
5	5	4	5	3	4	5	4	5	3	5	4
5	3	5	4	5	3	5	4	5	3	5	4
3	4	5	3	5	3	4	5	3	4	5	3
5	3	4	4	5	4	5	3	5	5	4	5
3	4	5	3	4	5	4	3	4	5	3	4
5	3	5	1	4	5	3	1	4	5	3	5
3	4	5	3	4	5	3	1	4	5	3	4
3	1	4	5	3	5	3	4	5	3	4	5
4	5	4	3	4	5	4	3	2	4	5	3
3	4	3	5	5	3	4	2	2	4	2	3
4	5	3	3	5	4	2	4	4	2	4	4
4	4	4	2	4	2	5	3	4	5	3	4
4	2	3	1	4	4	3	1	2	4	3	3
3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4
4	4	5	4	4	4	4	2	4	2	3	4
5	4	4	5	5	2	2	3	1	2	2	3
2	4	4	5	3	4	2	3	4	3	3	3
3	3	3	4	4	5	3	4	4	4	4	4
3	4	3	4	5	4	5	5	4	3	3	3
1	5	4	4	4	5	3	4	2	4	4	4
1	2	3	4	4	4	4	4	2	3	4	4
4	4	5	3	5	4	4	2	2	4	1	3
5	3	3	2	4	4	2	3	3	3	4	4
4	3	3	5	4	5	4	2	5	5	4	4
4	5	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4
5	4	4	4	5	4	5	2	3	3	5	3
4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	5	4

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

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

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

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

Minat Berinvestasi (Y)							
Y.1.1	Y.1.2	Y.2.1	Y.2.2	Y.3.1	Y.3.2	Y.4.1	Y.4.2
4	3	4	5	3	4	5	2
5	4	3	5	4	3	4	5
5	3	4	5	3	4	5	3
4	5	3	5	3	4	5	3
3	5	5	4	5	3	4	4
3	5	4	5	3	5	5	3
3	5	5	3	4	5	3	5
4	5	3	4	3	4	5	3
5	4	3	4	5	4	3	5
5	3	4	5	3	4	5	3
5	4	5	3	5	4	5	3
5	3	5	3	5	4	5	4
5	4	5	3	4	5	3	5
4	5	3	4	5	3	4	5
3	5	3	4	5	4	5	3
5	1	4	3	2	4	5	3
5	3	5	3	5	4	1	4
5	3	1	4	3	4	5	3
3	5	5	3	4	5	3	5
3	4	5	3	4	5	3	4
4	2	4	4	2	2	3	2
4	3	3	3	2	3	4	3
4	3	3	3	5	4	1	2
2	3	4	3	4	3	4	3
1	3	4	2	3	4	2	4
2	3	3	2	2	3	3	4
3	3	4	2	3	3	3	3
2	3	3	3	4	4	4	3
2	3	5	3	4	3	2	3
4	4	4	4	3	3	4	2
3	5	4	5	3	4	3	5
2	3	3	4	4	4	4	4
1	4	4	3	1	3	3	4
4	5	3	4	2	3	3	4
3	2	4	5	4	4	4	3
2	4	2	4	3	3	3	2
5	5	4	5	3	3	4	3
4	4	5	4	5	2	4	3
4	5	3	3	3	4	4	5

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

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

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

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

Lampiran 3. Output Olah Data

1. Hasil Uji Instrumen Penelitian

Uji Validitas

		Correlations					
		X1.1.1	X1.1.2	X1.2	X1.3	X1.4	TOTALX1
X1.1.1	Pearson Correlation	1	.646**	.578**	.572**	.602**	.861**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	200	200	200	200	200	200
X1.1.2	Pearson Correlation	.646**	1	.565**	.502**	.609**	.822**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	200	200	200	200	200	200
X1.2	Pearson Correlation	.578**	.565**	1	.402**	.529**	.765**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	200	200	200	200	200	200
X1.3	Pearson Correlation	.572**	.502**	.402**	1	.551**	.747**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	200	200	200	200	200	200
X1.4	Pearson Correlation	.602**	.609**	.529**	.551**	1	.819**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	200	200	200	200	200	200
TOTALX1	Pearson Correlation	.861**	.822**	.765**	.747**	.819**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	200	200	200	200	200	200

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

		Correlations					
		X2.1.1	X2.1.2	X2.2.1	X2.2.2	X2.3	X2.4
X2.1.1	Pearson Correlation	1	.810**	.829**	.802**	.576**	.863**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	199	199	199	199	199	199
X2.1.2	Pearson Correlation	.810**	1	.815**	.541**	.840**	.854**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	199	200	200	200	200	200
X2.2.1	Pearson Correlation	.829**	.815**	1	.535**	.599**	.847**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	199	200	200	200	200	200
X2.2.2	Pearson Correlation	.802**	.541**	.535**	1	.578**	.555**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	199	200	200	200	200	200
X2.3	Pearson Correlation	.576**	.840**	.599**	.578**	1	.562**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	199	200	200	200	200	200
X2.4	Pearson Correlation	.863**	.854**	.847**	.555**	.562**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	199	200	200	200	200	200
X2.5.1	Pearson Correlation	.534**	.539**	.550**	.597**	.597**	.571**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	199	200	200	200	200	200
X2.5.2	Pearson Correlation	.567**	.875**	.819**	.531**	.546**	.821**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	199	200	200	200	200	200
TOTALX2	Pearson Correlation	.816**	.821**	.810**	.773**	.791**	.828**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	199	200	200	200	200	200

		Correlations		
		X2.5.1	X2.5.2	TOTALX2
X2.1.1	Pearson Correlation	.534**	.567**	.816**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000
	N	199	199	199
X2.1.2	Pearson Correlation	.539**	.875**	.821**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000
	N	200	200	200
X2.2.1	Pearson Correlation	.550**	.819**	.810**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000
	N	200	200	200
X2.2.2	Pearson Correlation	.597**	.531**	.773**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000
	N	200	200	200
X2.3	Pearson Correlation	.597**	.546**	.791**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000
	N	200	200	200
X2.4	Pearson Correlation	.571**	.821**	.828**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000
	N	200	200	200
X2.5.1	Pearson Correlation	1	.497**	.769**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	200	200	200
X2.5.2	Pearson Correlation	.497**	1	.787**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	200	200	200
TOTALX2	Pearson Correlation	.769**	.787**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	200	200	200

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

		Correlations					
		X3.1.1	X3.1.2	X3.1.3	X3.2.1	X3.2.2	X3.2.3
X3.1.1	Pearson Correlation	1	.541**	.488**	.446**	.616**	.447**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	200	200	200	200	200	200
X3.1.2	Pearson Correlation	.541**	1	.536**	.492**	.602**	.638**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	200	200	200	200	200	200
X3.1.3	Pearson Correlation	.488**	.536**	1	.482**	.558**	.530**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	200	200	200	200	200	200
X3.2.1	Pearson Correlation	.446**	.492**	.482**	1	.466**	.509**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	200	200	200	200	200	200
X3.2.2	Pearson Correlation	.616**	.602**	.558**	.466**	1	.608**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	200	200	200	200	200	200
X3.2.3	Pearson Correlation	.447**	.638**	.530**	.509**	.608**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	200	200	200	200	200	200
X3.3	Pearson Correlation	.491**	.497**	.550**	.595**	.499**	.537**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	200	200	200	200	200	200
TOTALX3	Pearson Correlation	.738**	.800**	.770**	.732**	.809**	.793**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	200	200	200	200	200	200

		Correlations	
		X3.3	TOTALX3
X3.1.1	Pearson Correlation	.491**	.738**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000
	N	200	200
X3.1.2	Pearson Correlation	.497**	.800**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000
	N	200	200
X3.1.3	Pearson Correlation	.550**	.770**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000
	N	200	200
X3.2.1	Pearson Correlation	.595**	.732**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000
	N	200	200
X3.2.2	Pearson Correlation	.499**	.809**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000
	N	200	200
X3.2.3	Pearson Correlation	.537**	.793**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000
	N	200	200
X3.3	Pearson Correlation	1	.766**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	200	200
TOTALX3	Pearson Correlation	.766**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	200	200

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

		Correlations					
		X4.1.1	X4.1.2	X4.2.1	X4.2.2	X4.3.1	X4.3.2
X4.1.1	Pearson Correlation	1	.574**	.576**	.538**	.678**	.504**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	200	200	200	200	200	200
X4.1.2	Pearson Correlation	.574**	1	.660**	.566**	.710**	.614**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	200	200	200	200	200	200
X4.2.1	Pearson Correlation	.576**	.660**	1	.573**	.669**	.623**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	200	200	200	200	200	200
X4.2.2	Pearson Correlation	.538**	.566**	.573**	1	.570**	.544**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	200	200	200	200	200	200
X4.3.1	Pearson Correlation	.678**	.710**	.669**	.570**	1	.635**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	200	200	200	200	200	200
X4.3.2	Pearson Correlation	.504**	.614**	.623**	.544**	.635**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	200	200	200	200	200	200
X4.3.3	Pearson Correlation	.583**	.637**	.646**	.610**	.613**	.538**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	200	200	200	200	200	200
X4.4.1	Pearson Correlation	.507**	.530**	.566**	.617**	.528**	.534**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	200	200	200	200	200	200
X4.4.2	Pearson Correlation	.506**	.546**	.563**	.584**	.573**	.500**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	200	200	200	200	200	200
X4.5.1	Pearson Correlation	.582**	.586**	.657**	.510**	.618**	.654**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	200	200	200	200	200	200
X4.5.2	Pearson Correlation	.560**	.508**	.505**	.578**	.532**	.600**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	200	200	200	200	200	200

		Correlations	
		TOTALX4	
X4.1.1	Pearson Correlation	.779**	
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	200	
X4.1.2	Pearson Correlation	.804**	
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	200	
X4.2.1	Pearson Correlation	.812**	
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	200	
X4.2.2	Pearson Correlation	.769**	
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	200	
X4.3.1	Pearson Correlation	.820**	
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	200	
X4.3.2	Pearson Correlation	.798**	
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	200	
X4.3.3	Pearson Correlation	.809**	
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	200	
X4.4.1	Pearson Correlation	.752**	
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	200	
X4.4.2	Pearson Correlation	.776**	
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	200	
X4.5.1	Pearson Correlation	.782**	
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	200	
X4.5.2	Pearson Correlation	.787**	
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	200	

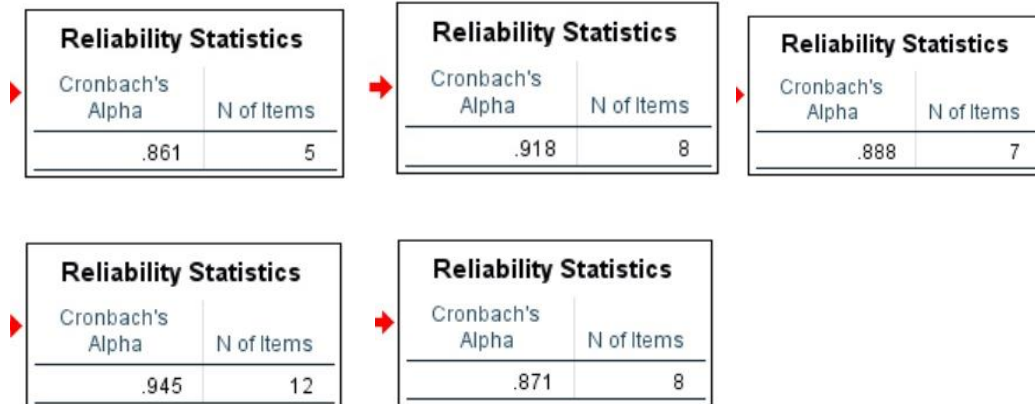
Correlations							
		Y1.1	Y1.2	Y2.1	Y2.2	Y3.1	Y3.2
Y1.1	Pearson Correlation	1	.374**	.405**	.500**	.410**	.434**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	200	200	200	200	200	200
Y1.2	Pearson Correlation	.374**	1	.427**	.486**	.481**	.461**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	200	200	200	200	200	200
Y2.1	Pearson Correlation	.405**	.427**	1	.376**	.473**	.553**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	200	200	200	200	200	200
Y2.2	Pearson Correlation	.500**	.486**	.376**	1	.420**	.424**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	200	200	200	200	200	200
Y3.1	Pearson Correlation	.410**	.481**	.473**	.420**	1	.541**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	200	200	200	200	200	200
Y3.2	Pearson Correlation	.434**	.461**	.553**	.424**	.541**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	200	200	200	200	200	200
Y4.1	Pearson Correlation	.460**	.447**	.339**	.552**	.346**	.511**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	200	200	200	200	200	200
Y4.2	Pearson Correlation	.426**	.606**	.527**	.440**	.481**	.544**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	200	200	200	200	200	200
TOTALY	Pearson Correlation	.689**	.729**	.705**	.717**	.716**	.774**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	200	200	200	200	200	200

Correlations				
		Y4.1	Y4.2	TOTALY
Y1.1	Pearson Correlation	.460**	.426**	.689**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000
	N	200	200	200
Y1.2	Pearson Correlation	.447**	.606**	.729**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000
	N	200	200	200
Y2.1	Pearson Correlation	.339**	.527**	.705**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000
	N	200	200	200
Y2.2	Pearson Correlation	.552**	.440**	.717**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000
	N	200	200	200
Y3.1	Pearson Correlation	.346**	.481**	.716**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000
	N	200	200	200
Y3.2	Pearson Correlation	.511**	.544**	.774**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000
	N	200	200	200
Y4.1	Pearson Correlation	1	.422**	.709**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	200	200	200
Y4.2	Pearson Correlation	.422**	1	.766**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	200	200	200
TOTALY	Pearson Correlation	.709**	.766**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	200	200	200

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Reliabilitas



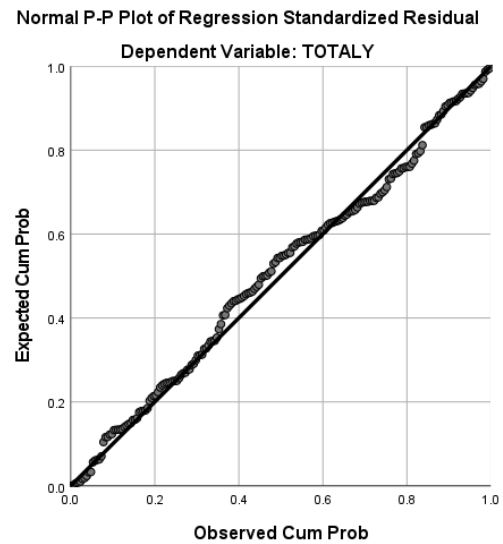
2. Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

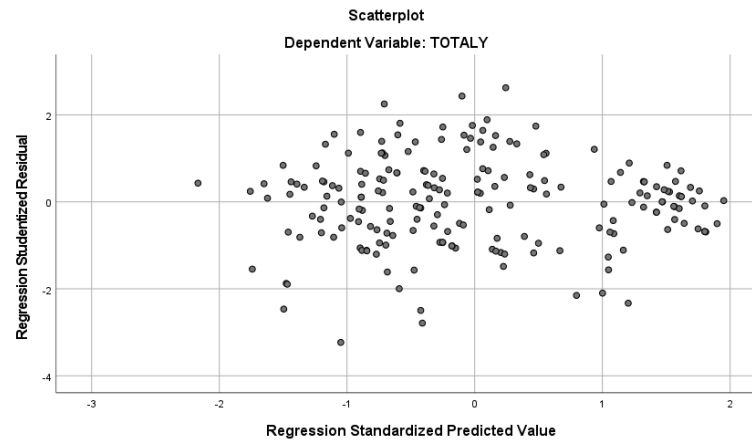
NPar Tests

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		200
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.39608620
Most Extreme Differences	Absolute	.054
	Positive	.047
	Negative	-.054
Test Statistic		.054
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. This is a lower bound of the true significance.



Uji Heteroskedastisitas



Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.527	1.461		2.414	.017		
	TOTALX1	.387	.076	.274	5.126	.000	.759	1.318
	TOTALX2	.207	.048	.249	4.310	.000	.648	1.544
	TOTALX3	.203	.054	.192	3.748	.000	.823	1.215
	TOTALX4	.175	.032	.307	5.428	.000	.678	1.474
a. Dependent Variable: TOTALY								

3. Uji Hipotesis

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.527	1.461		2.414	.017
	TOTALX1	.387	.076	.274	5.126	.000
	TOTALX2	.207	.048	.249	4.310	.000
	TOTALX3	.203	.054	.192	3.748	.000
	TOTALX4	.175	.032	.307	5.428	.000
a. Dependent Variable: TOTALY						

Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.527	1.461		2.414	.017
	TOTALX1	.387	.076	.274	5.126	.000
	TOTALX2	.207	.048	.249	4.310	.000
	TOTALX3	.203	.054	.192	3.748	.000
	TOTALX4	.175	.032	.307	5.428	.000
a. Dependent Variable: TOTALY						

Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3139.048	4	784.762	66.675	.000 ^b
	Residual	2295.147	195	11.770		
	Total	5434.195	199			
a. Dependent Variable: TOTALY						
b. Predictors: (Constant), TOTALX4, TOTALX3, TOTALX1, TOTALX2						

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.760 ^a	.578	.569	3.431
a. Predictors: (Constant), TOTALX4, TOTALX3, TOTALX1, TOTALX2				
b. Dependent Variable: TOTALY				

Lampiran 4. Jurnal Bimbingan

6/15/26, 11:01 AM

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 : 220503110102
Nama : Farah Salsabila Abdus Salam
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Perbankan Syariah
Dosen Pembimbing : Dr. Nihayatu Aslamatis Solekah, SE., M.M
Judul Skripsi : PENGARUH LITERASI KEUANGAN, FLUKTUASI HARGA EMAS, PENDAPATAN DAN KUALITAS PELAYANAN, TERHADAP MINAT BERINVESTASI CICIL EMAS DI BSI KCP LUMAJANG S. PARMAN
Studi Pada Nasabah BSI KCP Lumajang S. Parman

JURNAL BIMBINGAN :

No	Tanggal	Deskripsi	Tahun Akademik	Status
1	12 Oktober 2025	nyetor outline kpd dospem	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi
2	27 Oktober 2025	bimbingan bersama dilakukan melalui zoom	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi
3	15 Desember 2025	menyetorkan progres bab 1 2 3	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi
4	17 Desember 2025	merevisi hasil bab 1 2 3 secara offline	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi
5	29 Desember 2025	merevisi lanjutan bab 1 2	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi
6	9 Januari 2026	hasil merevisi dan memperbaiki latar belakang dan bab 2 3	Genap 2025/2026	Sudah Dikoreksi
7	11 Januari 2026	melengkapi daftar isi, tabel, gambar dan kata pengantar	Genap 2025/2026	Sudah Dikoreksi
8	13 April 2026	konfirmasi data kuesioner telah terpenuhi dan proses olah data menggunakan spss	Genap 2025/2026	Sudah Dikoreksi
9	14 April 2026	olah data uji validitas dan reliabilitas	Genap 2025/2026	Sudah Dikoreksi

<https://accessfe.uin-malang.ac.id/print/bimbingan/2276>

1/2

10	1 Mei 2026	hasil uji keseluruhan dan interpretasinya di bab 4 hasil dan pembahasan	Genap 2025/2026	Sudah Dikoreksi
----	------------	---	-----------------	-----------------

Malang, 1 Mei 2026
Dosen Pembimbing



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

Lampiran 5. Turnitin



Page 2 of 118 - Integrity Overview

Submission ID trn:oid::3618:142625366

12% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

Filtered from the Report

- Bibliography
- Quoted Text

Top Sources

- 4% Internet sources
- 2% Publications
- 12% Submitted works (Student Papers)

Lampiran 6. Bebas Plagiarisme

6/15/26, 10:52 AM

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 : Dr. Mamluatu Solihah, M.Pd
NIP : 197805012025212019
Jabatan : **UP2M**

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut :

Nama : Farah Salsabila Abdus Salam
NIM : 220503110102
Konsentrasi : Entrepreneur

Judul Skripsi : **PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH, PERSEPSI HARGA EMAS, PERSEPSI PENDAPATAN DAN KUALITAS PELAYANAN, TERHADAP MINAT BERINVESTASI CICIL EMAS DI BSI Studi Pada Nasabah BSI KCP Lumajang S. Parman**

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

SIMILARTY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATION	STUDENT PAPER
12%	4%	2%	12%

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

Malang, 15 Juni 2026

UP2M



Dr. Mamluatu Solihah, M.Pd

Lampiran 7. Biodata Penulis



Nama Lengkap : Farah Salsabila Abdus Salam
Tempat Tanggal Lahir : Lumajang, 07 Februari 2004
Jenis Kelamin : Perempuan
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Dusun Sukorame RT 21/RW 07 Desa Sukosari
Kecamatan Kunir Kabupaten Lumajang
Telepon : 083122048891
Email : farahsalsaa34@gmail.com

Riwayat Pendidikan Formal

1. TK Islam Terpadu Ar - Rahmah Kunir (2009 – 2010)
2. SDN Kunir Lor 01 (2010 – 2016)
3. MTs Kyai Syarifuddin (2016 – 2019)
4. MA Kyai Syarifuddin (2019 – 2022)
5. UIN Maulana Malik Ibrahim Malang S1 Perbankan Syariah (2022 – Sekarang)

Riwayat Pendidikan Non-Formal

1. Pondok Pesantren Kyai Syarifuddin Lumajang (2016 – 2022)
2. Ma'had Sunan Ampel Al-Aly UIN Maulana Malik Ibrahim Malang (2022 – 2023)
3. Program Khusus Pengembangan Bahasa Arab (PKPBA) UIN Maulana Malik Ibrahim Malang (2022 – 2023)
4. Program Khusus Pengembangan Bahasa Inggris (PKPBI) UIN Maulana Malik Ibrahim Malang (2023 – 2024)