

**PENGARUH PENDAPATAN DAN PERSEPSI TENTANG
EMAS TERHADAP MINAT INVESTASI EMAS PADA
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
IAIN PONOROGO**

SKRIPSI



Oleh:

Muhammad Fadhil Ma'ruf

NIM 401180070

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
2024**

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Fadhil Ma'ruf

NIM : 401180070

Jurusan : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

“Pengaruh Pendapatan dan Persepsi Tentang Emas Terhadap Minat Investasi
Emas Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo”

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali bagian
tertentu yang dirujuk sumbernya.

Ponorogo, 16 Maret 2024

Pembuat Pernyataan,



Muhammad Fadhil Ma'ruf

NIM 401180070



LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini menerangkan bahwa skripsi atas nama:

No	Nama	NIM	Jurusan	Judul
1.	Muhammad Fadhil Ma'ruf	401180070	Ekonomi Syariah	Pengaruh Pendapatan Dan Persepsi Tentang Emas Terhadap Minat Investasi Emas Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo

Telah selesai melaksanakan bimbingan, dan selanjutnya disetujui untuk diajukan pada ujian skripsi.

Ponorogo, 25 Maret 2024

Mengetahui,

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



Dr. Luhur Prasetyo, S.Ag. M.E.I.

NIP. 197801122006041002

Menyetujui,

Dosen Pembimbing

Ratna Yunita, M.A.

NIP: 199306072019032031



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Terakreditasi "B" Berdasarkan SK BAN-PT Nomor:2619/SK/BAN-PT/Ak
SURV/PT/XI/2016. Jl. Pramuka No. 156 Telp. (0352) 481277 Fax. (0352) 461893
Website: www.iaiponorogo.ac.id, email: febi@iaiponorogo.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Naskah skripsi berikut ini:

Judul : Pengaruh Pendapatan Dan Persepsi Tentang Emas Terhadap
Minat Investasi Emas Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan
Bisnis Islam IAIN Ponorogo

Nama : Muhammad Fadhil Ma'ruf

NIM : 401180070

Jurusan : Ekonomi Syariah

Telah diajukan dalam sidang *Ujian Skripsi* oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam bidang Ekonomi.

Dewan penguji:

Ketua Penguji

Dr. Amin Wahyudi, M.E.I.

NIP 197502072009011007

Penguji I

Dwi Setya Nugrahini, M.Pd.

NIP 2030048902

Penguji II

Ratna Yunita, M.A.

NIP 199306072019032031

:  (.....)

:  (.....)

:  (.....)

Ponorogo, 03 April 2024
Mengesahkan,
Dekan FEBI IAIN Ponorogo

Prof. Dr. H. Luthfi Hadi Aminuddin, M.Ag.
NIP 197207142000031005

Abstrak

Ma'ruf, Muhammad Fadhil. Pengaruh Pendapatan dan Persepsi Tentang Emas Terhadap Minat Investasi Emas Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo. *Skripsi*. 2024. Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Pembimbing: Ratna Yunita, M.A.

Kata kunci: investasi, konsumsi, psikologis, ekonomi

Investasi adalah cara agar harta menjadi produktif tanpa harus mengorbankan waktu dan tenaga. Berbagai pilihan dalam berinvestasi membuat seorang individu harus berbekal keilmuan khusus sebelum menentukan pilihan jenis investasi tertentu. Selain harus berbekal keilmuan, seorang individu harus memiliki pendapatan yang kemudian dialokasikan untuk investasi. Jenis investasi paling minim resiko serta kepastian keuntungan dan dapat dilakukan dengan modal berapapun terdapat pada investasi emas karena sangat mudah dilakukan dan memiliki sifat *zero inflation*. Mahasiswa terutama pada fakultas ekonomi memiliki keilmuan dan pemahaman akan keuntungan dari investasi emas yang seharusnya berimbang pada pengaplikasian dalam berinvestasi emas. Namun demikian dengan berbagai keuntungan serta kemudahan yang tersedia untuk melakukan investasi emas, investasi ini masih menjadi topik yang asing untuk mahasiswa bahkan tidak sedikit dari mereka yang enggan untuk melakukannya termasuk ke dalamnya ialah mahasiswa yang mengenyam pendidikan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara ilmiah menggunakan metode kuantitatif berkaitan dengan pengaruh antara pendapatan dan persepsi tentang emas baik secara parsial maupun secara simultan terhadap minat investasi emas pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo, sedangkan sampel ditentukan dengan teknik *purposive sampling* dan menggunakan rumus Slovin sehingga sampel diketahui sejumlah 85 orang.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa pendapatan dan persepsi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat investasi emas mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dengan hasil uji koefisien regresi parsial pendapatan senilai 3,048 sedangkan persepsi senilai 4,044. Secara simultan pendapatan dan persepsi tentang emas juga berpengaruh terhadap minat investasi emas pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dengan hasil uji koefisien regresi secara bersamaan senilai 18,047.

DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	iii
PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	iv
PENGESAHAN SKRIPSI	v
ABSTRAK	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Sistematika Pembahasan	9

BAB II LANDASAN TEORI	11
A. Deskripsi Teori.....	11
1. Minat	11
2. Persepsi	18
3. Pendapatan	21
B. Studi Penelitian Terdahulu.....	23
C. Kerangka Berpikir.....	30
D. Hipotesis.....	31
BAB III METODE PENELITIAN	35
A. Rancangan Penelitian.....	35
B. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	36
C. Populasi dan Sampel.....	41
D. Jenis dan Sumber Data.....	43
E. Metode Pengumpulan Data.....	44
F. Uji Instrumen Penelitian.....	46
G. Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....	49
BAB IV PEMBAHASAN DAN ANALISIS DATA.....	58
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	58
B. Deskripsi Responden Penelitian.....	61
C. Hasil Analisis Data Penelitian.....	63
1. Uji Instrumen Penelitian.....	63
2. Uji Asumsi Klasik.....	66

3. Uji Hipotesis	70
D. Pembahasan Hasil Penelitian	75
1. Rumusan Masalah ke-1	75
2. Rumusan Masalah ke-2	76
3. Rumusan Masalah ke-3	77
BAB V PENUTUP	80
A. Kesimpulan	80
1. Kesimpulan Rumusan Masalah ke-1	80
2. Kesimpulan Rumusan Masalah ke-2	80
3. Kesimpulan Rumusan Masalah ke-3	80
B. Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN	86
RIWAYAT HIDUP	116



DAFTAR TABEL PENELITIAN

Tabel	Judul	Halaman
Tabel 2.1	Studi Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3.1	Definisi Operasional	37
Tabel 3.2	Skala Likert	46
Tabel3.3	Kategori Nilai Reliabilitas	48
Tabel 4.1	Deskripsi Responden Penelitian Jurusan Perkuliahan	62
Tabel 4.2	Deskripsi Responden Penelitian Jenis Kelamin	62
Tabel 4.3	Uji Validitas	63
Tabel 4.4	Uji Reliabilitas	65
Tabel 4.5	Kategori Nilai Reliabilitas	55
Tabel 4.6	Uji Normalitas	66
Tabel 4.7	Uji Normalitas Monte Carlo	67
Tabel 4.8	Uji Multikolinieritas	68
Tabel 4.9	Uji Heterokedastisitas	69
Tabel 4.10	Uji R ²	70
Tabel 4.11	Uji T	71
Tabel 4.12	Uji F	72
Tabel 4.13	Uji Regresi Linier Berganda	73

DAFTAR GAMBAR PENELITIAN

Gambar	Judul	Halaman
Gambar 2.1	Kerangka Berpikir	43



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Investasi merupakan suatu komitmen terhadap harta atau suatu sumber daya lain yang mana saat ini sudah dilakukan seorang individu untuk memperoleh suatu keuntungan yang lebih dimasa yang akan datang.¹ Tujuan utama investasi adalah memperoleh keuntungan dengan tidak menjalankan usahanya secara langsung atau tidak bekerja secara langsung mengingat nantinya seorang individu yang bekerja akan memiliki batas usia dan tenaga yang dimiliki sehingga tidak akan dapat memiliki penghasilan yang selalu stabil.

Terdapat beberapa macam tujuan dari seorang individu dalam melakukan sebuah investasi. Pertama, tujuannya ialah mengharapkan masa depan yang lebih sejahtera dan mencapai kebebasan finansial. Seorang individu yang bijak akan berfikir dan berkeinginan dapat meningkatkan kesejahteraan hidupnya serta membuat aset yang di miliki tidak mengalami kekurangan bahkan terus bertambah setiap waktunya. Kedua, mencegah terjadinya penyusutan akibat dari inflasi karena banyak model aset yang nilainya berkurang di setiap waktu. Ketiga, investor ingin menghemat pajak.² Investasi dipahami juga sebagai penundaan konsumsi saat ini dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan lebih di masa yang akan datang, dimana dalam prosesnya terdapat resiko ketidakpastian yang

¹ Eduardus Tendelilin, *Analisis Investasi dan Manajemen Portofolio Edisi 1 Cetakan 1* (Yogyakarta: BPFE, 2001), 1.

² Ibid., 14.

kemudian diperlukan kompensasi atas penundaan tersebut.³ Hal ini bisa diartikan juga bahwa investasi termasuk ke dalam ranah konsumsi, hanya saja proses konsumsi yang seharusnya dilakukan saat itu juga dengan sengaja ditunda agar mendapatkan *benefit* yang lebih banyak di kemudian hari meskipun dengan mengeluarkan modal yang sama.

Investasi adalah bentuk dari sistem muamalah yang termasuk dalam kategori diutamakan, karena di saat melakukan investasi maka secara tidak langsung harta berubah dan berkembang menjadi lebih produktif serta dengan berinvestasi harta juga mendatangkan lebih banyak manfaat untuk orang lain.⁴ Agama Islam juga mengajarkan umatnya untuk berinvestasi yang tertuang dalam Al-Qur'an surat al-Isra' ayat 27 yang berbunyi:⁵

إِنَّ الْمُبَدِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ۗ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

“Sesungguhnya orang-orang yang pemboros itu adalah saudara setan, dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya”

Ayat ini mengajarkan kita agar tidak berperilaku boros yang mana seorang individu yang memiliki perilaku boros digambarkan sebagai saudaranya setan, dengan melakukan investasi maka secara tidak langsung seorang individu tersebut menghindari perilaku boros seperti yang di maksud dalam ayat tersebut. Oleh sebab itu, investasi dalam ajaran Islam tidak dilarang, bahkan dianjurkan supaya memberikan dampak dan

³ Martalena dan Malinda, *Pengantar Pasar Modal* (Yogyakarta: Andi, 2011), 2.

⁴ Titis Indrawati, Aji Damanuri, Shinta Maharani, “Perilaku Konsumen dalam Berinvestasi Emas Digital Melalui Platform Tokopedia,” *Journal of Economics, Law, and Humanities*, (2023), 160.

⁵ Qur'an Kemenag, “Lajnah Pentashihan mushaf Al-Qur'an” dalam <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/17?from=27&to=111> (di akses pada tanggal 13 September 2022 jam 15.45).

manfaat yang luas dengan terciptanya lapangan pekerjaan dan lapangan usaha baru.

Investasi sejatinya harus dilakukan oleh siapa saja dan di mulai dengan jalan mana yang di kehendaki. Bahkan apabila pemahaman terhadap investasi sudah diperoleh maka lebih cepat akan lebih baik karena melihat nilai dari investasi yang nantinya akan terus meningkat dari waktu ke waktu. Apabila seorang individu masih ragu dan khawatir akan adanya resiko dari investasi, maka solusi dari hal tersebut terdapat pada salah satu objek investasi paling aman yakni investasi dalam bentuk emas. Segala segmen lapisan masyarakat bisa berinvestasi emas karena resikonya yang kecil, tidak memerlukan modal besar, dan terbukti dari jaman dahulu memberikan keuntungan kepada investornya. Emas menjadi salah satu objek yang di gandrungi untuk berinvestasi karena emas terkenal dengan *zero inflation* atau tidak terpengaruh dengan adanya inflasi.

Emas disebut juga sebagai pelindung dari nilai harta. Apabila inflasi semakin meingkat maka harga emas pun akan semakin meingkat. Kepanikan yang terjadi karena perekonomian yang tidak stabil justru membuat peningkatan dari harga emas.⁶ Berawal dari pendapat inilah munculnya kepercayaan pada masyarakat apabila investasi pada emas lebih memberikan keuntungan dibandingkan dengan investasi uang. Masyarakat juga semakin memvalidasi pendapat tersebut karena inflasi yang terus terjadi dan meningkat pada tiap tahunnya bahkan mencapai

⁶ Wiliam Tanuwidjaja, *Cara Cerdas Investasi Emas* (Yogyakarta: Media Pressindo, 2009), 23.

10% pertahun. Target setiap individu ketika berinvestasi pastinya keuntungan dari aset yang dimiliki dan tidak tergerus kerugian akibat inflasi yang terjadi. Inilah permasalahan akibat dari ketidakpastian inflasi dan ketidakpastian hasil investasi.⁷

Berdasarkan stigma yang ada di masyarakat apabila seorang individu yang menggunakan perhiasan terutama emas, maka individu tersebut akan dianggap berada di kelas atas atau dapat diartikan bahwa individu tersebut memiliki derajat yang cukup tinggi. Berbagai macam kelebihan tersebut yang akhirnya membuat investasi khususnya dalam bentuk logam mulia emas lebih di minati. Minat seorang individu terhadap sesuatu dapat dipengaruhi oleh berbagai macam hal mulai dari dalam diri sendiri maupun dari luar. Sifat seorang beserta pembawaannya menjadi faktor yang muncul dari dalam diri, sementara sekolah, keluarga, dan lingkungan menjadi yang mempengaruhi dari luar.⁸

Persepsi sebagai wujud dari seberapa berkualitasnya proses pendidikan seorang individu dalam memilih, mengorganisasikan dan menginterpretasikan setiap informasi untuk menciptakan gambaran yang memiliki arti.⁹ Persepsi terhadap suatu hal bisa saja berbeda antar individu, akan tetapi jika dalam suatu kelompok tertentu meyakini jika suatu objek bernilai maka pada umumnya persepsi tersebut akan menjadi satu dalam

⁷ Muhaimin Iqbal, *Dinar The Real Money: Dinar, Emas, Uang & Investasiku* (Jakarta: Gema Insani, 2009), 16.

⁸ Siti Rahayu Haditono, *Psikologi Perkembangan* (Yogyakarta: Psikologi UGM, 1998), 189.

⁹ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi ke 13* (Jakarta: Erlangga, 2009), 164.

suatu pemahaman yang utuh dan diyakini kebenarannya. Umumnya ketika membicarakan mengenai emas maka persepsi yang muncul adalah tentang harta, perhiasan, kemewahan, dan investasi. Hal ini terjadi karena kesepakatan terhadap persepsi yang di miliki masing-masing individu terhadap objek emas. Persepsi yang sudah sedemikian tertanam dalam benak masing-masing individu akan nilai dari sebuah objek emas pada kenyataannya belum mampu membuat kondisi dimana setiap individu tersebut memiliki sebuah investasi dari emas.

Selain faktor persepsi, faktor pendapatan juga bisa berpengaruh terhadap minat seorang individu dalam berinvestasi. Semakin tinggi pendapatan seorang individu maka semakin tinggi pula kemungkinan individu tersebut melakukan investasi dikarenakan kecukupan atas kebutuhan yang harus dipenuhi. Pembagian pendapatan seorang individu secara garis besar dapat dibedakan ke dalam tiga golongan yakni pendapatan pokok, pendapatan sampingan, dan pendapatan lain-lain.¹⁰

Minat beli merupakan perilaku seseorang yang menginginkan untuk memilih sesuatu dengan berlandaskan beberapa hal seperti pernah mencoba, ingin mencoba, atau karena menerima rekomendasi dari orang lain.¹¹ Aspek minat seorang individu terbentuk karena adanya dorongan untuk memenuhi kebutuhan serta agar dapat terkoneksi dengan sistem

¹⁰ Wirdayani Wahab, "Pengaruh Tingkat Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 2, No.1, (2016), 172-173.

¹¹ Sindy Vebri Permatasari, Ratna Yunita, "Pengaruh Persepsi Manfaat dan Spiritual Marketing terhadap Minat Menggunakan Uang E-Wallet ShopeePay di Kota Madiun," *Al-Iqtishod*, (2023), 74.

sosialnya yang mana hal tersebut dapat pula menunjukkan kemampuan individu tersebut, kelas, bahkan perasaan yang dimiliki.¹²

Mahasiswa sebagai figur yang telah memiliki pengetahuan lebih dibandingkan dengan masyarakat yang belum mampu mengenyam jenjang perkuliahan seharusnya mulai mempersiapkan masa depannya dengan mulai melakukan investasi, terlebih jika mahasiswa tersebut memilih jurusan yang berhubungan dengan perekonomian seperti halnya mahasiswa pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo. Investasi yang paling memungkinkan untuk dilakukan oleh seorang mahasiswa dengan dana yang sedikit dan pasti memberikan keuntungan di kemudian hari terdapat pada investasi jenis emas. Investasi emas dapat dilakukan dengan nominal yang sedikit dan dapat dilakukan kapan saja serta dimana saja karena PT. Pegadaian menyediakan aplikasi yang dapat digunakan untuk berinvestasi emas. Melalui fitur tabungan emas, seseorang dapat melakukan investasi emas berapapun sesuai dengan keinginan seorang investor. Hal ini sangat menguntungkan bagi mahasiswa karena dapat berinvestasi dengan cara yang mudah dan dapat menambah jumlah investasi kapanpun serta di dukung dengan penggunaan aplikasi membuat mahasiswa dapat lebih praktis ketika melakukan investasi.

¹² Susatyo Yuwono dan Partini, "Pengaruh Pelatihan Kewirausahaan Terhadap Tumbuhnya Minat Berwirausaha," *Jurnal Penelitian Humaniora*, Vol. 9 No. 2, (2008), 121.

Namun demikian dengan berbagai keuntungan serta kemudahan yang tersedia untuk melakukan investasi emas, investasi ini masih menjadi topik yang asing untuk mahasiswa bahkan tidak sedikit dari mereka yang enggan untuk melakukannya termasuk ke dalamnya ialah mahasiswa yang mengenyam pendidikan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo. Hal ini memicu penulis untuk menganalisis lebih mendalam terkait dengan faktor-faktor yang menyebabkan mahasiswa terutama pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo yang berkaitan dengan hal-hal yang mempengaruhi minat dalam berinvestasi emas.

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, maka peneliti melakukan sebuah penelitian tentang minat mahasiswa dalam berinvestasi emas dengan judul **“Pengaruh Pendapatan dan Persepsi Tentang Emas Terhadap Minat Investasi Emas Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah yang peneliti angkat adalah:

1. Apakah pendapatan mahasiswa berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam berinvestasi emas?
2. Apakah persepsi mahasiswa tentang emas berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam berinvestasi emas?

3. Apakah pendapatan dan persepsi mahasiswa tentang emas secara simultan berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam berinvestasi emas?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pendapatan mahasiswa terhadap minat mahasiswa dalam berinvestasi emas.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh persepsi mahasiswa tentang emas terhadap minat mahasiswa dalam berinvestasi emas.
3. Untuk mengetahui secara simultan seberapa besar pengaruh pendapatan dan persepsi mahasiswa tentang emas terhadap minat mahasiswa dalam berinvestasi emas.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat pada penelitian ini terbagi menjadi dua antara lain sebagai berikut:

1. Secara Teoritis
 - a. Untuk pihak IAIN Ponorogo hasil penelitian ini dapat menjadi data untuk dijadikan tolok ukur tentang sejauh mana pengaplikasian dari proses pembelajaran yang telah dilalui sehingga dapat dilakukan evaluasi ataupun penambahan kualitas dalam proses pembelajaran di masa mendatang.

- b. Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat menjadi referensi dan bahan perbandingan bagi penelitian berikutnya, baik di bidang keilmuan yang sama maupun bidang lain yang relevan.

2. Secara Praktis

- a. Bagi investor, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi terkait seberapa besar pengaruh persepsi terhadap keputusan berinvestasi emas sehingga menjadi bahan pertimbangan dalam melakukan keputusan investasi.
- b. Bagi peneliti, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber rujukan atau sumber referensi bagi peneliti lain yang bisa membantu peneliti lain melakukan penelitian yang lebih mendalam.

E. Sistematika Pembahasan

Untuk memperoleh pembahasan penelitian yang sistematis, maka harus disusun dengan cara tertentu sehingga mudah dipahami. Berikut sistematika yang telah disusun.

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab dua berisikan kajian teori yang relevan, yakni teori terkait variabel bebas (variabel X) yaitu pendapatan dan persepsi mahasiswa. Terdapat pula teori dari variabel terikat (variabel Y) yaitu minat berinvestasi emas.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab tiga berisi beberapa metode penelitian yang meliputi uraian terkait rancangan penelitian, variabel penelitian dan definisi operasional, populasi dan sampel, jenis dan sumber data. Selain itu pada bab ini juga berisikan mengenai metode pengumpulan data, instrument penelitian, validitas dan reliabilitas, serta teknik pengolahan dan analisis data.

BAB IV PEMBAHASAN DAN ANALISIS DATA

Pada bab empat didalamnya nantinya akan membahas dan menguraikan gambaran umum mengenai objek penelitian yaitu pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo, dilakukan pembahasan juga mengenai analisis dari pengolahan data, serta hasil penelitian kuantitatif yang telah dilakukan.

BAB V PENUTUP

Pada bab terakhir yaitu bab lima didalamnya akan menjelaskan mengenai beberapa kesimpulan yang dapat diperoleh dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis yang dimana akan menghasilkan beberapa saran untuk diberikan sebagai bentuk solusi dari objek penelitian.

BAB II

MINAT, PERSEPSI, PENDAPATAN

A. Deskripsi Teori

1. Minat

a. Pengertian

Berdasarkan Kamus besar Bahasa Indonesia, minat merupakan kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu. Minat artinya sesuatu yang eksklusif serta berhubungan erat dengan sikap serta perilaku. Minat juga bisa diartikan sebagai kecenderungan afektif seorang individu untuk membentuk pilihan aktivitas. Kondisi-kondisi tertentu pada diri individu tersebut dapat merubah minat seorang sehingga bisa dikatakan minat itu tidak stabil sifatnya.¹ Minat merupakan kesadaran seorang individu terhadap suatu objek, seseorang, soal atau situasi yang bersangkutan dengan dirinya.² Minat menjadikan setiap manusia memiliki gairah atas apa yang disukainya. Selain itu menurut Agus Sujanto minat ialah suatu pemusatan perhatian yang tidak sengaja yang terlahir dengan kemauannya dan yang tergantung dari bakat dan pengetahuannya.³ Minat merupakan aspek psikologis yang memengaruhi perilaku dan merupakan sumber motivasi. Minat adalah kecenderungan untuk tertarik dalam suatu

¹ Muhaimin, "Korelasi Minat Belajar Pendidikan Jasmani Terhadap Hasil Pendidikan Jasmani," *Skripsi* (Semarang: IKIP, 1994), 4.

² Slameto, *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2010), 180.

³ Agus Sujanto, *Psikologi Umum* (Jakarta: Aksara Baru, 1989), 92.

pengalaman.⁴ Adapun menurut Whiteringten minat adalah kecenderungan seseorang untuk memilih dan melakukan sesuatu kegiatan tertentu diantara sejumlah kegiatan lain yang tersedia.⁵ Sehingga dapat dimengerti bahwa minat merupakan hal yang berkaitan dengan perilaku seseorang ketika akan menggunakan atau mengkonsumsi sesuatu. Seorang yang akan mengkonsumsi sesuatu disebut juga dengan calon konsumen dan apabila calon konsumen telah melakukan pengkonsumsian maka sebutannya menjadi seorang konsumen. Berakar dari hal tersebut maka muncullah teori yang mengulas tentang perilaku konsumen untuk dijadikan pedoman atau landasan bagi seorang produsen dalam memasarkan produknya atau mencari target konsumen yang tepat untuk produk yang di pasarkan.

b. Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen adalah sebuah studi yang menjelaskan tentang bagaimana orang, organisasi, dan kelompok bertindak untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka dengan memilih dan menggunakan produk, ide, layanan, dan pengalaman.⁶ Kotler dan Keller di dalam bukunya menyebutkan bahwa, perilaku konsumen dimiliki oleh beberapa faktor, yaitu:⁷

⁴ Ria Agustina, "Minat Masyarakat pada Investasi Emas di Pengadaian Syariah Cabang Ahmad Yani Pekanbaru dalam Perspektif Ekonomi Syariah," *Skripsi* (Riau: UIN Sultan Syarif Kasim, 2020), 14.

⁵ Whiteringten, *Psikologi Pendidikan*, terj. M. Buchari (Jakarta: Aksara Baru, 1982), 122.

⁶ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen*, 166.

⁷ *Ibid.*, 166-172.

1) Faktor Budaya

Budaya adalah penyebab paling mendasar dari keinginan dan tingkah laku seseorang karena budaya tumbuh dalam suatu masyarakat sejak kecil. Pengertian budaya yaitu sekumpulan nilai yang menjadi dasar pergerakan, keinginan, dan tingkah laku yang dipelajari secara turun temurun dari setiap anggota dalam perkumpulan tersebut.

a) Sub-budaya

Merupakan individu-individu yang memiliki kesamaan sistem nilai yang berasal dari kehidupan yang terdiri dari agama, kelompok, dan wilayah geografi.

b) Kelas sosial

Merupakan bagian dari sistem masyarakat yang bersifat relative permanen. Para anggota dari kelas tersebut memiliki kesamaan nilai, minat dan pola perilaku.

2) Faktor Sosial

a) Kelompok acuan

Pola perilaku individu sangat terkait dengan pola perilaku kelompok kecil. Tim yang memiliki dampak langsung dan memiliki anggota disebut kelompok keanggotaan. Beberapa kelompok acuan mempunyai

pola interaksi regular tapi formal, seperti keluarga, teman, tetangga dan rekan kerja. Kelompok lain bersifat kelompok sekunder, yaitu memiliki bentuk interaksi lain yang lebih formal dan kurang regular, mencakup kelompok keagamaan, asosiasi professional, dan serikat pekerja.

b) Keluarga

Adanya kelompok keluarga juga memiliki dampak terhadap keputusan pembelian. Keluarga merupakan kelompok organisasi yang dinilai sangat penting pada masyarakat.

c) Peran dan Status

Peran dan status individu saat menjadi anggota kelompok, sangat ditentukan oleh banyak aspek.

3) Faktor Pribadi

a) Umur

Setiap individu akan mengalami perubahan dalam segi produk yang mereka konsumsi.

b) Pekerjaan

Pekerjaan dapat menentukan jenis produk yang dikonsumsinya.

c) Pendapatan

Pendapatan atau situasi ekonomi seseorang sangat menentukan jenis dan produk yang akan dikonsumsinya, semakin tinggi pendapatan maka semakin tinggi pula tingkat konsumsinya begitupun sebaliknya.

d) Gaya hidup

Gaya hidup jelas akan berdampak besar pada proses keputusan pembelian produk. Gaya hidup tidak hanya terkait dengan kelas sosial namun juga kepribadian seseorang dan tata cara dalam berinteraksi dengan sesama

e) Kepribadian dan Konsep Diri

Factor terakhir yaitu kepribadian individu. Kepribadian tergolong pada karakteristik psikologi yang bersifat unik dan relatif konsisten dan tahan lama terhadap lingkungan dirinya sendiri.

4) Faktor Psikologis

a) Motivasi

Motivasi dorongan akan menekan individu untuk segera memuaskan kebutuhannya. Pada awal mulanya, individu tersebut akan mencoba memenuhi kebutuhan yang bersifat paling urgen. setelah kebutuhan ini

terpenuhi motiv lain akan kembali memberikan dorongan untuk memenuhi kebutuhan yang lain pula.

b) Persepsi

Persepsi mengenai situasi mempengaruhi motivasi seseorang untuk bertindak. Persepsi merupakan proses pengorganisasian dan penginterpretasian informasi guna membentuk gambaran dunia.

c) Pengetahuan

Perilaku pembelian yang telah dilakukan konsumen sebelumnya akan secara tidak sadar memunculkan informasi dan adanya proses pembelajaran pada konsumen. Informasi yang diperoleh dari proses pembelajaran akan memunculkan perubahan tingkah laku sebagai bentuk dari adanya pengalaman pembelajaran.

d) Keyakinan dan Sikap

Keyakinan merupakan pola pemikiran deskriptif yang dimiliki oleh konsumen. Hal tersebut hamper memiliki kesamaan dengan sikap. Sikap didefinisikan sebagai perasaan dan kecenderungan individu terhadap suatu objek

c. Minat Dalam Investasi

Minat dalam investasi dapat diasumsikan sebagai minat beli yang merupakan suatu sikap senang terhadap objek yang didapatkannya dengan uang.⁸ Minat pembelian dapat diukur melalui indikator sebagai berikut:⁹

- 1) Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk. Konsumen yang memiliki minat terhadap suatu produk atau jasa dapat dilihat dari bentuk pengorbanan yang dilakukan terhadap suatu barang atau jasa, konsumen yang cenderung memiliki minat lebih terhadap suatu barang atau jasa akan bersedia untuk membeli dengan membayar barang atau jasa tersebut dengan tujuan konsumen yang berminat tersebut dapat menggunakan barang atau jasa tersebut.
- 2) Minat referensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain. Konsumen yang memiliki minat yang besar terhadap suatu barang, selain akan menceritakan hal yang positif, konsumen tersebut juga akan merekomendasikan kepada orang lain untuk juga menggunakan barang atau jasa tersebut, karena seorang yang memiliki minat yang besar terhadap suatu barang akan

⁸ Afaful Ummah, "Keputusan Mahasiswa Berinvestasi dengan Minat sebagai Variabel Intervening," *Tesis* (Surabaya: UIN Sunan Ampel, 2020). 26.

⁹ Augusty Ferdinand, *Metode Penelitian Manajemen* (Semarang: Badan Penerbit Univeersitas Diponegoro, 2006), 129.

cenderung memiliki pemikiran yang positif terhadap barang atau jasa tersebut, sehingga jika ditanya konsumen lain, maka konsumen tersebut akan cenderung merekomendasikan kepada konsumen lain.

- 3) Minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya.
- 4) Minat eksploratif, minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut, dengan tujuan untuk mengetahui secara pasti bagaimana spesifikasi produk atau jasa yang digunakan, sebelum menggunakan produk atau jasa tersebut.

2. Persepsi

a. Pengertian

Persepsi adalah sebuah proses seorang individu dalam memilih, mengorganisasi serta menginterpretasi berbagai macam masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang memiliki arti. Persepsi bukan berarti hanya bergantung pada rangsangan yang memiliki hubungan dengan lingkungan sekitar serta keadaan individu terkait. Persepsi juga dapat ditinjau

berdasarkan proses kognitif yang telah di alami oleh setiap individu dalam memahami suatu informasi tentang lingkungannya melalui penglihatan, pendengaran, perasaan, penciuman, dan penghayatan. Dikatakan jika kunci dalam memahami persepsi terletak pada pengenalan bahwa persepsi merupakan sebuah penafsiran yang berkarakter unik terhadap situasi, bukannya sebuah pencatatan yang kongkrit terhadap situasi.¹⁰ Persepsi dipahami sebagai tanggapan atau penerimaan langsung dari sesuatu proses seorang individu dalam mengetahui beberapa hal melalui indra yang dimilikinya, sehingga dapat dimaknai pula sebuah persepsi adalah proses seorang individu dalam memahami lingkungan yang melibatkan pengorganisasian serta penafsiran sebagai wujud dari rangsangan dalam suatu pengalaman psikologis.¹¹

Persepsi memiliki sifat subjektif yang artinya penilaian setiap individu terhadap suatu hal yang sama bisa saja memberikan hasil yang berbeda. Hal ini bergantung pada stimulasi yang diterima, pikiran serta lingkungan sekitarnya.¹²

¹⁰ Veitzhal Rifai Zainal, Muliaman Darmansyah Hadad, Mansyur Ramly, *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014), 326-328.

¹¹ Nur Kaidah, "Pengaruh Persepsi Mahasiswa Tentang Investasi Terhadap Minat Investasi Saham Di Pasar Modal Syariah," *Skripsi* (Lampung: UIN Raden Intan, 2018), 45-46.

¹² *Ibid.*, 161.

b. Bentuk-Bentuk Persepsi

Bentuk-bentuk dari persepsi melalui indra pendengaran, indra penciuman, indra pengecap, indra perasa atau peraba.¹³ Sedangkan menurut pendapat irwanto bentuk-bentuk persepsi yaitu:¹⁴

- 1) Persepsi positif yakni persepsi yang dapat menggambarkan semua pengetahuan dan tanggapan yang kemudian diteruskan dengan usaha untuk pemanfaatannya. Hal ini kemudian diteruskan dengan menerima dan mendukung terhadap suatu objek yang dipersepsikan.
- 2) Persepsi negatif yakni persepsi yang dapat menggambarkan semua pengetahuan dan tanggapan yang tidak selaras dengan objek yang dipersepsikan. Hal itu kemudian diteruskan dengan kepasifan atau menolak terhadap objek yang dipersepsikan.

Dengan demikian bisa disimpulkan bahwa sebuah persepsi baik berupa positif maupun negatif akan selalu memberikan pengaruh terhadap diri seorang individu dalam melakukan suatu tindakan. Munculnya persepsi positif ataupun negatif tergantung dari bagaimana cara seorang individu menggambarkan semua pengetahuannya terhadap suatu objek yang telah dipersepsinya.

¹³ Bimo Walgito, *Pengantar Umum Psikologi* (Yogyakarta: Andi Offest, 2010), 124.

¹⁴ Irwanto, *Psikologi Umum* (Jakarta: PT. Prehalindo, 2002), 71.

3. Pendapatan

a. Pengertian

Kamus Besar Bahasa Indonesia mengartikan pendapatan sebagai hasil kerja (usaha atau sebagainya).¹⁵ Sedangkan pendapatan menurut kamus manajemen adalah uang yang diperoleh perorangan, perusahaan dan organisasi lain yang berbentuk upah, gaji, sewa, bunga, komisi, ongkos, dan laba.¹⁶ Pendapatan adalah keseluruhan harta awal periode ditambah dengan hasil selama kurun waktu satu periode.¹⁷ Pendapatan pribadi ialah segala jenis pendapatan, termasuk pendapatan yang diperoleh dengan tidak melakukan kegiatan apapun yang diterima oleh penduduk dari suatu negara.¹⁸ Pendapatan memperlihatkan keseluruhan uang atau material lainnya yang digunakan oleh individu maupun rumah tangga selama jangka waktu tertentu.¹⁹

¹⁵ Kamus Besar Bahasa Indonesia (online), dalam <https://kbbi.web.id>, (di akses pada tanggal 04 Oktober 2022 jam 17.11).

¹⁶ BN. Marbun, *Kamus Manajemen* (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2003), 230.

¹⁷ Moena Azizah, "Pengaruh Pendapatan dan Pendidikan Nasabah terhadap Minat Nasabah Investasi Emas di BSM KC Warung Buncit," *Skripsi*, (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2016), 15.

¹⁸ Sadono Sukirno, *Makroekonomi Teori Pengantar Edisi Ketiga* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006), 47.

¹⁹ Nurlaila Hanum, "Analisis Pengaruh Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Universitas Samudra Kota Langsa," *Jurnal Samudra Ekonomika*, Vol. 1, No. 2 (2017), 108.

b. Karakteristik Pendapatan

Tingkat pendapatan akan mempengaruhi jumlah konsumsi terhadap suatu produk, sering dijumpai dengan bertambahnya pendapatan maka jumlah serta kualitas produk yang dikonsumsi pun semakin bertambah. Contohnya jika sebelum pendapatan bertambah konsumsi terhadap beras yang di pilih adalah beras kualitas rendah, sedangkan setelah memiliki pendapatan yang lebih maka konsumsi terhadap beras yang di pilih adalah beras dengan kualitas yang lebih baik.²⁰

Pendapatan seorang individu dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain:²¹

- 1) Jumlah faktor-faktor produksi yang dimiliki yang bersumber pada hasil tabungan tahun ini dan warisan atau pemberian.
- 2) Harga per unit dari masing-masing faktor produksi, harga ini ditentukan oleh penawaran dan permintaan di pasar faktor produksi.
- 3) Hasil kegiatan dari anggota keluarga yang melakukan pekerjaan sampingan.

c. Sumber Pendapatan

Menurut Widayani Wahab, pendapatan seorang individu dibagi menjadi beberapa sumber, yakni:²²

²⁰ Soekartawi, *Faktor-Faktor Produksi* (Jakarta: Salemba Empat, 2012), 132.

²¹ Boediono, *Pengantar Ekonomi* (Jakarta: Erlangga, 2002), 150.

- 1) Pendapatan pokok, yakni pendapatan yang diterima secara tetap dalam kurun waktu tertentu
- 2) Pendapatan sampingan, yakni pendapatan yang diterima di luar dari pendapatan pokok dan tidak semua individu memiliki pendapatan dari sampingan.
- 3) Pendapatan lain-lain, yakni pendapatan yang diterima dari pemberian pihak lain baik berwujud uang secara langsung maupun berwujud barang yang bernilai.

B. Studi Penelitian Terdahulu

Tujuan dari penelitian terdahulu yaitu untuk memperoleh kerangka berpikir serta menjadi bahan acuan. Selain itu untuk meminimalisir adanya asumsi plagiasi menggunakan penelitian lain, sehingga peneliti mampu mengetahui mana yang telah diketemukan serta yang belum. Hal itu memudahkan peneliti bisa melaksanakan penelitian baru atau asli. Fungsi lain dari penelitian terdahulu artinya menjadi asal surat keterangan serta ide yang bisa membantu pelaksanaan penelitian. Adapun penelitian terdahulu yang menjadi acuan pada penelitian ini sebagai berikut:

²² Wirdayani Wahab, "Pengaruh Tingkat Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 2, No. 1, (2016), 172-173.

Tabel 2.1.
Studi Penelitian Terdahulu

No	Judul, Nama, Tahun	Hasil	Perbedaan	Persamaan
1	Hubungan Religiusitas dengan Minat Investasi Emas di Perbankan Syariah Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta	Terdapat hubungan antara religiusitas dengan minat investasi emas pada mahasiswa Jurusan Manajemen Dakwah, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta sedangkan variabel X yang peneliti angkat	Variabel X pada penelitian terdahulu berbeda dengan variabel X yang peneliti angkat. Pada penelitian terdahulu terdapat 1 variabel X membahas tentang religiusitas Hidayatullah Jakarta	Variabel Y yang di teliti pada penelitian terdahulu sama dengan variabel Y yang peneliti teliti yakni minat investasi emas

No	Judul, Nama, Tahun	Hasil	Perbedaan	Persamaan
	Jakarta, Amalia Hidayati, 2020. ²³			memiliki 2 variabel yakni pendapatan dan persepsi
2	Pengaruh Pendapatan Mahasiswa dan Pengetahuan Bank Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah, Nugrahainy Siti Nur	Pendapatan mahasiswa tidak berpengaruh terhadap minat menabung di bank syariah, pengetahuan berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam menabung di bank syariah	Salah satu dari variabel X yang diteliti sama yakni tentang pengaruh pendapatan	Variabel X yang diteliti berbeda pendapatan dan persepsi mahasiswa tentang bank syariah sedangkan variabel X yang peneliti pendapatan dan persepsi tentang emas. Variabel

²³ Amalia Hidayati, "Hubungan Religiusitas dengan Minat Investasi Emas di Perbankan Syariah Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta," *Skripsi* (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2020)

No	Judul, Nama, Tahun	Hasil	Perbedaan	Persamaan
	Afifah, 2020. ²⁴			Y pada penelitian terdahulu adalah minat menabung di bank syariah sedangkan variabel Y peneliti minat mahasiswa dalam berinvestasi emas
3	Pengaruh Literasi Ekonomi Syariah dan Pendapatan Terhadap	Pengaruh Literasi Ekonomi Syariah dan Pendapatan Uang Saku Terhadap Minat	Variabel Y yang di teliti sama yakni tentang minat investasi emas	Variabel X yang di teliti berbeda. Penelitian terdahulu berisi 2 variabel X

²⁴ Nugrahainy Siti Nur Afifah, "Pengaruh Pendapatan Mahasiswa dan Pengetahuan Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah," *Skripsi* (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2020).

No	Judul, Nama, Tahun	Hasil	Perbedaan	Persamaan
	Uang Saku Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Berinvestasi Emas, Firly Rio Triono, 2021. ²⁵	Mahasiswa Dalam Berinvestasi Emas secara parsial dan simultan berpengaruh terhadap Minat Mahasiswa dalam Berinvestasi Emas.		yakni literasi ekonomi syariah dan pendapatan uang saku. Sedangkan variabel X peneliti yakni: pendapatan dan persepsi tentang emas
4	Pengaruh Persepsi, Tingkat Religiusitas, dan Pendapatan Terhadap Minat	Persepsi, tingkat religiusitas, dan pendapatan, parsial dan simultan berpengaruh positif pada minat menabung di bank syariah	Terdapat kesamaan pada variabel X yang di teliti pada penelitian terdahulu dengan variabel	Variabel Y pada penelitian terdahulu membahas tentang minat menabung sedangkan variabel Y yang

²⁵ Firly Rio Triono, "Pengaruh Literasi Ekonomi Syariah dan Pendapatan Uang Saku Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Berinvestasi Emas," *Skripsi* (Banten: UIN Sultan Maulana Hassanudin, 2021).

No	Judul, Nama, Tahun	Hasil	Perbedaan	Persamaan
	Menabung di Bank Syariah, Nurul Ainun, 2021. ²⁶		X yang peneliti gunakan yakni persepsi dan pendapatan	peneliti gunakan membahas tentang minat investasi emas
5	Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, dan Psikologis Terhadap Minat Masyarakat Dalam Investasi Emas, Annisa	Faktor budaya dan faktor sosial tidak memiliki pengaruh dalam berinvestasi emas, sedangkan faktor pribadi dan psikologis memiliki pengaruh dalam minat berinvestasi emas. Secara simultan faktor budaya,	Variabel Y yang di teliti sama yakni minat investasi emas	Variabel X yang di teliti berbeda. Pada penelitian terdahulu memiliki 4 variabel X yang diteliti, yakni faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis, sedangkan

²⁶ Nurul Ainun, "Pengaruh Persepsi, Tingkat Religiusitas, dan Pendapatan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah," *Skripsi* (Makassar: UIN Allaudin, 2021).

No	Judul, Nama, Tahun	Hasil	Perbedaan	Persamaan
	Nurul Kholid, 2022. ²⁷	sosial, pribadi, dan psikologis memiliki pengaruh terhadap minat investasi emas.		variabel X yang peneliti angkat memiliki 2 variabel yakni pendapatan dan persepsi.

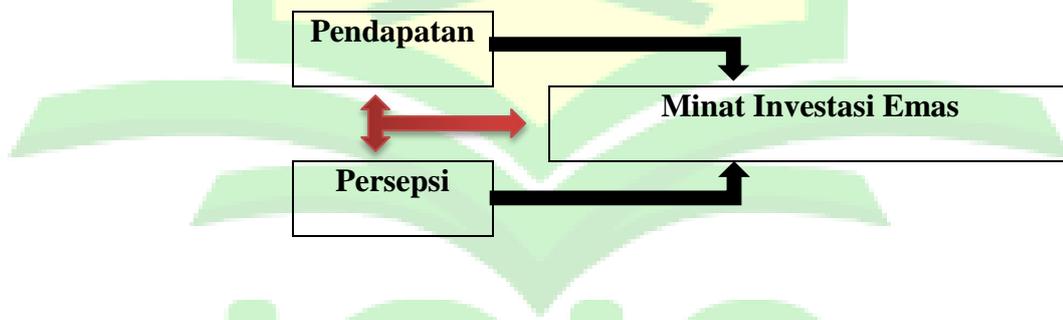
Secara keseluruhan, terdapat persamaan dan juga perbedaan antara penelitian ini dengan beberapa referensi dari penelitian terdahulu. Perbedaan yang paling kentara terletak pada penggunaan variabel independen yang berbeda-beda. Dalam penelitian ini sendiri menggunakan dua variabel independen yakni pendapatan (X1) dan persepsi (X2), sedangkan pada referensi penelitian terdahulu terdapat penelitian yang menggunakan satu variabel independen sampai tiga variabel independen. Perbedaan lainnya terletak pada populasi yang digunakan. Pada penelitian ini populasi yang digunakan ialah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo.

²⁷ Anisa Nurul Kholid, "Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, dan Psikologis Terhadap Minat Masyarakat dalam Investasi Emas," *Skripsi* (Purwokerto: UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri, 2022).

C. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir merupakan model konseptual yang didalamnya berisikan bagaimana teori berkaitan dengan berrbagai aspek yang sudah diidentifikasi.²⁸ Kerangka berpikir dalam penelitian bertujuan untuk menjadi landasan dan acuan dalam penulisan sehingga nantinya peneliti dapat menemukan variabel manakah yang berpengaruh secara signifikan terhadap minat investasi emas pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo. Variabel independe yang digunakan dalam penelitian ini antara lain: pendapatan dan persepsi (X1,X2), sedangkan variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah minat investasi emas mahasiswa (Y1).

Berdasar pada pemaparan di atas maka disusunlah kerangka berpikir sebagai berikut:



Gambar 2.1
Kerangka Berpikir

Keterangan:

-  : Berpengaruh secara parsial
 : Berpengaruh secara simultan

²⁸ Nizamuddin dkk., *Metodologi Penelitian: Kajian Teoritis dan Praktis Bagi Mahasiswa* (Riau: DOTPLUS Publisher, 2021), 90.

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis disebut juga dengan dugaan sementara. Maksudnya disini adalah jawaban sementara dari suatu penelitian yang harus diuji kebenarannya secara empiris dengan cara melakukan penelitian.²⁹ Pada tahap uji hipotesis, yang diuji adalah apakah hipotesis benar adanya. Dalam konteks ini, hipotesis dipahami sebagai pernyataan mengenai karakteristik populasi yang akan diuji keabsahannya menggunakan data sampel. Oleh sebab itu, hipotesis disusun dalam bentuk pernyataan yang menjadi dugaan sementara atas masalah suatu penelitian.³⁰

Berdasarkan kajian pustaka serta kerangka teori di atas maka peneliti mengajukan beberapa hipotesis, yaitu:

1. Hipotesis pengaruh pendapatan terhadap minat investasi emas pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo.

Pendapatan pribadi ialah segala jenis pendapatan, termasuk pendapatan yang diperoleh dengan tidak melakukan kegiatan apapun yang diterima oleh penduduk dari suatu negara.³¹ Tingkat pendapatan akan mempengaruhi jumlah konsumsi terhadap suatu produk, sering dijumpai dengan bertambahnya pendapatan maka jumlah serta kualitas produk yang dikonsumsi pun semakin bertambah.³²

²⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), 62.

³⁰ Djaali, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2020), 13.

³¹ Sadono Sukirno, *Makroekonomi Teori Pengantar....* 47.

³² Soekartawi, *Faktor-Faktor Produksi....*132.

Hasil penelitian terdahulu oleh Firly Rio Triono menunjukkan hasil bahwa pendapatan uang saku berpengaruh secara signifikan terhadap minat mahasiswa dalam berinvestasi emas.³³ Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurul Ainun yang menunjukkan hasil bahwa pendapatan berpengaruh positif pada minat menabung di bank syariah.³⁴ Namun hasil yang berbeda terdapat pada penelitian yang dilakukan oleh Nugrahainy Siti Nur Afifah yang menunjukkan hasil bahwa pendapatan mahasiswa tidak berpengaruh signifikan atau berpengaruh negatif terhadap minat menabung di bank syariah.³⁵ Oleh karena itu, maka hipotesis pertama yang peneliti uji adalah:

H01 : pendapatan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat investasi emas mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo.

Ha1 : pendapatan berpengaruh secara signifikan terhadap minat investasi emas mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo.

2. Hipotesis pengaruh persepsi terhadap minat investasi emas pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo

³³ Firly Rio Triono, "Pengaruh Literasi Ekonomi Syariah dan Pendapatan Uang Saku Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Berinvestasi Emas," *Skripsi* (Banten: UIN Sultan Maulana Hassanudin, 2021).

³⁴ Nurul Ainun, "Pengaruh Persepsi, Tingkat Religiusitas, dan Pendapatan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah," *Skripsi* (Makassar: UIN Allaudin, 2021).

³⁵ Nugrahainy Siti Nur Afifah, "Pengaruh Pendapatan Mahasiswa dan Pengetahuan Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah," *Skripsi* (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2020).

Persepsi memiliki sifat subjektif yang artinya penilaian setiap individu terhadap suatu hal yang sama bisa saja memberikan hasil yang berbeda. Hal ini bergantung pada stimulasi yang diterima, pikiran serta lingkungan sekitarnya.³⁶

Hasil penelitian terdahulu oleh Nurul Ainun yang menunjukkan hasil bahwa persepsi berpengaruh positif pada minat menabung di bank syariah.³⁷ Namun hasil berbeda didapatkan dari penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Fahrur Rozi yang menunjukkan bahwa persepsi resiko tidak berpengaruh signifikan atau dengan kata lain berpengaruh negatif terhadap minat investasi tabungan emas Pegadaian Syariah.³⁸ Oleh karena itu hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah:

H02 : persepsi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat investasi emas mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo.

Ha2 : persepsi berpengaruh secara signifikan terhadap minat investasi emas mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo.

³⁶ Ibid., 161.

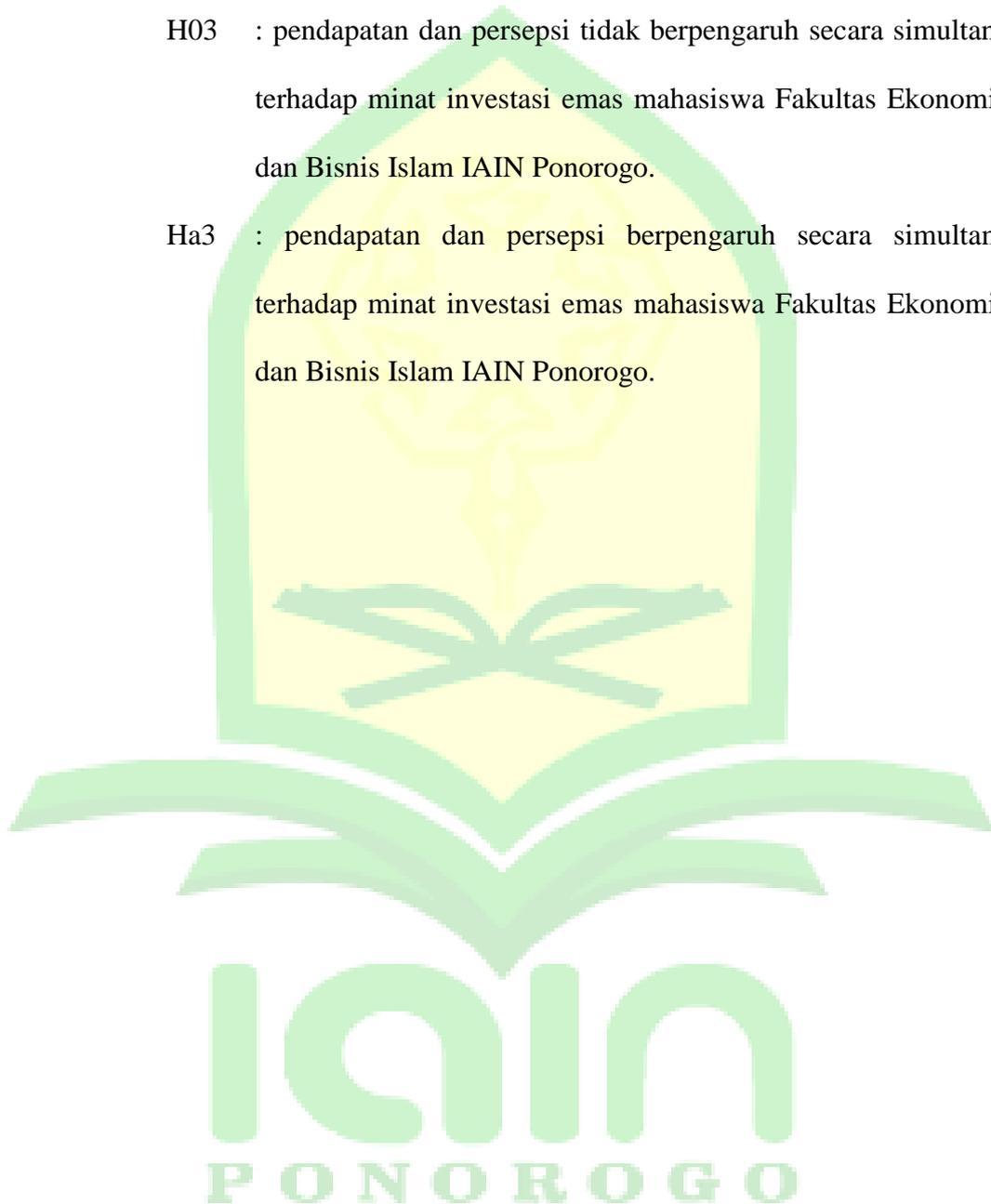
³⁷ Nurul Ainun, "Pengaruh Persepsi, Tingkat Religiusitas, dan Pendapatan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah," *Skripsi* (Makassar: UIN Allaudin, 2021).

³⁸ Muhammad Fahrur Rozi, "Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Resiko, dan Pendapatan Terhadap Minat Berinvestasi Tabungan Emas Pegadaian Syariah pada Mahasiswa", *Skripsi* (Semarang: UIN Walisongo, 2023).

3. Hipotesis pengaruh pendapatan dan persepsi terhadap minat investasi emas pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo

H03 : pendapatan dan persepsi tidak berpengaruh secara simultan terhadap minat investasi emas mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo.

Ha3 : pendapatan dan persepsi berpengaruh secara simultan terhadap minat investasi emas mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Penelitian ini memakai metode kuantitatif yakni meneliti sebuah populasi dan sebuah sampel tertentu guna mengumpulkan data, serta menganalisis data dengan tujuan menguji sebuah hipotesis yang dirumuskan.¹ Penelitian ini umumnya dilaksanakan pada suatu sampel atau suatu populasi tertentu yang memiliki sifat representative sehingga kesimpulan dari hasil penelitian mampu digeneralisasikan pada populasi yang mana sampel tersebut berasal.² Sistem pendekatan yang digunakan pada penelitian ini ialah dengan menggunakan data primer. Data primer ialah sebuah data yang di dapat secara langsung dari suatu objek yang akan diteliti lantas dilakukan sebuah pengolahan pada data yang telah diperoleh peneliti. Tujuan dari dilakukannya penelitian ini ialah untuk menguji perspektif peneliti yang diungkapkan melalui hipotesis dari data primer dengan hasil atau jawaban atas kuesioner yang telah disusun oleh peneliti.³ Data primer penelitian ini diperoleh melalui hasil dari kuisioner yang dibagikan dan di isi oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo.

¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method)* (Bandung: Alfabeta, 2014), 11.

² Ibid., 8.

³ Ajat Rukajat, *Pendekatan Penelitian Kuantitatif (Quantitative Research Approach)* (Sleman: CV Budi Utama, 2018), 6.

1. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

a. Variabel Penelitian

1) Variabel Independen

Variabel ini juga kerap disebut sebagai variabel *stimulus*, *predictor*, *antecedent*, yang menurut terjemahan bahasa Indonesia disebut variabel bebas. Variabel bebas ialah variabel yang mampu memberikan pengaruh atau yang menjadi penyebab dari perubahan atau munculnya variabel dependen (terikat).⁴ Variabel independen yang digunakan pada penelitian ini ialah: pendapatan (X1) dan persepsi (X2).

2) Variabel Dependen

Variabel ini disebut sebagai variabel *output*, kriteria, dan konsekuen. Menurut bahasa Indonesia dimaknai sebagai variabel terikat. Variabel terikat ialah variabel yang dipengaruhi atau yang menerima akibat dari adanya variabel bebas.⁵ Variabel dependen yang digunakan pada penelitian ini adalah: minat investasi emas (Y).

b. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan suatu pengertian yang dapat diberikan pada variabel atau konstruk yang terkait dengan cara memberikan arti secara detail pada suatu kegiatan, atau mampu memberikan operasional yang diperlukan dalam

⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi*, 39.

⁵ Ibid.

pengukuran suatu variabel atau konstruk.⁶ Berikut penjelasan definisi operasional pada variable-variabel yang telah diteliti, maka dapat dilihat pada table berikut :

Tabel 3.1
Definisi Operasional

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
1.	Pendapatan (X1)	Pendapatan pokok, yakni pendapatan yang diterima secara tetap dalam kurun waktu tertentu.	1. Pendapatan pokok	Skala Likert ⁷
		Pendapatan sampingan, yakni pendapatan yang diterima dari hasil bekerja di luar dari pekerjaan pokok dan tidak semua individu memiliki pendapatan dari sampingan.	2. Pendapatan sampingan	
		Pendapatan lain-lain, yakni pendapatan yang diterima dari pemberian pihak lain baik berwujud uang secara langsung maupun berwujud	3. Pendapatan lain-lain	

⁶ Muslich Anshori, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Edisi 1* (Surabaya: Airlangga University Press, 2019), 57-58.

⁷ Wirdayani Wahab, *Pengaruh Tingkat Bagi Hasil*, 172-173.

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
		barang yang bernilai (pendapatan bukan dari usaha).		
2.	Persepsi (X2)	<p>Persepsi positif yakni persepsi yang dapat menggambarkan semua pengetahuan dan tanggapan yang kemudian diteruskan dengan usaha untuk pemanfaatannya.</p> <p>Persepsi negatif yakni persepsi yang dapat menggambarkan semua pengetahuan dan tanggapan yang tidak selaras dengan objek yang dipersepsikan.</p>	<p>1. Persepsi positif</p> <p>2. Persepsi negatif</p>	Skala Likert 10

¹⁰ Irwanto, *Psikologi Umum*, 71.

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
3.	Minat Investasi Emas (Y)	Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk tertentu sesuai dengan kebutuhan maupun keinginannya.	1. Minat transaksional	Skala Likert ¹²
		Minat referensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan suatu produk kepada orang lain.	2. Minat referensial	
		Minat Preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku yang ditunjukkan oleh seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut.	3. Minat Preferensial	

¹² Augusty Ferdinand, *Metode Penelitian Manajemen*, 129.

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
		Minat eksploratif, minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut, dengan tujuan untuk mengetahui secara pasti bagaimana spesifikasi produk atau jasa yang digunakan, sebelum menggunakan produk atau jasa tersebut.	4. Eksploratif	

2. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi ialah wilayah dalam membuat generalisasi dan terdiri dari objek dan subjek yang mempunyai kualitas serta karakteristik tertentu yang kemudian ditetapkan oleh seorang peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Jenis dari populasi tidak hanya berupa orang saja,

melainkan seluruh objek benda-benda alam termasuk jenis populasi juga. Populasi bukan hanya sekedar jumlah yang terdapat pada sebuah objek dan subjek yang dipelajari, akan tetapi keseluruhan dari karakteristik atau sifat pada objek dan subjek yang telah di pilih.¹⁷ Dalam penelitian yang peneliti lakukan, cakupan populasinya ialah seluruh mahasiswa yang berada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo.

b. Sampel

Sampel ialah sebuah bagian atas keseluruhan dari jumlah serta karakteristik yang ada pada populasi. Umumnya kuantitas dari populasi yang di pilih cakupannya cukup besar sehingga seorang peneliti tidak memungkinkan untuk meneliti semua cakupan yang terdapat dalam populasi dengan bergam alasan, misalnya adalah adanya keterbatasan dari pendanaan, keterbatasan dari tenaga serta keterbatasan dari waktu. Solusi dari masalah akibat adanya keterbatasan dalam meneliti populasi ialah dengan memakai sampel yang di ambil dari populasi itu. Segala hal yang dipelajari serta disimpulkan berdasarkan data pada sampel dapat pula digunakan atau diposisikan untuk populasi. Berangkat dari

¹⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 120.

hal ini maka sampel yang diambil harus memiliki nilai dalam merepresentasikan populasi.¹⁸

Teknik penentuan sampel pada penelitian ini adalah *purposive sampling* yakni teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu yang ditetapkan oleh peneliti.¹⁹ Beberapa kriteria yang ditetapkan oleh peneliti dalam mengambil sampel antara lain:

- 1) Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo yang memiliki minimal dua dari tiga sumber pendapatan (pendapatan pokok, pendapatan sampingan, pendapatan lainnya).
- 2) Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo yang sudah mendapatkan semua materi perkuliahan atau telah berada di semester 8.

Peneliti menggunakan rumus Slovin dalam menentukan berapa sampel yang akan di ambil, yakni:

$$n = \left(\frac{N}{1 + N(e)^2} \right)$$

Keterangan:

n : jumlah sampel

N : jumlah populasi

e² : presentase tingkat kesalahan (10%)

¹⁸ Ibid., 127.

¹⁹ Ibid., 80.

$$n = \left(\frac{562}{1 + 562(0,10)^2} \right)$$

$$n = \left(\frac{562}{1 + 562(0,01)} \right)$$

$$n = \left(\frac{562}{6,62} \right)$$

n = 84,89 dibulatkan menjadi 85

Sampel pada penelitian ini sesuai dengan rumus Slovin, diperoleh sejumlah 84,89 yang di bulatkan maka hasilnya adalah 85 sampel. Dengan adanya keterbatasan waktu, tenaga, dan biaya maka teknik *purposive sampling* dirasa paling cocok digunakan untuk penelitian ini.

3. Jenis dan Sumber Data

a. Data Primer

Data primer ialah sekumpulan data yang memiliki acuan terhadap informasi yang diperoleh secara langsung (dari tangan pertama) yang berkaitan dengan variabel untuk tujuan tertentu dari penelitian.²⁰ Data primer memiliki jenis data yang secara langsung diorganisir oleh seorang peneliti guna menjawab masalah dalam penelitian melalui berbagai metode seperti obeservasi, survey, dan lain-lain. Data primer dalam penelitian ini adalah data yang berasal dari

²⁰ John Ward Creswell, *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2014), 130.

angket yang disebarakan oleh peneliti kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo.

b. Data Sekunder

Data sekunder ialah sekumpulan data yang memiliki acuan pada informasi yang diperoleh dari sumber-sumber yang telah ada, informasi tersebut dapat berupa buku atau majalah, laporan tahunan suatu perusahaan, publikasi dari pemerintah mengenai indikator ekonomi dan lain sebagainya.²¹ Data sekunder dalam penelitian ini adalah dengan mengunjungi website resmi dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo (<https://febi.iainponorogo.ac.id>).

4. Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah upaya untuk mengumpulkan informasi atau fakta-fakta yang ada di lapangan dalam rangka mencapai tujuan penelitian sesuai dengan yang diharapkan.²² Dalam upaya mengumpulkan data yang diperlukan, peneliti memakai metode kuisisioner yang nantinya akan di bagikan kepada mahasiswa dan di jawab sesuai dengan pendapat pribadi. Kuisisioner ialah suatu teknik dalam pengumpulan data yang dilakukan dengan proses memberi pertanyaan atau pernyataan secara tertulis kepada responden.

²¹ Ibid., 131.

²² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 194.

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien apabila peneliti memiliki data dengan pasti variabel yang akan diteliti.²³

Dalam upaya memudahkan juga memfokuskan jawaban dari mahasiswa, maka peneliti menyusun kuisisioner yang disusun menggunakan skala likert. Skala likert ialah skala yang dipakai untuk mengukur sikap atau pendapat seseorang berdasarkan kategori dari sikap “sangat positif” sampai sikap “sangat negatif”. Umumnya item-item yang terdapat pada skala likert berkaitan dengan opini.²⁴ Dalam penelitian ini jawaban dari responden diberi skor menurut skala likert sebagai berikut:

Tabel 3.2
Skala Likert

No	Kategori	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	4
2.	Setuju (S)	3
3.	Tidak Setuju (TS)	2
4.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Kuesioner yang dilakukan pada penelitian ini memiliki fungsi sebagai penggali data tentang pengaruh pendapatan dan persepsi tentang emas terhadap minat berinvestasi emas pada mahasiswa. Kuesioner yang dilampirkan ialah kuesioner dengan

²³ Ibid., 199.

²⁴ Wahdan Najib Habiby, *Statistika Pendidikan* (Surakarta: Muhammadiyah University Press, 2017), 28.

tipe tertutup yaitu responden tidak diberikan kesempatan dalam menjawab menggunakan pendapatnya sendiri akan tetapi responden dapat memilih jawaban yang telah disediakan peneliti dengan memilih salah satu yang merepresentasikan jawaban yang menurutnya paling sesuai.

5. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas berfungsi sebagai pengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Sebuah kuesioner bisa diasumsikan memiliki validitas yang tinggi apabila kuesioner tersebut dapat melaksanakan fungsi ukurnya, atau menyajikan hasil dalam pengukuran yang tepat serta akurat sesuai tujuan dan maksud dari dilakukannya tes tersebut.²⁵

Uji validitas dapat dilakukan menggunakan rumus *Pearson Product Moment*, lantas diuji menggunakan uji T. Setelah tahap-tahap tersebut dilalui, kemudian selanjutnya dilihat penafsiran terhadap indeks korelasinya.²⁶ Pengujian validitas pada penelitian ini akan dilakukan dengan bantuan aplikasi SPSS yang mana hasilnya akan dibandingkan dengan nilai dari r tabel.

²⁵ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (Semarang: Universitas Diponegoro, 2009), 17.

²⁶ Acep Edison, *Metode Riset Untuk Bisnis dan Manajemen* (Bandung: Utamalab, 2015), 20.

Rumus *Pearson Product Moment*:

$$R_{\text{hitung}} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n\sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

R_{hitung} : koefisien korelasi

$\sum X$: jumlah skor X

$\sum Y$: jumlah skor Y

$\sum XY$: jumlah hasil perkalian antara skor X
dan Y

N : jumlah data atau responden

Uji validitas dilakukan melalui perbandingan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} dengan menggunakan tingkat signifikansi 5 persen. Kriteria yang digunakan dalam pengujian adalah : apabila $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$, maka kuesioner tersebut dikatakan valid, dan apabila $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$, maka kuesioner tersebut dikatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah pengujian guna mengukur suatu kuesioner yang memiliki peranan sebagai indikator dari perubahan atau juga disebut sebagai konstruk. Suatu kuesioner dinyatakan reliable apabila jawaban dari responden atas sebuah pertanyaan adalah konsisten dari waktu ke waktu.²⁷

Pengujian reliabilitas terhadap sebuah kuesioner

²⁷ Imam Ghozali, *Aplikasi*, 20.

dilaksanakan dengan menggunakan rumus *Cronbach's Alpha* yang mana hasil yang diperoleh akan ditafsirkan dengan nilai r tabel. Sedangkan tolok ukur penafsiran seberapa tinggi tingkat kepercayaan yang diperoleh dapat dilihat melalui tabel berikut:²⁸

Tabel 3.3
Nilai Reliabilitas

Uji Reliabilitas	
Nilai	Kategori
81%-100%	Sangat Tinggi
61%-80%	Tinggi
41%-60%	Cukup Tinggi
21%-40%	Rendah
0%-20%	Sangat Rendah

6. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

a. Uji Asumsi Klasik

Untuk melaksanakan sebuah pengujian analisis berganda dibutuhkan pengujian prasyarat analisis. Pengujian prasyarat analisis dilaksanakan sebelum melakukan pengujian terhadap hipotesis, maka digunakan suatu pengujian dengan nama uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik merupakan persyaratan secara statistik yang harus dilalui pada tahap analisis regresi linier.

²⁸ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik Edisi Revisi* (Jakarta: PT. Rineka Cipta), 245.

1) Uji Normalitas

Uji normalitas memiliki fungsi sebagai penguji apakah dalam satu bentuk regresi yang terdapat pada suatu variabel independen atau variabel dependen maupun keduanya berdistribusikan normal atau justru tidak normal. Pada tahap uji normalitas data, dapat dilaksanakan menggunakan metode analisis pada grafik serta uji statistik. Uji normalitas data dapat dilakukan dengan metode *Kolmogorov-Smirnov*. Jika nilai signifikansi (*Asymp. Sig-2 Tailed*) $> 0,05$, maka data pada penelitian memiliki distribusi normal, dan apabila nilai signifikansi (*Asymp. Sig-2 Tailed*) $< 0,05$, maka data pada penelitian memiliki distribusi tidak normal.²⁹

Program IBM SPSS dalam pengujiannya memiliki tiga persamaan dalam melihat nilai dan menentukan keputusan analisis, yakni dapat menggunakan exact P-values, monte carlo P-values, dan asymptotic P-values. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan exact test Monte Carlo dalam melakukan pengujian Kolmogorov-Smirnov dengan tingkat confidence level sebesar 95%. Dasar

²⁹ Imam Ghozali, Aplikasi, 24.

pengambilan keputusan untuk uji normalitas menggunakan exact test Monte Carlo adalah sebagai berikut:³⁰

- a) Apabila probabilitas signifikansi lebih besar daripada 0,05 maka data yang sedang diuji terdistribusi secara normal.
- b) Apabila probabilitas signifikansi lebih kecil sama dengan 0,05 maka data yang sedang diuji tidak terdistribusi secara normal.

2) Uji Multikolonieritas

Pengujian pada multikolonieritas bermaksud untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antar variabel independen atau variabel bebas dalam persamaan regresi linier. Upaya dalam mencari tahu apakah terdapat atau tidaknya multikolonieritas pada model regresi, dapat dilihat dari nilai toleransi dan nilai *Variance Inflation Factor*. Dasar pengambilan keputusan pada uji multikolonieritas:

- a) Jika nilai pada toleransi lebih dari 0,10 artinya adalah tidak terdapat multikolonieritas, atau jika nilai VIF kurang dari 10,0 artinya adalah tidak terdapat multikolonieritas.

³⁰ Ibid., 25.

b) Jika nilai pada toleransi kurang dari 0,10 artinya adalah terdapat multikolonieritas, atau jika nilai VIF lebih dari 10,0 artinya adalah terdapat multikolonieritas.³¹

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ditujukan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dan residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain. Jika variance dan residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Cara untuk melihat ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat diuji dengan uji glejser. Pengambilan keputusan dengan melihat nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.³²

³¹ Ibid., 32.

³² Juliansyah Noor, *Analisis Data Penelitian Ekonomi dan Manajemen* (Jakarta: PT. Grasindo, 2014), 64

b. Uji Hipotesis

1) Uji Koefisien Determinasi (Uji R²)

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R² yang kecil menunjukkan bahwa kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas.³³

2) Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji T)

Pengujian ini dilakukan guna mengetahui dalam model regresi pada variabel independen apakah secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.³⁴ Metode uji t ialah.³⁵

a) Merumuskan Hipotesis

H₀: Tidak ada pengaruh signifikan antara pendapatan dan persepsi tentang emas terhadap minat investasi emas pada mahasiswa.

H_a: Terdapat pengaruh signifikan antara pendapatan dan persepsi tentang emas terhadap minat investasi emas pada mahasiswa.

³³ Imam Ghozali, *Aplikasi*, 37.

³⁴ *Ibid.*, 41.

³⁵ Ana Ramadhayanti, *Aplikasi SPSS untuk Penelitian dan Riset Pasar* (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2019), 168.

b) Menentukan t_{hitung} dan signifikansi

c) Menentukan t_{tabel}

T_{tabel} dapat dicermati dalam tabel statistik pada signifikansi $0,05 : 2 = 0,025$ dengan indeks derajat kebebasan df ($n-k-1$) (df = defferensi, n = jumlah data, dan k = jumlah variabel independen).

d) Kriteria Pengujian

Apabila $t_{tabel} > t_{hitung}$ atau $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima. Apabila $t_{tabel} < t_{hitung}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ H_0 ditolak.

e) Berdasarkan Signifikan

Apabila signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima. Apabila signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak.

f) Membuat Keputusan

Pembuatan keputusan bertujuan untuk mengetahui hipotesis yang terpilih antara H_0 atau H_a .

3) Uji Koefisien Regresi Secara Bersamaan (Uji F)

Uji f pada umumnya disebut uji ANOVA (*Analysist of Variance*). Uji f ini berfungsi hampir sama dengan uji t , yang mana memiliki tujuan untuk meneliti apakah terdapat perbedaan dari rata-rata. Perbedaannya

terdapat dalam kelompok pada datanya, yang mana uji f mampu menguji dua kelompok data atau lebih.³⁶

Metode untuk uji f ialah:³⁷

a) Merumuskan hipotesis

H_0 : Tidak ada pengaruh signifikan antara pendapatan dan persepsi tentang emas terhadap minat investasi emas pada mahasiswa.

H_a : Terdapat pengaruh signifikan antara pendapatan dan persepsi tentang emas terhadap minat investasi emas pada mahasiswa.

b) Menentukan nilai F_{hitung} dan nilai signifikansi

c) Menentukan F_{tabel}

F_{tabel} dapat dicermati dalam tabel statistik pada tingkat signifikansi 0,05 dengan df (n-k-1) (df= defferensi, n= jumlah data, dan k= jumlah variabel independen).

d) Kriteria pengujian

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak.

e) Membandingkan antara F_{tabel} dan F_{hitung}

³⁶ Ali Baroroh, *Trik-Trik Analisis Statistik dengan SPSS 15* (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2019), 79.

³⁷ Rochmat Aldy Purnomo, *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS* (Ponorogo: CV Wade Group, 2017), 169.

Membandingkan antara F_{tabel} dan F_{hitung} bertujuan untuk mencari tahu apakah H_0 diterima atau ditolak yang berdasar pada kaidah pengujian.

f) Membuat Keputusan

Menerima maupun menolak H_0 uji determinasi koefisien (R^2). Koefisien determinasi ialah nilai yang dipakai dengan maksud untuk mengukur seberapa besar peran variabel independen (X) pada naik maupun turunnya variabel dependen (Y). Koefisien determinasi ber lambang R^2 serta umum ditunjukkan berbentuk persentase (%). Dalam pengujian ini, variabel Y dijelaskan melalui variabel X senilai R^2 sehingga sisanya dijelaskan oleh variabel lain. Sisa variasi Y yang lainnya terjadi karena faktor lain yang memiliki pengaruh pula pada variabel Y dan juga telah termasuk ke dalam kesalahan pengganggu atau disebut *disturbance error*.³⁸

4) Uji Regresi Linier Berganda

Metode uji regresi linier berganda berfungsi untuk melihat hubungan pada linier dari berbagai variabel yang bersifat independen (X_1, X_2, \dots, X_n)

³⁸ Robert Kurniawan dan Budi Yuniarto, *Analisis Regresi: Dasar dan Penerapannya dengan R* (Jakarta: Kencana, 2016), 45.

terhadap variabel yang bersifat dependen (Y) pada saat yang sama dengan rumus.³⁹

$$Y = a + (b_1X_1) + (b_2X_2) + \dots (b_nX_n)$$

Keterangan:

Y : Variabel dependen

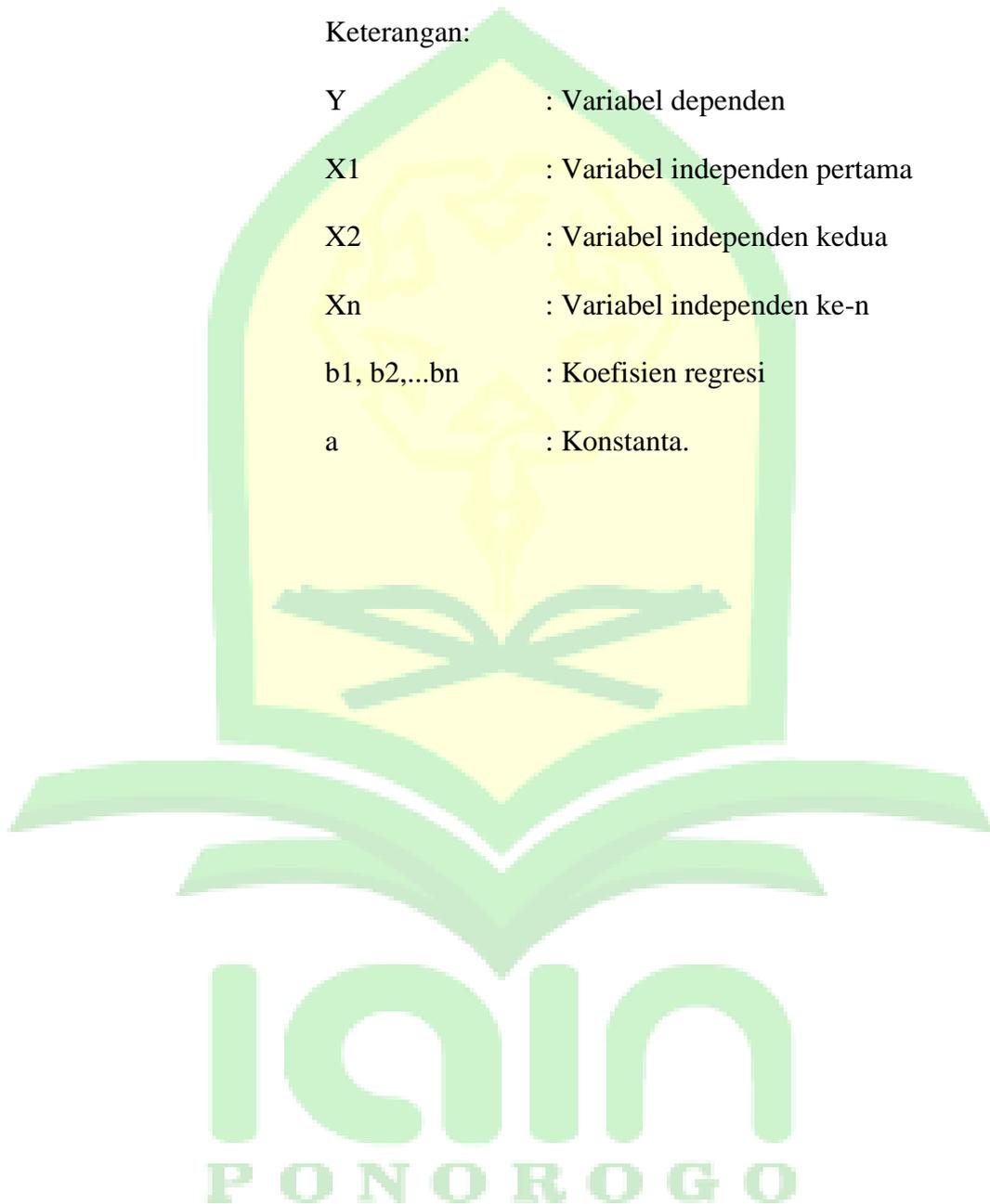
X1 : Variabel independen pertama

X2 : Variabel independen kedua

Xn : Variabel independen ke-n

b1, b2,...bn : Koefisien regresi

a : Konstanta.



³⁹ Hardisman, *Tanya Jawab Prinsip Analisa Data: Prinsip Dasar dan Langkah-Langkah Aplikasi Praktis pada Penelitian Kesehatan dengan SPSS* (Bogor: Guepedia, 2020), 113.

BAB IV

PEMBAHASAN DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum Target Penelitian

1. Sejarah Berdirinya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo merupakan fakultas yang paling muda antara fakultas lainnya di IAIN Ponorogo. Proses pendirian fakultas ini tidak luput dari andil fakultas tertua yakni Fakultas Syari'ah IAIN Ponorogo. Pada mulanya fakultas ini merupakan salah satu dari Jurusan Syari'ah dan Ekonomi Islam STAIN Ponorogo (sekarang berubah nama menjadi Fakultas Syariah IAIN Ponorogo). Bibit terbentuknya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo adalah Program Studi Ekonomi Syari'ah dan Perbankan Syari'ah yang merupakan Jurusan pada Fakultas Syari'ah. Kedua program studi ini memiliki izin Direktorat Jenderal Pendidikan Islam pada tahun 2014 dengan SK No. 7062 tahun 2014. Lebih lanjut di tahun 2015 di cetuskan Program Studi Zakat dan Wakaf yang memiliki izin pendirian dari Direktorat Jenderal Pendidikan Islam dengan SK No. 4723 tahun 2015. Berdasar pada nomenklatur tentang program studi, akhirnya tahun 2017 Program Studi Zakat dan Wakaf di rubah menjadi Manajemen Zakat dan Wakaf dengan SK Dirjen. No. 2084 tahun 2017. Pembukaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN

Ponorogo, ketika waktu itu bersamaan dengan peralihan status dari Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Ponorogo menjadi Institut Agama Islam Negeri Ponorogo yang di sahkan dengan Peraturan Presiden Republik Indonesia No. 75 tahun 2016 tanggal 1 Agustus 2016. Nama Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut IAIN Ponorogo dengan tegas tercantum dalam Peraturan Menteri Agama RI No. 49 tahun 2016 mengenai Organisasi dan Tata Kerja IAIN Ponorogo dalam pasal 11. Hal ini juga diperkuat dalam Peraturan Menteri Agama RI No. 59 tahun 2016 tentang Statuta IAIN Ponorogo. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo yang menyandang predikat sebagai fakultas termuda selalu melakukan upaya untuk menjadi lebih baik dari waktu ke waktu, terkhusus dalam meningkatkan mutu pendidikan serta sumber daya manusia. Untuk meningkatkan kualitas pendidikan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo banyak melakukan upaya sebagai contoh ialah peningkatan kapasitas dosen, membangun berbagai fasilitas salah satunya laboratorium pada setiap jurusan, dan tak luput pula terkait akreditasi program studi/jurusan sehingga pada tahun 2018 Jurusan Ekonomi Syari'ah telah menerima akreditasi B, sementara pada Jurusan Perbankan Syari'ah dan MAZAWA masih dalam proses akreditasi.¹

¹ FEBI IAIN Ponorogo. "Sejarah FEBI" dalam <https://febi.iainponorogo.ac.id/index.php/profil/sejarah-febi/>, (di akses pada tanggal 20 Maret 2024 jam 21.00).

2. Visi, Misi, dan Tujuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN

Ponorogo

a. Visi

Visi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo adalah pusat kajian dan pengembangan ilmu ekonomi dan bisnis Islam yang unggul dalam bidang kewirausahaan, pengelolaan usaha mitra, zakat dan wakaf pada tahun 2023.

b. Misi

- 1) Melaksanakan pendidikan dan pembelajaran Ilmu bidang ekonomi dan bisnis Islam yang unggul dalam bidang kewirausahaan, pengelolaan usaha mitra, zakat dan wakaf pada tahun 2023.
- 2) Melaksanakan penelitian dalam bidang ilmu ekonomi dan bisnis Islam yang unggul dalam bidang kewirausahaan, pengelolaan usaha mitra, zakat dan wakaf pada tahun 2023.
- 3) Melaksanakan pengabdian masyarakat yang unggul dalam bidang kewirausahaan, pengelolaan usaha mitra, zakat dan wakaf pada tahun 2023.
- 4) Menjalin kerjasama dengan berbagai lembaga baik dalam maupun luar negeri pada bidang kewirausahaan, pengelolaan usaha mitra, zakat dan wakaf pada tahun 2023.

c. Tujuan

- 1) Terlaksananya pendidikan dan pembelajaran ilmu bidang ekonomi dan bisnis Islam yang unggul dalam bidang kewirausahaan, pengelolaan usaha mitra, zakat dan wakaf pada tahun 2023.
- 2) Terlaksananya penelitian dalam bidang ilmu ekonomi dan bisnis Islam yang unggul dalam bidang kewirausahaan, pengelolaan usaha mitra, zakat dan wakaf pada tahun 2023.
- 3) Terlaksananya pengabdian masyarakat yang unggul dalam bidang kewirausahaan, pengelolaan usaha mitra, zakat dan wakaf pada tahun 2023.
- 4) Terjalinnnya kerjasama dengan berbagai lembaga baik dalam maupun luar negeri pada bidang kewirausahaan, pengelolaan usaha mitra, zakat dan wakaf pada tahun 2023.²

B. Deskripsi Responden Penelitian

Responden penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis Islam IAIN Ponorogo sejumlah 85 orang dengan pemetaan sebagai berikut:

1. Jurusan Perkuliahan

Deskripsi responden berdasarkan jurusan perkuliahan menghasilkan sebuah pemetaan yang tergambar pada tabel berikut:

² FEBI IAIN Ponorogo. “Visi Misi dan Tujuan” dalam <https://febi.iainponorogo.ac.id/index.php/profil/visi-misi/>, (di akses pada tanggal 20 Maret 2024 jam 21.10).

Tabel 4.1
Deskripsi Responden Penelitian Jurusan Perkuliahan

Jurusan Perkuliahan	Frekuensi	Persentase
Ekonomi Syariah	69	81,2%
Perbankan Syariah	16	18,8%
Total	85	100%

Tabel 4.1 menggambarkan hasil dari data yang telah dikumpulkan dan diketahui bahwa mayoritas responden berasal dari jurusan Ekonomi Syariah yakni sebesar 81,2%, sedangkan dari jurusan perbankan Syariah sebesar 18,8%.

2. Jenis Kelamin

Deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin menghasilkan sebuah pemetaan yang tergambar pada tabel berikut:

Tabel 4.2
Deskripsi Responden Penelitian Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Perempuan	65	76,5%
Laki-laki	20	23,5%
Total	85	100%

Tabel 4.2 menggambarkan hasil dari data yang telah dikumpulkan dan diketahui bahwa mayoritas responden memiliki jenis kelamin perempuan yakni sebesar 76,5%, sedangkan dari jenis laki-laki sebesar 23,5%.

C. Analisis Data Penelitian

1. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas ini digunakan untuk melihat apakah data dari penelitian ini bersifat valid sehingga dapat digunakan dalam tahap pengolahan data selanjutnya dengan cara membandingkan nilai dari R hitung dengan nilai dari R tabel. Proses pengujian validitas ini menggunakan aplikasi SPSS 22, dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.3
Uji Validitas

Kategori	Pernyataan	R hitung	R tabel	Kesimpulan
X1	A1	0,402	0,2133	Valid
	A2	0,750	0,2133	Valid
	A3	0,741	0,2133	Valid
	A4	0,629	0,2133	Valid
	A5	0,741	0,2133	Valid
	A6	0,732	0,2133	Valid
	A7	0,455	0,2133	Valid
	A8	0,710	0,2133	Valid
	A9	0,775	0,2133	Valid
X2	B1	0,693	0,2133	Valid
	B2	0,483	0,2133	Valid
	B3	0,774	0,2133	Valid
	B4	0,286	0,2133	Valid
	B5	0,494	0,2133	Valid
Y	C1	0,723	0,2133	Valid
	C2	0,653	0,2133	Valid
	C3	0,856	0,2133	Valid
	C4	0,801	0,2133	Valid
	C5	0,393	0,2133	Valid
	C6	0,357	0,2133	Valid
	C7	0,505	0,2133	Valid
	C8	0,614	0,2133	Valid

Tabel 4.3 menunjukkan hasil dari uji validitas data. Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan menggunakan aplikasi IBM SPSS menunjukkan bahwa keseluruhan nilai dari R hitung melebihi nilai dari R tabel sehingga dapat disimpulkan bahwa data tersebut memenuhi aspek validitas atau data bersifat valid.

b. Uji Reliabilitas

Proses pengujian reliabilitas ini menggunakan aplikasi SPSS 22. Pengujian reliabilitas terhadap sebuah kuesioner dilaksanakan dengan menggunakan rumus *Cronbach's Alpha* yang mana hasil yang diperoleh sebagai berikut:

Tabel 4.4
Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.928	22

Sedangkan tolok ukur penafsiran seberapa tinggi tingkat kepercayaan yang diperoleh ialah sebagai berikut:

Tabel 4.5
Kategori Nilai Reliabilitas

Uji Reliabilitas		
Nilai	Kategori	Hasil
81% -100%	Sangat Tinggi	92%
61% -80%	Tinggi	
41% -60%	Cukup Tinggi	
21% -40%	Rendah	
0% -20%	Sangat Rendah	

Pada tabel 4.4 dan tabel 4.5 dapat dilihat bahwa nilai yang di dapat dari uji reliabilitas data ialah sebesar 0,92 atau 92% dengan kategori sangat tinggi tingkat reliabilitasnya. Dapat ditafsirkan pula jika hasil dari uji reliabilitas data termasuk dalam kategori sangat tinggi tingkat dapat dipercayanya data untuk digunakan sebagai bahan penelitian. Kesimpulannya adalah data tersebut memenuhi aspek reliabilitas atau data bersifat reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Proses pengujian normalitas ini menggunakan aplikasi SPSS 22, dengan melihat nilai pada bagian Asymp. Sig. (2-tailed) pada tabel One-Sample Kolmogorov Smirnov Test dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.6

Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		85
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.77373865
Most Extreme Differences	Absolute	.104
	Positive	.104
	Negative	-.088
Test Statistic		.104
Asymp. Sig. (2-tailed)		.024 ^c

Pada tabel 4.6 dapat dilihat bahwa hasil pengujian dengan pendekatan *Kolmogorov-Smirnov* menunjukkan nilai 0.024 yang mana nilai tersebut tidak lebih tinggi dari ketetapan nilai signifikansi yaitu senilai 0,05. Karena hasil dari pengujian menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov* menunjukkan hasil tidak normal, maka perlu dilakukan olah data menggunakan metode yang lain. Peneliti memutuskan untuk menggunakan metode pengujian *Monte Carlo*. Berikut hasil dari pengujian *Monte Carlo*:

Tabel 4.7
Uji Normalitas Monte Carlo

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			85
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		.77373865
Most Extreme Differences	Absolute		.104
	Positive		.104
	Negative		-.088
Test Statistic			.104
Asymp. Sig. (2-tailed)			.024 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		.329 ^d
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.198
		Upper Bound	.461

Pada tabel 4.7 dapat dilihat bahwa hasil pengujian dengan pendekatan *Monte Carlo Sig. (2-tailed)* menunjukkan nilai 0.329 yang mana nilai tersebut lebih tinggi dari ketetapan nilai

signifikansi yaitu senilai 0,05. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat ditafsirkan bahwa data yang digunakan berdistribusi normal karena nilai yang diperoleh dari *Monte Carlo Sig. (2-tailed)* sebesar 0,329 lebih besar dari ketentuan signifikansi sebesar 0,05. Kesimpulannya adalah data tersebut memenuhi kriteria normalitas data atau data berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Proses pengujian multikolinieritas ini menggunakan aplikasi SPSS 22 dengan melihat nilai pada bagian *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)* pada tabel *Coefficients* dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.8
Uji Multikolinieritas

Coefficients^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	PENDAPAT AN	.913	1.096
	PERSEPSI	.913	1.096

Pada tabel 4.8 dapat dilihat bahwa hasil pengujian menunjukkan nilai *tolerance* 0,913 yang mana nilai tersebut lebih dari 0,10 dan VIF menunjukkan nilai 1, 096 yang mana nilai tersebut kurang dari 10,0. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat ditafsirkan bahwa data yang digunakan terbebas dari multikolinieritas yang di buktikan dengan nilai nilai *tolerance* pada X1 (pendapatan) sebesar 0,913 dan nilai *tolerance* pada X2

(persepsi) sebesar 0,913 yang mana nilai pada kedua variabel bebas tersebut lebih tinggi dari nilai ketetapan *tolerance* sebesar 0,10. Selain itu ditinjau pula berdasarkan nilai yang diperoleh pada VIF X1 (pendapatan) sebesar 1,096 dan VIF X2 (persepsi) sebesar 1,096 yang mana nilai pada kedua variabel bebas tersebut kurang dari ketetapan nilai VIF sebesar 10,0 sehingga terbebas dari multikolinieritas. Kesimpulannya adalah data tersebut tidak terdapat multikolinieritas atau data terbebas dari multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Proses pengujian heteroskedastisitas ini menggunakan aplikasi SPSS 22 dengan melihat nilai pada bagian signifikansi (Sig.) pada tabel *Coefficients* dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.9

Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.638	1.497		.426	.671
	PENDAPATAN	-.038	.043	-.103	-.901	.370
	PERSEPSI	.064	.064	.116	1.008	.316

Pada tabel 4.9 dapat dilihat bahwa hasil pengujian menunjukkan nilai dari signifikansi pada tabel *coefficients* di atas nilai ketentuan signifikansi. Berdasarkan hasil tersebut maka

dapat ditafsirkan bahwa data yang digunakan terbebas dari heterokedastisitas yang dibuktikan dengan nilai signifikansi pada tabel *coefficients* X1 (pendapatan) sebesar 0,370 dan nilai signifikansi pada tabel *coefficients* X2 (pendapatan) sebesar 0,316 yang mana nilai pada kedua varibel bebas tersebut di atas nilai ketetapan signifikansi sebesar 0,05. Kesimpulannya adalah data tersebut tidak terdapat heterokedastisitas atau terbebas dari heterokedastisitas.

3. Uji Hipotesis

a. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Proses pengujian koefisien determinasi ini menggunakan aplikasi SPSS 22 dengan melihat nilai dari *R Square* pada tabel *Model Summary* dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.10
Uji R^2

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.553 ^a	.306	.289	.783

Pada tabel 4.10 dapat dilihat bahwa hasil dari pengujian menunjukkan nilai *R Square* sebesar 0,306 yang mana hal tersebut dapat di artikan bahwa terdapat pengaruh dari variabel bebas (pendapatan dan persepsi) terhadap variabel terikatnya (minat investasi emas) sebesar 30,6%, sedangkan sisanya

terpengaruh oleh variabel lain yang tidak tercantum pada penelitian.

b. Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji T)

Proses pengujian koefisien regresi parsial atau uji T ini menggunakan aplikasi SPSS 22 dengan melihat nilai dari T hitung pada tabel *Coefficients* dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.11

Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.499	2.313		7.132	.000
	PENDAPATAN	.200	.066	.294	3.048	.003
	PERSEPSI	.397	.098	.390	4.044	.000

Nilai t tabel dengan signifikansi $0,05/2=0,025$ dengan indeks kebebasan ($df= n-k-1$) $85-2-1=82$. Lantas mengacu pada tabel signifikansi 0,025 dengan df 82, maka ditemukan t tabel senilai 1,993.

Pada tabel 4.11 dapat dilihat bahwa hasil pengujian menunjukkan nilai t hitung pada X1 (3,048) lebih besar dari nilai t tabel (1,993) dan nilai signifikansi kurang dari 0,05 yakni $0,003 < 0,05$. Dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti terdapat pengaruh signifikan antara

pendapatan terhadap minat investasi emas pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo.

Hasil pengujian menunjukkan nilai t hitung pada X2 (4,044) lebih besar dari nilai t tabel (1,993) dan nilai signifikansi kurang dari 0,05 yakni $0,00 < 0,05$. Dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti terdapat pengaruh signifikan antara persepsi tentang emas terhadap minat investasi emas pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo.

Berdasarkan hasil dari hasil uji koefisien regresi parsial di atas, maka dapat disimpulkan bahwa pendapatan dan persepsi tentang emas secara parsial berpengaruh terhadap minat investasi emas pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo.

c. Uji Koefisien Regresi Secara Bersamaan (Uji F)

Proses pengujian koefisien regresi secara bersamaan atau uji F ini menggunakan aplikasi SPSS 22 dengan melihat nilai pada F hitung pada tabel *Anova* dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.12
Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	22.135	2	11.068	18.047	.000 ^b
	Residual	50.288	82	.613		
	Total	72.424	84			

Nilai f tabel dengan indeks kebebasan ($df = n - k - 1$) $85 - 2 - 1 = 82$. Lantas mengacu pada tabel signifikansi 0,05 dengan df 82, maka ditemukan f tabel senilai 3,11. Pada tabel 4.12 dapat dilihat bahwa hasil pengujian menunjukkan nilai dari f hitung (18,047) lebih besar dari nilai f tabel (3,11), serta nilai dari signifikansi $0,00 < 0,05$, yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima.

Berdasarkan hasil dari uji koefisien regresi secara bersamaan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara pendapatan dan persepsi tentang emas terhadap minat investasi emas pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo.

d. Uji Regresi Linier Berganda

Proses pengujian koefisien regresi linier berganda ini menggunakan aplikasi SPSS 22 dengan melihat nilai bagain B pada tabel *Coefficients* dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.13
Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.499	2.313		7.132	.000
	PENDAPATAN	.200	.066	.294	3.048	.003
	PERSEPSI	.397	.098	.390	4.044	.000

Pada tabel 4.13 dapat dilihat bahwa nilai dari $Y = 16,499$, nilai dari $X_1 = 0,200$, nilai dari $X_2 = 0,397$. Rumus dari persamaan

regresi ialah sebagai berikut: $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$, yang mana kemudian di masukkan ke dalam data yang sudah ada menjadi $Y = 16,499 + 0,200 X_1 + 0,397 X_2$.

Berdasarkan dari hasil pengujian ini dapat disimpulkan berbagai hal diantaranya:

- 1) Nilai konstanta (a) memiliki nilai positif sebesar 16,499.

Konstanta bertanda positif yang mengartikan bahwa pengaruh searah antara variabel independen dan variabel dependen. Hal ini menunjukkan bahwa apabila semua variabel independen yang meliputi pendapatan (X1) dan persepsi tentang emas (X2) bernilai 0% atau tidak ada perubahan, maka minat investasi emas (Y) adalah sebesar 16,499 (16,49%).

- 2) Nilai koefisien pendapatan (X1) memiliki nilai positif

sebesar 0,200 (20%). Tanda positif mengartikan bahwa pengaruh searah antara variabel independen dan variabel dependen. Hal ini menunjukkan apabila pendapatan (X1)

mengalami kenaikan sebesar 1%, maka minat investasi emas pada mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo (Y) akan naik sebesar 0,200 (20%) dengan asumsi variabel independen lain bernilai konstan.

- 3) Nilai koefisien persepsi (X2) memiliki nilai positif sebesar

0,397 (39%). Tanda positif mengartikan bahwa pengaruh

searah antara variabel independen dan variabel dependen. Hal ini menunjukkan apabila persepsi (X2) mengalami kenaikan sebesar 1%, maka minat investasi emas pada mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo (Y) akan naik sebesar 0,397 (39%) dengan asumsi variabel independen lain bernilai konstan.

4. Pembahasan Hasil Penelitian

a. Pengaruh Pendapatan Terhadap Minat Investasi Emas Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis Islam IAIN Ponorogo

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka hasil dari hipotesis X1 terkait pengaruh pendapatan terhadap minat investasi emas pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo yang diperoleh adalah sebagai berikut:

1) Hasil Pengujian pada Indikator X1 (Pendapatan)

Faktor pendapatan (X1) berpengaruh positif terhadap minat investasi emas pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo. Hal ini di buktikan dengan hasil dari uji koefisien regresi parsial (uji t) yang menunjukkan bahwa $T_{hitung} > T_{tabel}$ yaitu sebesar $3,048 > 1,993$, lantas di tinjau dari signifikansi yang menunjukkan bahwa nilai signifikansi kurang dari 0,05 yaitu sebesar $0,003 < 0,05$.

Hal ini sejalan dengan pendapat yang dikemukakan oleh Soekartawi yang menjelaskan bahwa tingkat pendapatan akan

mempengaruhi jumlah konsumsi terhadap suatu produk, sering dijumpai dengan bertambahnya pendapatan maka jumlah serta kualitas produk yang dikonsumsi pun semakin bertambah.³ Konsumsi dalam artian ini adalah konsumsi pendapatan seorang individu pada produk emas, yang mana konsumsi tersebut bernilai investasi.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nurul Ainun dengan judul Pengaruh Persepsi, Tingkat Religiusitas, dan Pendapatan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah menunjukkan hasil yang sejalan dengan penelitian ini yang mana faktor pendapatan berpengaruh secara positif terhadap minat menabung di bank syariah.⁴

2) Analisis Hasil Pengujian pada Indikator X1 (Pendapatan)

Indikator pendapatan pokok pada hipotesis X1 memiliki total skor 1,893 yang mana hal ini paling rendah diantara indikator lain pada hipotesis ini sehingga meskipun indikator pendapatan pokok diketahui valid namun apabila dalam indikator ini dapat memiliki nilai yang lebih tinggi maka tingkat validitasnya dapat pula bertambah. Beberapa metode dapat digunakan untuk meningkatkan indikator pendapatan pokok ini diantaranya dengan menambah jumlah

³ Soekartawi, *Faktor....*, 132.

⁴ Nurul Ainun, *Pengaruh....*91.

sample yang diteliti maupun dengan mengganti subjek sample yang di teliti atau bahkan memadukan keduanya.

Indikator pendapatan sampingan pada hipotesis X1 memiliki total skor 2,102 yang mana selain dinyatakan valid juga memiliki total skor paling tinggi diantara indikator lain pada hipotesis ini. Hal ini menunjukkan bahwa indikator pendapatan sampingan pada hipotesis ini menjadi indikator paling relevan diantara indikator lain. Ditinjau dari hasil ini maka dapat disimpulkan bahwa indikator ini tepat digunakan dalam melakukan penelitian serupa dikemudian hari.

Indikator pendapatan lain-lain pada hipotesis X1 memiliki total skor 1,940 yang mana nilai ini menjadi nilai tengah dalam hipotesis ini. Hal ini menunjukkan bahwa indikator pendapatan lain-lain cukup tepat untuk dijadikan indikator dalam penelitian ini, tetapi perlu dijadikan bahan pertimbangan untuk memperbaiki kualitas nilai atau skor apabila melakukan penelitian serupa dengan cara menambah jumlah sample yang diteliti maupun dengan mengganti subjek sample yang di teliti atau bahkan memadukan keduanya.

b. Pengaruh Persepsi Tentang Emas Terhadap Minat Investasi Emas Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis Islam IAIN Ponorogo

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka hasil dari hipotesis X2 terkait pengaruh persepsi tentang emas terhadap minat investasi emas pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo yang diperoleh adalah sebagai berikut:

1) Hasil Pengujian pada Indikator X2 (Persepsi)

Faktor persepsi tentang emas (X2) berpengaruh positif terhadap minat investasi emas pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo. Hal ini dibuktikan dengan hasil dari uji koefisien regresi parsial (uji t) yang menunjukkan bahwa $T_{hitung} > T_{tabel}$ yaitu sebesar $4,044 > 1,993$, lantas ditinjau dari signifikansi yang menunjukkan bahwa nilai signifikansi kurang dari 0,05 yaitu sebesar $0,000 < 0,05$.

Pendapat Vietzhal Rifai Zaenal tentang persepsi adalah sebuah proses seorang individu dalam memilih, mengorganisasi serta menginterpretasi berbagai macam masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang memiliki arti.⁵ Dalam hal ini, seorang mahasiswa yang telah

⁵ VietzhalRifai Zaenal dkk., *Kepemimpinan....*, 326.

menerima keilmuan tentang investasi terkhusus investasi emas memunculkan persepsi tersendiri tentang hal tersebut, yang mana dalam penelitian ini menunjukkan hasil bahwa persepsi tentang emas memiliki pengaruh terhadap minat investasi emas.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nurul Ainun dengan judul Pengaruh Persepsi, Tingkat Religiusitas, dan Pendapatan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah menunjukkan hasil yang sejalan dengan penelitian ini yang mana faktor persepsi berpengaruh secara positif terhadap minat menabung di bank syariah.⁶

2) Analisis Hasil Pengujian pada Indikator X2 (Persepsi)

Indikator persepsi positif pada hipotesis X2 memiliki total skor 1,176 yang mana hal ini lebih rendah diantara indikator lainnya yang dapat di artikan pula bahwa persepsi positif tidak lebih tinggi tingkat validitasnya dibandingkan dengan persepsi negatif. Indikator ini pada dasarnya sudah relevan untuk digunakan sebagai indikator penelitian serupa namun apabila dalam indikator ini dapat memiliki nilai yang lebih tinggi maka tingkat validitasnya dapat pula bertambah. Beberapa metode dapat digunakan untuk meningkatkan indikator pendapatan pokok ini diantaranya dengan

⁶ Nurul Ainun, *Pengaruh.....*, 88.

menambah jumlah sample yang diteliti maupun dengan mengganti subjek sample yang di teliti atau bahkan memadukan keduanya.

Indikator persepsi negatif pada hipotesis X2 memiliki total skor 1,554 yang mana selain dinyatakan valid juga memiliki total skor lebih tinggi dibandingkan dengan indikator lain pada hipotesis ini yang dapat di artikan pula bahwa persepsi negatif lebih tinggi tingkat validitasnya dibandingkan dengan persepsi positif. Hal ini menunjukkan bahwa indikator persepsi negatif pada hipotesis ini menjadi indikator yang relevan dibandingkan dengan indikator lain.

c. Pengaruh Pendapatan dan Persepsi Tentang Emas Secara Simultan Terhadap Minat Investasi Emas Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo

Berdasarkan hasil dari penelitian, faktor pendapatan (X1) dan persepsi tentang emas (X2) berpengaruh positif secara simultan terhadap minat investasi emas pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo (Y). Hal ini di buktikan dengan hasil dari uji koefisien regresi secara bersamaan (uji f) yang menunjukkan $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu sebesar $18,047 > 3,11$ lantas di tinjau dari signifikansi yang menunjukkan bahwa nilai signifikansi kurang dari 0,05 yaitu sebesar $0,000 < 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara

simultan antara pendapatan dan persepsi tentang emas terhadap minat investasi emas pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo.

Di tinjau dari uji regresi linier berganda, koefisien pendapatan sebesar 0,200 (20%) yang bermakna berpengaruh positif terhadap minat investasi emas pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo. Artinya adalah semakin tinggi pendapatan maka semakin tinggi pula minat investasi emas pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo.

Di tinjau dari uji regresi linier berganda, koefisien persepsi tentang emas sebesar 0,397 (39%) yang bermakna berpengaruh positif terhadap minat investasi emas pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo. Artinya adalah semakin tinggi tingkat persepsi maka semakin tinggi pula minat investasi emas pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nurul Ainun dengan judul Pengaruh Persepsi, Tingkat Religiusitas, dan Pendapatan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah menunjukkan hasil yang sejalan dengan penelitian ini yang mana

faktor persepsi, tingkat religiusitas, dan pendapatan berpengaruh secara simultan terhadap minat menabung di bank syariah.⁷



⁷ Ibid., 93.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian ini setelah di analisis dengan seksama, membuahkan beberapa kesimpulan diantaranya:

1. Faktor pendapatan berpengaruh positif terhadap minat investasi emas pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo. Dibuktikan dengan hasil uji koefisien regresi parsial (uji t) yang menunjukkan bahwa $T_{hitung} > T_{tabel}$ yaitu sebesar $3,048 > 1,993$.
2. Faktor persepsi tentang emas berpengaruh positif terhadap minat investasi emas pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo. Dibuktikan dengan hasil uji koefisien regresi parsial (uji t) yang menunjukkan bahwa $T_{hitung} > T_{tabel}$ yaitu sebesar $4,044 > 1,993$.
3. Faktor pendapatan dan persepsi tentang emas berpengaruh positif secara simultan terhadap minat investasi emas pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo. Dibuktikan dengan hasil dari uji koefisien regresi secara bersamaan (uji f) yang menunjukkan $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu sebesar $18,047 > 3,11$.

B. Saran

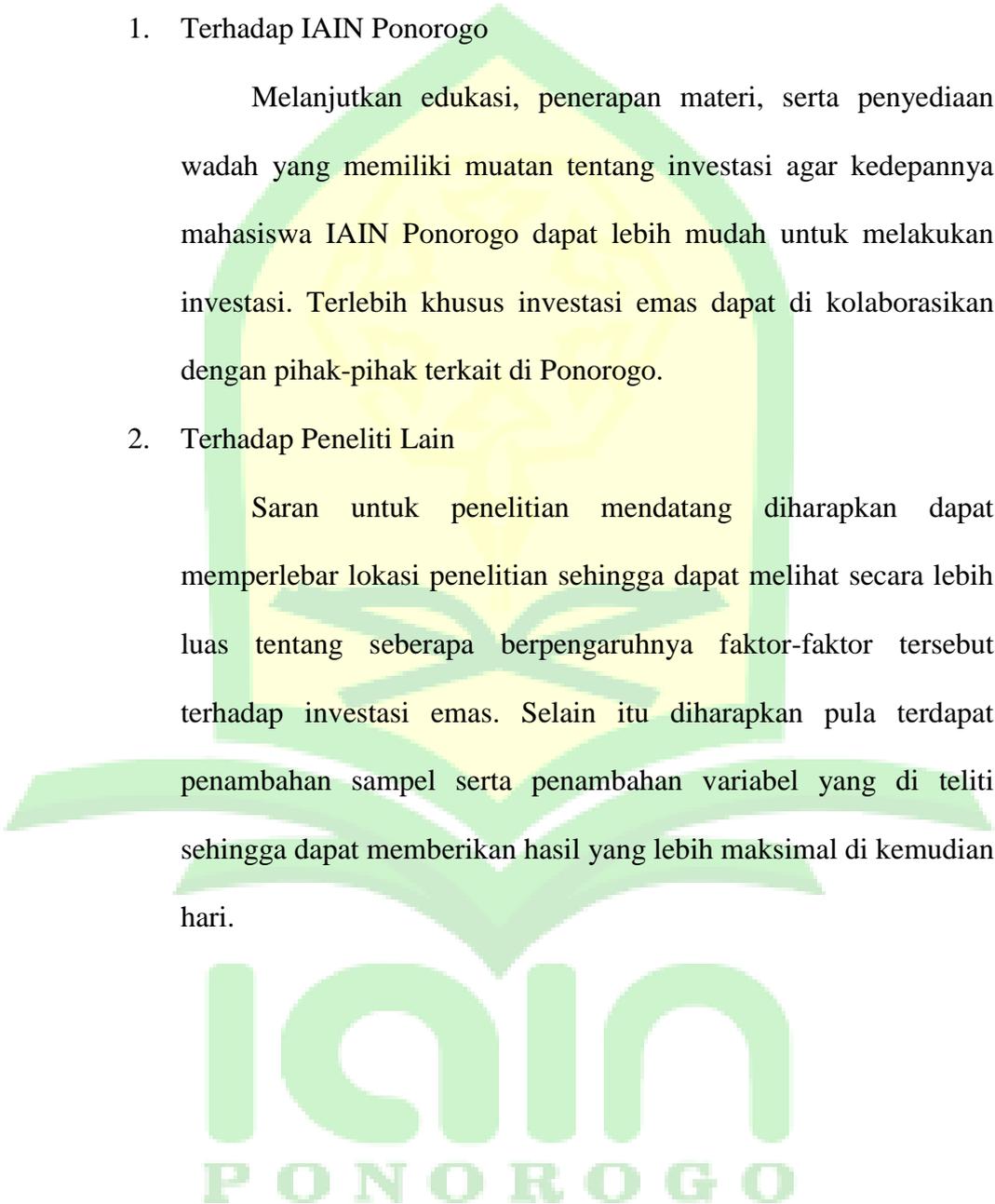
Berdasarkan hasil penelitian ini, terdapat beberapa saran yang bisa diberikan oleh peneliti diantaranya:

1. Terhadap IAIN Ponorogo

Melanjutkan edukasi, penerapan materi, serta penyediaan wadah yang memiliki muatan tentang investasi agar kedepannya mahasiswa IAIN Ponorogo dapat lebih mudah untuk melakukan investasi. Terlebih khusus investasi emas dapat di kolaborasikan dengan pihak-pihak terkait di Ponorogo.

2. Terhadap Peneliti Lain

Saran untuk penelitian mendatang diharapkan dapat memperlebar lokasi penelitian sehingga dapat melihat secara lebih luas tentang seberapa berpengaruhnya faktor-faktor tersebut terhadap investasi emas. Selain itu diharapkan pula terdapat penambahan sampel serta penambahan variabel yang di teliti sehingga dapat memberikan hasil yang lebih maksimal di kemudian hari.

The logo of IAIN Ponorogo is a large, light green watermark in the background. It features a stylized green archway at the top, a yellow sun-like shape in the center, and a green book-like shape at the bottom. Below the archway, the word "IAIN" is written in a large, bold, green font, and "PONOROGO" is written in a smaller, bold, green font below it.

IAIN
PONOROGO

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, Nugrahainy Siti Nur. "Pengaruh Pendapatan Mahasiswa dan Pengetahuan Tentang Bank Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah." *Skripsi*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2020.
- Agustina, Ria. "Minat Masyarakat pada Investasi Emas di Pengadaian Syariah Cabang Ahmad Yani Pekanbaru dalam Perspektif Ekonomi Syariah." *Skripsi*. Riau: UIN Sultan Syarif Kasim, 2020.
- Ainun, Nurul. "Pengaruh Persepsi, Tingkat Religiusitas, dan Pendapatan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah." *Skripsi*. Makassar: UIN Allaudin, 2021.
- Anshori, Muslich. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Edisi 1*. Surabaya: Airlangga University Press, 2019.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik Edisi Revisi*. Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2011.
- Azizah, Moena. "Pengaruh Pendapatan dan Pendidikan Nasabah terhadap Minat Nasabah Investasi Emas di BSM KC Warung Buncit." *Skripsi*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2016.
- Baroroh, Ali. *Trik-Trik Analisis Statistik dengan SPSS 15*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2019.
- Boediono. *Pengantar Ekonomi*. Jakarta: Erlangga, 2002.
- Creswell, Jhon Ward. *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2014.
- Djaali. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2020.
- Edison, Acep. *Metode Riset Untuk Bisnis dan Manajemen*. Bandung: Utamalab, 2015.
- FEBI IAIN Ponorogo. "Sejarah FEBI" dalam <https://febi.iainponorogo.ac.id/index.php/profil/sejarah-febi/>, (di akses pada tanggal 20 Maret 2024 jam 21.00).
- FEBI IAIN Ponorogo. "Visi Misi dan Tujuan" dalam <https://febi.iainponorogo.ac.id/index.php/profil/visi-misi/>, (di akses pada tanggal 20 Maret 2024 jam 21.10).
- Ferdinand, Augusty. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro, 2009.
- Habiby, Wahdan Najib. *Statistika Pendidikan*. Surakarta: Muhammadiyah University Press, 2017.
- Haditono, Siti Rahayu. *Psikologi Perkembangan*. Yogyakarta: Psikologi UGM, 1998.

- Hanum, Nurlaila. "Analisis Pengaruh Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Universitas Samudra Kota Langsa." *Jurnal Samudra Ekonomika*, Vol. 1, No. 2. t.tp: t.p, 2017: 103-111.
- Hardisman. *Tanya Jawab Prinsip Analisa Data: Prinsip Dasar dan Langkah-Langkah Aplikasi Praktis pada Penelitian Kesehatan dengan SPSS*. Bogor: Guepedia, 2020.
- Hidayati, Amalia. "Hubungan Religiusitas dengan Minat Investasi Emas di Perbankan Syariah Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta." *Skripsi*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2020.
- Indrawati, Titis. Aji Damanuri, Shinta Maharani. "Perilaku Konsumen dalam Berinvestasi Emas Digital Melalui Platform Tokopedia." *Journal of Economics, Law, and Humanities*. vol. 2, no. 2. t.tp: Jelhum, 2023: 40-52.
- Iqbal, Muhaimin. *Dinar The Real Money: Dinar, Emas, Uang & Investasiku*. Jakarta: Gema Insani, 2009.
- Irwanto. *Psikologi Umum*. Jakarta: PT. Prehalindo, 2002.
- Kaidah, Nur. "Pengaruh Persepsi Mahasiswa Tentang Investasi Terhadap Minat Investasi Saham Di Pasar Modal Syariah." *Skripsi*. Lampung: UIN Raden Intan, 2018..
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (online). dalam <https://kbbi.web.id>, (di akses pada tanggal 04 Oktober 2022 jam 17.11).
- Kholid, Anisa Nurul. "Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, dan Psikologis Terhadap Minat Masyarakat dalam Investasi Emas." *Skripsi*. Purwokerto: UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri, 2022.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran Edisi ke 13*. Jakarta: Erlangga, 2009.
- Kurniawan, Robert dan Budi Yuniarto. *Anilisis Regresi: Dasar dan Penerapannya dengan R*. Jakarta: Kencana, 2016.
- Marbun, Benedictus Nahot. *Kamus Manajemen*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2003.
- Martalena dan Malinda. *Pengantar Pasar Modal*. Yogyakarta: Andi, 2011.
- Muhaimin. "Korelasi Minat Belajar Pendidikan Jasmani Terhadap Hasil Pendidikan Jasmani." *Skripsi*. Semarang: IKIP, 1994.
- Nizamudin, Khairul Azan, Khairul Anwar, Muhammad Ashoer, Aisyah Nuramini, Irlina Dewi, Mizan Abrory, Putri Hana Pebriana, Jafar Basalamah, Sumianto. *Metodologi Penelitian: Kajian Teoritis dan Praktis Bagi Mahasiswa*. Riau: DOTPLUS Publisher. 2021.
- Noor, Juliansyah. *Analisis Data Penelitian Ekonomi dan Manajemen*. Jakarta: PT. Grasindo, 2014.

- Permatasari, Sindy Vebri. Ratna Yunita. “Pengaruh Persepsi Manfaat dan Spiritual Marketing terhadap Minat Menggunakan Uang E-Wallet ShopeePay di Kota Madiun,” *Al-Iqtishod: Jurnal Ekonomi Syariah*. IAI Sunan Kalijogo: Al-Iqtishod, 2023: 66-87.
- Purnomo, Rochmat Aldy. *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*. Ponorogo: CV Wade Group, 2017.
- Qur'an Kemenag, “Lajnah Pentashihan mushaf Al-Qur'an” dalam <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/3?from=14&to=200> (di akses pada tanggal 27 Mei 2024 jam 13.05).
- Qur'an Kemenag, “Lajnah Pentashihan mushaf Al-Qur'an” dalam <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/17?from=27&to=111> (di akses pada tanggal 13 September 2022 jam 15.45).
- Ramadhayanti, Ana. *Aplikasi SPSS untuk Penelitian dan Riset Pasar*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2019.
- Rukajat, Ajat. *Pendekatan Penelitian Kuantitati (Quantitative Research Approach)*. Sleman: CV Budi Utama, 2018.
- Rozi, Muhammad Fahrur. “Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Resiko, dan Pendapatan Terhadap Minat Berinvestasi Tabungan Emas Pegadaian Syariah pada Mahasiswa.” *Skripsi*. Semarang: UIN Walisongo. 2023.
- Slameto. *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2010.
- Soekartawi. *Faktor-Faktor Produksi*. Jakarta: Salemba Empat, 2012.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method)*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- . *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Sujanto, Agus. *Psikologi Umum*. Jakarta: Aksara Baru, 1989.
- Sukirno, Sadono. *Makroekonomi Teori Pengantar*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004.
- . *Makroekonomi Teori Pengantar Edisi Ketiga*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006.
- Tanuwidjaja, William. *Cara Cerdas Investasi Emas*. Yogyakarta: Media Pressindo, 2009.
- Tendelilin, Eduardus. *Analisis Investasi dan Manajemen Portofolio Edisi 1 Cetakan 1*. Yogyakarta: BPFE, 2001.
- Triono, Firly Rio. “Pengaruh Literasi Ekonomi Syariah dan Pendapatan Uang Saku Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Berinvestasi Emas.” *Skripsi*. Banten: UIN Sultan Maulana Hassanudin, 2021.
- Ummah, Afaful. “Keputusan Mahasiswa Berinvestasi dengan Minat sebagai Variabel Intervening.” *Tesis*. Surabaya: UIN Sunan Ampel, 2020.

- Wahab, Wirdayani. "Pengaruh Tingkat Bagi Hasil Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 2, No. 1. t.tp: t.p, 2016: 170-176.
- Walgito, Bimo. *Pengantar Umum Psikologi*. Yogyakarta: Andi Offest, 2010.
- Whiteringten, *Psikologi Pendidikan*, terj. M. Buchari. Jakarta: Aksara Baru, 1982.
- Yuwono, Susatyo. dan Partini. "Pengaruh Pelatihan Kewirausahaan Terhadap Tumbuhnya Minat Berwirausaha." *Jurnal Penelitian Humaniora*, Vol. 9 No. 2. t.tp.: t.p., 2008: 118-127.
- Zainal, Veitzhal Rifai. Muliaman Darmansyah Hadad, Mansyur Ramly. *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014

