

**PENGARUH PENGETAHUAN KEUANGAN SYARIAH
TERHADAP MINAT BERINVESTASI EMAS DI PEGADAIAN
DIGITAL PADA GENERASI Z**

*(The Influence of Sharia Finance Knowledge on Interest in
Investing Gold Digital Pawnshops in Generation Z)*

Skripsi

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi dari Program Studi Ekonomi Islam

ACC
Munaqosah
29/10/2022



Oleh:

AMELIA PUSPITA WIDIAWATI

18423179

PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM

JURUSAN STUDI ISLAM

FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2022

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Amelia Puspita Widiawati

NIM : 18423179

Program Studi : Ekonomi Islam

Fakultas : Fakultas Ilmu Agama Islam

Judul Skripsi : Pengaruh Pengetahuan Keuangan Syariah Terhadap Minat Berinvestasi Emas di Pegadaian Digital pada Generasi Z

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan skripsi ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata dikemudian hari penulisan skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.

Demikian, pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tidak dipaksakan.

Yogyakarta, 29 Oktober 2022



Amelia Puspita Widiawati

REKOMENDASI PEMBIMBING

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen Pembimbing Skripsi

Nama Mahasiswa : Amelia Puspita Widiawati

NIM : 18423179

Judul Skripsi : Pengaruh Pengetahuan Keuangan Syariah Terhadap
Minat Berinvestasi Emas di Pegadaian Digital pada
Generasi Z

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti munaqasah skripsi pada Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Islam Indonesia Yogyakarta.

Yogyakarta, 29 Oktober 2022



Dr. Anton Priyo Nugroho, SE., MM

NOTA DINAS

Yogyakarta, 3 Rabiul Akhir 1444 H

29 Oktober 2022

Hal : Skripsi
Kepada : Yth. Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam
Universitas Islam Indonesia
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Berdasarkan penunjukan Dekan fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia dengan surat nomor: 1065/Dek/60/DAATI/FIAI/IX/2022 tanggal 6 September 2022 M/ 10 Safar 1444 H atas tugas kami sebagai pembimbing skripsi saudara:

Nama Mahasiswa	: Amelia Puspita Widiawati
Nomor Induk Mahasiswa	: 18423179
Fakultas	: Fakultas Ilmu Agama Islam
Jurusan/Program Studi	: Ekonomi Islam
Tahun Akademik	: 2022/2023
Judul Skripsi	: Pengaruh Pengetahuan Keuangan Syariah Terhadap Minat Berinvestasi Emas di Pegadaian Digital pada Generasi Z

Setelah kami teliti dari kami adakan perbaikan seperlunya, akhirnya kami berketetapan bahwa skripsi saudara tersebut di atas memnuhi syarat untuk diajukan sidang munaqasah Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia. Demikian, semoga dalam waktu dekat bisa dikumpulkan dan bersama ini kami kirimkan 4 (empat) eksemplar skripsi yang dimaksud.

Wassalmu'alaikum Wr. Wb

Dosen Pembimbing



Dr. Anton Priyo Nugroho, SE., MM

LEMBAR PENGESAHAN



FAKULTAS
ILMU AGAMA ISLAM

Gelemp K. H. Widiyadin
Ketua Majelis Ulama Indonesia
Jl. Sekeloa Tengah No. 14, S. Yogyakarta 55184
T. 0274 80444 ext. 4511
F. 0274 804453
E. k@uii.ac.id
M. Adnan al-M

PENGESAHAN

Tugas Akhir ini telah diujikan dalam Sidang Munaqasah Program Sarjana Strata Satu (S1) Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Program Studi Ekonomi Islam yang dilaksanakan pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 1 Desember 2022
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Pengetahuan Keuangan Syariah terhadap Minat Berinvestasi Emas di Pegadaian Digital pada Generasi Z
Disusun oleh : AMELIA PUSPITA WIDIAWATI
Nomor Mahasiswa : 18423179

Sehingga dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ekonomi Islam pada Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

TIM PENGUJI:

Ketua : Tufasmi, SEI, MEI
Penguji I : Aqida Shohiha, S.E.I., M.E.
Penguji II : Anom Garbo, SEI, ME
Pembimbing : Dr. Anton Priyo Nugroho, SE, MM

(.....)
(.....)
(.....)
(.....)

Yogyakarta, 5 Desember 2022



Dekan,
Dr. Drs. Astmuni, MA

LEMBAR PERSEMBAHAN

Sujud syukur kepada Allah SWT dan sholawat beserta salam yang selalu terlimpahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW. Ku bersujud kepada Allah SWT, Engkau berikan kesempatan kepada saya untuk bisa sampai ditahap ini. Segala puji bagi-Mu Ya Allah. Sebuah karya kecil yang saya susun dengan jerih payah ini, saya persembahkan kepada:

Kedua orang tua tercinta dan tersayang atas segala dukungan dan cinta kasih yang tidak terhingga yang tidak mungkin dapat ku balas dengan selembar kertas yang bertuliskan kata cinta dan persembahan ini. Terimakasih atas segala pengorbanan yang telah diberikan hingga titik ini dan seterusnya, semoga kalian selalu diberikan kesehatan, umur yang panjang, dilancarkan selalu dalam mencari rezeki yang berkah dan selalu dalam lindungan Allah SWT di setiap langkahnya, Aamiin.

Teruntuk sahabat-sahabat saya Lia Apriana, Anisa Putri Utami, Adelina Dandi, Sheila, Mia, Lalitya, Naufa, Melda yang selama ini telah bersama-sama berjuang untuk menuntut ilmu dan mendukung dalam setiap langkahku, tentunya kalian juga merupakan sumber semangat untuk menyelesaikan segala tugasku, serta senantiasa membantu saya baik suka maupun duka. Kemudian teruntuk Dosen Pembimbing saya, Bapak Dr. Anton Priyo Nugroho, SE., MM yang begitu baik dan sabar dalam membimbing proses skripsi saya hingga selesai. Terimakasih Bapak sudah memberikan ilmu dan bimbingan serta menemani saya dalam proses penyusunan skripsi ini. Tentunya semua ini akan sangat berguna untuk menemani langkah saya selanjutnya. Tak lupa saya ucapkan terimakasih kepada Dosen yang ada di Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia yang sudah memberikan berbagai ilmu dan kesabarannya dalam membimbing saya selama ini

MOTTO

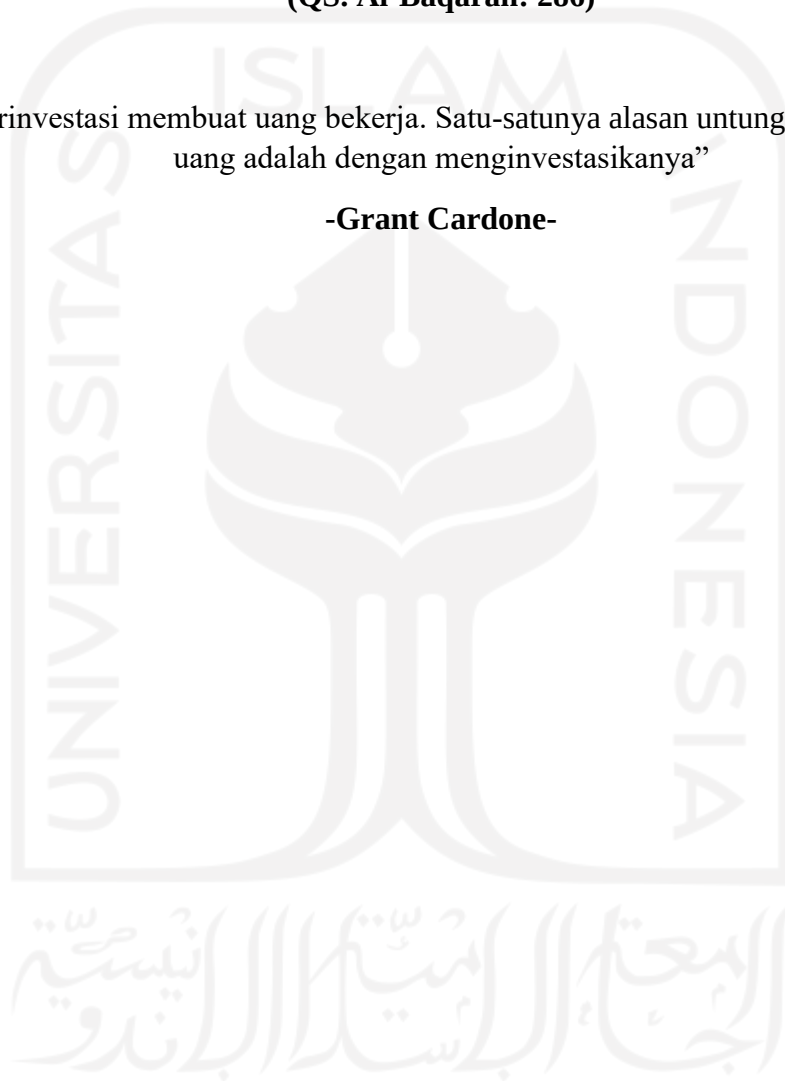
لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(QS. Al-Baqarah: 286)

“Berinvestasi membuat uang bekerja. Satu-satunya alasan untung menghemat uang adalah dengan menginvestasikannya”

-Grant Cardone-



PEDOMAN TRANSLITERASI KEPUTUSAN BERSAMA

MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN REPUBLIK INDONESIA

Nomor : 168 Tahun 1987

Nomor : 0643b/U/1987

Transliterating dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

1. Konsonan

Fonemena konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan literasinya dengan huruf latin:

Tabel 0.1 Transliterasi Konsonan

Huruf arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er

ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	esdan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	komaterbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut :

Tabel 0.2 Transliterasi Vokal Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَ	Fathah	A	A
ـِ	Kasrah	I	I

ـَ	Dhammah	U	U
----	---------	---	---

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf sebagai berikut :

Tabel 0.3 Transliterasi Vokal Rangkap

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ي...َ	Fathah dan ya	Ai	a dan i
و...َ	Fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala
- سَأَلَ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu :

Tabel 0.4 Transliterasi Maddah

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ...َ ي...َ	Fathah dan alif atau ya	A	a dan garis di atas
إ...َ ي...َ	Kasrah dan ya	I	i dan garis di atas
و...َ	Dammah dan wau	U	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla

- رَمَى ramā
- قِيلَ qīla
- يَقُولُ yaqūlu

4. Ta'Marbutah

Transliterasi untuk ta'marbutah ada dua, yaitu :

a. Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".

b. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

c. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh :

- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-madīnah al-munawwarah/
al-madīnatul munawwarah
- طَلْحَةَ Talhah

5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh :

- نَزَّلَ nazzala
- الْبِرُّ al-birr

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال ,namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas :

a. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf “l” diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

b. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh :

- الرَّجُلُ	ar-rajulu
- الْقَلَمُ	al-qalamu
- الشَّمْسُ	asy-syamsu
- الْجَلَالُ	al-jalālu

7. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh :

- تَأْخُذُ	ta'khuzu
- شَيْءٌ	syai'un
- النَّوْءُ	an-nau'u
- إِنَّ	inna

8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh :

- وَ إِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/
Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn
- بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا Bismillāhi majrehā wa mursāhā

9. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh :

- الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/
Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn
- الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh :

- اللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ Allaāhu gafūrun rahīm
- لِلَّهِ الْأُمُورُ جَمِيعًا Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru jamī`an

10. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.



KATA PENGANTAR



الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ ، وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ نَبِيِّنَا وَخَبِيرِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ
أَجْمَعِينَ، وَمَنْ تَبِعَهُمْ بِإِحْسَانٍ إِلَى يَوْمِ الدِّينِ، أَمَّا بَعْدُ

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT. Tuhan semesta alam atas segala nikmat, karunia serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Pengetahuan Keuangan Syariah Terhadap Minat Berinvestasi Emas di Pegadaian Digital pada Generasi Z”** dengan baik. Sholawat serta salam tidak lupa agar senantiasa selalu tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, segenap keluarga, para sahabat dan umatnya, semoga keselamatan bersamanya akan selalu menyertai bagi hamba-Nya. Aamiin. Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia. Selama proses penyusunan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, dengan selalu memberikan nasihat, kritik dan saran bagi penulis. Oleh karenanya, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Indonesia beserta seluruh jajarannya yang telah memberikan kesempatan kepada kami untuk dapat menuntut ilmu sebagai mahasiswa di Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Dr.Drs. Asmuni, MA. selaku Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia
3. Bapak Dr. Anton Priyo Nugroho, SE., MM selaku Ketua Jurusan Studi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
4. Bapak Rheyza Virgiawan L.c, M.A. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia
5. Bapak Dr. Anton Priyo Nugroho, SE., MM selaku Dosen Pembimbing skripsi yang sangat sabar dan selalu semangat dalam memberikan banyak

sekali bimbingan dan arahan hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik, terimakasih atas waktu dan tenaga yang telah diberikan.

6. Segenap Dosen Program Studi Ekonomi Islam yang telah memberikan berbagai ilmu serta pengalaman yang sungguh bernilai bagi penulis, semoga ilmu yang telah disalurkan dapat bermanfaat di dunia dan akhirat.
7. Kepada kedua orang tua yang sangat saya sayangi dan saya hormati, yang selalu melimpahkan kasih sayang, cinta dan doa tulus kepada peneliti, serta memberikan motivasi dan dukungan materi kelancaran penulisan skripsi ini. Terimakasih atas dukungan, motivasi, doa dan kasih sayang.
8. Sahabat penulis dan teman-teman lainnya dan semua pihak yang banyak membantu dalam proses penulisan skripsi ini.

Dengan kerendahan hati, penulis memohon kepada seluruh pihak atas segala kesalahan dan hal-hal yang kurang berkenan di hati, itu semata-mata kelalaian dan kekhilafan dari penulis sendiri. Penulis menyadari jika skripsi yang disajikan ini belum sempurna. Oleh karena itu, penulis menerima kritik dan saran yang bersifat membangun. Semoga skripsi ini dapat berguna dan menambah pengetahuan pada pembaca.

Wassalamualaikum, Wr. Wb

Yogyakarta, 29 Oktober 2022

Penyusun

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk menganalisis penerimaan teknologi dengan mengadopsi teori *Technology Acceptance Model* terhadap penggunaan aplikasi pegadaian digital untuk berinvestasi emas oleh generasi Z di provinsi D.I Yogyakarta. Data yang digunakan adalah data primer yaitu dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner melalui *Google form* ke 117 responden dengan kriteria umur responden 17 – 25 tahun, domisili D.I Yogyakarta dan mengetahui tentang investasi emas. Penelitian ini menggunakan Teknik *non-probability sampling* dalam pengambilan sampelnya. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan metode pengolahan data analisis jalur menggunakan *software* Jamovi versi 2.3.17. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Variabel pengetahuan keuangan Syariah tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi pegadaian digital untuk berinvestasi emas; 2) Persepsi kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap penggunaan aplikasi pegadaian digital untuk berinvestasi emas; 3) Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap penggunaan aplikasi pegadaian digital untuk berinvestasi emas; 4) Persepsi sikap penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi pegadaian digital untuk berinvestasi emas.

Kata Kunci: Pengetahuan Keuangan Syariah, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Sikap Kegunaan, Minat Menggunakan, *Technology Acceptance Model*.

ABSTRACT

This study aims to analyze technology acceptance by adopting the *Technology Acceptance Model* theory in the use of digital pawnshop applications for gold investment by Z-generation in the Special Region of Yogyakarta. The primary data were used in which they were collected through questionnaires via Google form to 117 respondents with the criteria of age of respondents being 17-25 years, domiciled in Special Region of Yogyakarta and knowing about gold investment. For sampling, this research used non-probability sampling technique. This is a quantitative research with path analysis data processing method by means of Jamovi software version 2.3.17. The results of this study indicated that: 1) variable of sharia financial knowledge had no effect on interest in using digital pawnshop application for gold investment; 2) Perception of usability had a positive and significant effect on the attitude of using digital pawnshop application for gold investment; 3) Perception of ease of use had a positive and significant effect on the attitude of using digital pawnshop application for gold investment; and 4) Perception of usage attitude had a positive and significant effect on interest in using digital pawnshop application for gold investment.

Keywords: Sharia Financial Knowledge, Perception of Usability, Perception of ease of use, Perception of Usage Attitude, Interest in Using, *Technology Acceptance Model*.

November 1, 2022

TRANSLATOR STATEMENT

The information appearing herein has been translated
by a Center for International Language and Cultural Studies of
Islamic University of Indonesia
CILACS UII Jl. DEMANGAN BARU NO 24
YOGYAKARTA, INDONESIA.
Phone/Fax: 0274 540 255

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	ii
REKOMENDASI PEMBIMBING	iii
NOTA DINAS	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
LEMBAR PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	vii
ABSTRAK	xvii
ABSTRACT	xviii
DAFTAR GAMBAR	xxii
DAFTAR TABEL	xxiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
E. Sistematika Penulisan	8
BAB II	10
TELAAH PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI	10
A. Telaah Pustaka	10
B. Landasan Teori	15
1. Pegadaian Digital	15
2. Pengetahuan Keuangan	18
3. Technology Acceptance Model (TAM)	20
4. Investasi Emas	25
BAB III	33
METODE PENELITIAN	33
A. Desain Penelitian	33
B. Lokasi Penelitian	33
C. Waktu Pelaksanaan Penelitian	34

D. Objek Penelitian	34
E. Populasi dan Sampel.....	34
F. Sumber Data.....	35
G. Teknik pengumpulan.....	35
H. Definisi Operasional Variabel	36
I. Instrumen Penelitian yang digunakan.....	39
1. Uji Validitas	41
2. Uji Reliabilitas.....	43
H. Teknik Analisis Data	45
1. Analisis Jalur (<i>Analysis Path</i>)	45
2. Goodness of Fit Model (Uji Kesesuaian Model)	46
3. Uji R-Square	48
4. Uji Hipotesis.....	48
5. Varians dan Kovarians.....	48
6. Defined Parameter	49
BAB IV	50
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	50
A. Analisis Demografi.....	50
1. Sejarah Pegadaian.....	50
2. Visi, Misi, dan Budaya Perusahaan	51
3. Produk dan layanan yang terdapat di pegadaian	52
4. Aplikasi Pegadaian Digital	53
B. Gambaran Umum Responden.....	55
1. Hasil Pengumpulan Data.....	56
2. Karakteristik Responden	56
C. Analisis Data.....	66
1. Analisis Deskriptif	66
2. Analisis Jalur (Path Analysis)	71
D. Pembahasan.....	79
BAB V.....	85
PENUTUP	85
A. Kesimpulan.....	85
B. Saran	86

DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN.....	95



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 2 Grafik Harga Emas PT Pegadaian Juni 2019 – Juni 2022	3
Gambar 1. 3 Jumlah Instalasi tahun 2022.....	6
Gambar 2. 1 Tampilan login dan fitur Aplikasi PSD.....	17
Gambar 2. 2 Technology Acceptance Model (Davis, 1989).....	21
Gambar 4. 1 Gambar Beranda Aplikasi Pegadaian Digital	54
Gambar 4. 2 Gambar Fitur Tabungan Emas pada Aplikasi Pegadaian Digital.....	54
Gambar 4. 3 Gambar Fitur Cicil Emas pada Aplikasi Pegadaian Digital.....	55



DAFTAR TABEL

Tabel 3 1 Instrumen Penelitian	40
Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas Pengetahuan keuangan syariah	41
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Persepsi Kegunaan	42
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Persepsi Kemudahan Penggunaan	42
Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas Persepsi	43
Tabel 3. 6 Hasil Uji Validitas Minat Menggunakan	43
Tabel 3. 7 Hasil Uji Reliabilitas Pengetahuan Keuangan Syariah	44
Tabel 3. 8 Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Kegunaan	44
Tabel 3. 9 Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Kemudahan Penggunaan.....	44
Tabel 3. 10 Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Sikap Kegunaan	44
Tabel 3. 11 Hasil Uji Reliabilitas Minat Menggunakan	45
Tabel 3. 12 Tabel Indeks Kesesuaian dan Cut Off.....	47
Tabel 4. 1 Klarifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Tabel 4. 2 Klarifikasi Responden Berdasarkan Usia	53
Tabel 4. 3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	58
Tabel 4. 4 Klasifikasi Responsen Berdasarkan Domisili	58
Tabel 4. 5 Klasifikasi Responsen Berdasarkan Pekerjaan	59
Tabel 4. 6 Klasifikasi Responsen Berdasarkan Pekerjaan	60
Tabel 4. 7 Klasifikasi Responsen Yang Sudah Menjadi Investor Pegadaian Digital	61
Tabel 4. 8 Klasifikasi Investasi Emas Selain di Pegadaian Digital.....	62
Tabel 4. 9 Klasifikasi Investasi Emas di Pegadaian Digital.....	62
Tabel 4. 10 Klasifikasi Responden berdasarkan pengeluaran rutin setiap bulannya	63
Tabel 4. 11 Klasifikasi Responsen berdasarkan Besarnya Investasi Emas.....	64
Tabel 4. 12 Klasifikasi Responsen Berdasarkan Frekuensi Transaksi Emas.....	64
Tabel 4. 13 Klasifikasi Responsen berdasarkan Aplikasi yang digunakan Responden	65
Tabel 4. 14 Hasil Analisis Deskriptif	66
Tabel 4. 15 Klasifikasi responden	68
Tabel 4. 16 Model Test Pengujian Keseluruhan	71
Tabel 4. 17 R-Squared Analisis Jalur.....	73
Tabel 4. 18 Pendugaan Parameter	74
Tabel 4. 19 Varians dan Kovarians	77
Tabel 4. 20 Defind Parameter	78

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Instrumen penting dalam memproduktifkan dana di masa sekarang serta untuk memperoleh keuntungan dalam jangka waktu panjang biasa kita sebut sebagai investasi. Jika mendengar kata “investasi” dalam benak sebagian orang pasti mengira bahwa saham merupakan Investasi yang paling banyak diminati karena saham merupakan investasi yang sangat familiar di kalangan masyarakat. Namun, instrumen investasi bukan hanya saham saja melainkan terdapat beberapa instrumen yang sering digunakan. Seperti, deposito bank, uang, property, dan juga logam mulia (emas). Salah satu instrumen investasi yang diperbolehkan yaitu investasi emas syariah (Rinwatin & Setiyono, 2021). Dasar hukum investasi emas adalah fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia No. 77/DSN-MUI/VI/2010 tentang Jual-Beli Emas Secara Tidak Tunai (Asriani, 2015). Investasi emas dinilai memiliki risiko rendah dan nilai yang stabil karena tidak dipengaruhi oleh tingkat inflasi (Naili Nuril Aufa Manik, Putri Indah Fadillah, 2021). Investasi emas menurut Sugesti et al (2019) merupakan investasi yang tidak mengalami kerugian karena harganya yang tidak pernah turun. Emas merupakan instrumen yang paling aman (*safe heaven*).

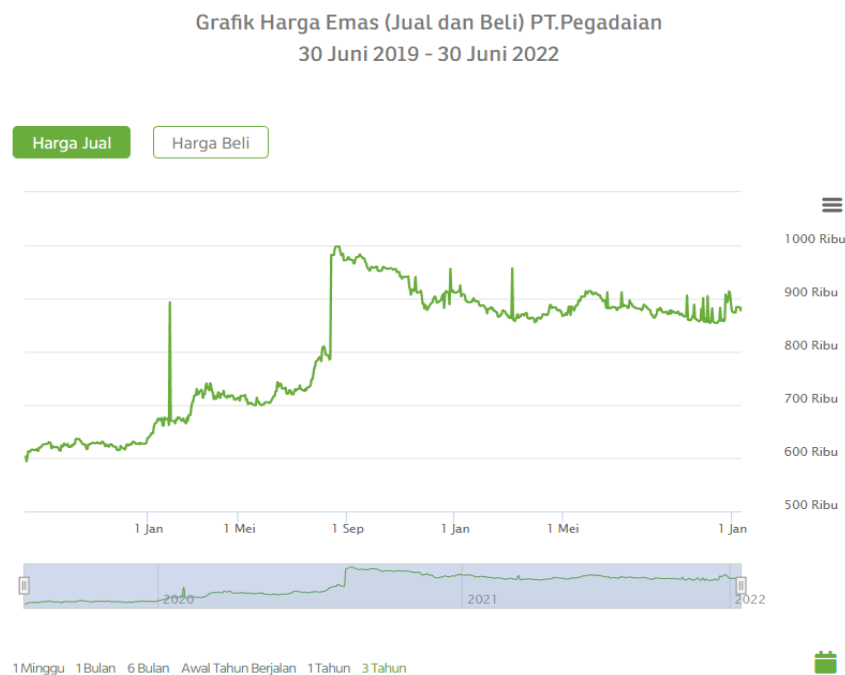
Badan Pusat Statistik menyatakan bahwa jumlah penduduk Indonesia pada tahun 2021 sebanyak 272.682,5 juta (BPS, 2021). Jumlah tersebut terdiri dari beberapa kelompok umur. Kelompok dengan kisaran umur 15 - 29 tahun berjumlah 67.159 juta jiwa. Jumlah tersebut meningkat dari tahun sebelumnya 178.681 juta. Menurut hasil Sensus Penduduk (SP) 2020 mencatat, jumlah penduduk Daerah Istimewa (DI) Yogyakarta berjumlah 3,67 juta jiwa. Rinciannya, 1,82 juta penduduk Yogyakarta adalah laki-laki, sedangkan 1,85 juta jiwa perempuan. Berdasarkan kelompok umur, penduduk usia produktif (usia 15-64 tahun) di Yogyakarta mencapai 2,52 juta jiwa atau 68,78% dari total populasi. Sisanya sebanyak 748.757 jiwa merupakan penduduk belum produktif (usia 0-14 tahun) dan 396.737 jiwa adalah penduduk sudah tidak produktif (usia di atas 65 tahun).

Sementara menurut kelompok generasi, sebanyak 23,42% penduduk Yogyakarta merupakan milenial (1981-1996). Sebanyak 22,76% merupakan generasi z (1997-2012), 22,46% generasi x (1965-1980), dan 16,89% generasi baby boomer (1946-1964). Sebanyak 10,66% penduduk Yogyakarta merupakan post-gen z yang lahir tahun 2013 ke atas. Sedangkan, 3,81% merupakan generasi pre-boomer yang lahir sebelum tahun 1945. Hasil Sensus Penduduk (SP) 2020 mencatat, jumlah penduduk Daerah Istimewa (DI) Yogyakarta berjumlah 3,67 juta jiwa. Rinciannya, 1,82 juta penduduk Yogyakarta adalah laki-laki, sedangkan 1,85 juta jiwa perempuan. Berdasarkan kelompok umur, penduduk usia produktif (usia 15-64 tahun) di Yogyakarta mencapai 2,52 juta jiwa atau 68,78% dari total populasi. Sisanya sebanyak 748.757 jiwa merupakan penduduk belum produktif (usia 0-14 tahun) dan 396.737 jiwa adalah penduduk sudah tidak produktif (usia di atas 65 tahun). Sementara menurut kelompok generasi, sebanyak 23,42% penduduk Yogyakarta merupakan milenial (1981-1996). Sebanyak 22,76% merupakan generasi z (1997-2012), 22,46% generasi x (1965-1980), dan 16,89% generasi baby boomer (1946-1964). Sebanyak 10,66% penduduk Yogyakarta merupakan post-gen z yang lahir tahun 2013 ke atas. Sedangkan, 3,81% merupakan generasi pre-boomer yang lahir sebelum tahun 1945.

Sedangkan laju pertumbuhan penduduk selama 2010-2020 sebesar 1,25% per tahun. Penelitian yang dilakukan oleh Yunianto Badan Pusat Statistik Penajam Paser Utara & Timur (2021) mengatakan bahwa nilai pertumbuhan penduduk berpengaruh positif terhadap pertumbuhan ekonomi. Fakta keterkaitan tersebut menunjukkan adanya peningkatan terhadap investasi di Indonesia pada tahun 2021. Hal ini dibenarkan atas hasil survey Jakpat yang menunjukkan bahwa 46% responden di Indonesia memiliki investasi emas. Persentase tersebut menjadi paling tinggi dibandingkan dengan jenis investasi lainnya, seperti deposito bank sebanyak 30 %, reksa dana 32%, saham 22%, properti 18%, valuta asing 10% (Lidwina, 2021). namun menurut survei lembaga Jajak Pendapat (JakPat) platform online yang paling banyak diminati responden untuk berinvestasi emas yaitu *platform* DANA emas, kemudian 40%

responden berinvestasi emas melalui platform Pegadaian Digital, 30% melalui Shopee, 29% melalui Tokopedia Emas, dan 26% melalui Pluang (Annur, 2022).

Adanya pandemic *covid-19* pada maret 2020 silam sangat berdampak pada perekonomian indonesia. Fenomena ini mengakibatkan banyak investor menarik dana dari pasar saham dan mengalihkan investasinya ke emas, hal ini berdampak pada harga emas dunia mengalami peningkatan secara signifikan (Pransuamitra, 2020). Keterkaitan krisis tersebut menyebabkan permintaan emas terus meningkat. Peningkatan harga emas tidak hanya terjadi pada emas perhiasan saja namun terjadi pada emas mulia yang ditawarkan oleh pegadaian (Rosari et al., 2017). Harga emas mencapai Rp 1 juta per gram nya dan bahkan mencetak harga tertinggi sepanjang masa (Hikam, 2020).



Gambar 1. 1 Grafik Harga Emas PT Pegadaian Juni 2019 – Juni 2022

Sumber: Pegadaian 2022

Harga emas setiap tahun nya mengalami peningkatan secara signifikan. Terbukti berdasarkan grafik perkembangan emas selama tiga tahun terakhir diatas, dapat dilihat bahwa harga emas mengalami kenaikan. Adanya kenaikan

harga yang cukup drastis menjadikan minat masyarakat indonesia terhadap investasi emas mulai timbul. Karena pada hakekatnya investasi emas sebenarnya sama dengan menabung biasa, namun terdapat perbedaan yakni nilai aset emas tidak tergerus oleh kenaikan inflasi. Hal ini menjadikan masyarakat menilai bahwa emas dapat dijadikan alternatif pilihan dimasa sekarang. Kemudian salah satu pengaruh terhadap peningkatan investasi emas di indonesia yaitu karena banyak lembaga keuangan ataupun marketplace yang menawarkan produk investasi emas.

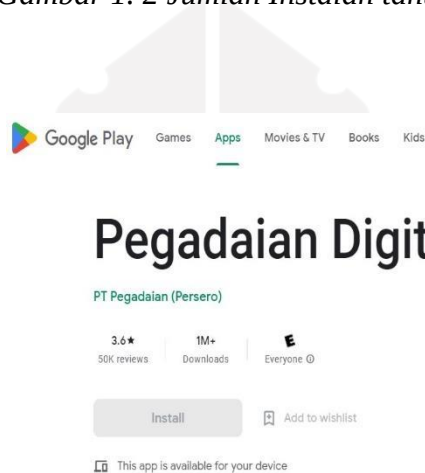
Salah satu lembaga keuangan yang menawarkan produk investasi emas yaitu PT. Pegadaian. Pegadaian merupakan salah satu lembaga keuangan syariah milik negara yang memiliki produk tabungan emas. Aplikasi yang bernama pegadaian digital merupakan terobosan dan inovasi baru dari pegadaian. Akan tetapi berdampingan dengan ini banyak *platform* online seperti *shopee*, *bukalapak*, *Tokopedia*, dan marketplace lainnya berlomba-lomba untuk menawarkan jasa investasi emas sehingga mengharuskan investor dapat mengetahui market place mana yang aman dan tidak berisiko jika digunakan. Karena seperti yang kita ketahui bahwa investasi emas di marketplace yang masih tergolong baru juga keamanannya masih belum terjamin serta marketplace tersebut fokus utamanya bukan investasi emas melainkan produk konsumsi hal ini menjadikan masyarakat merasa ragu serta khawatir dengan risiko yang mungkin akan terjadi. Untuk menghindari risiko yang mungkin terjadi diperlukannya pengetahuan keuangan syariah yang cukup dalam membuat keputusan berinvestasi. Namun pada kenyataanya pengetahuan terhadap investasi emas di pegadaian syariah digital masih sangat minim (Riyana, 2021). Kondisi seperti ini menjadikan investor bingung karena sebagian besar produk investasi belum jelas secara hukum islam. Sebagai calon investor sebelum melakukan investasi alangkah lebih baik jika mengetahui tentang pengetahuan dasar investasi. Hal ini sangat penting dilakukan agar terhindar dari praktik investasi yang tidak rasional, penipuan, risiko kerugian dan naluri bisnis untuk menganalisis jenis investasi yang akan dibelinya (Putri et al., 2022).

Pengetahuan keuangan syariah memiliki peran penting untuk dapat menarik minat masyarakat dalam berinvestasi emas, hal ini dikarenakan pengetahuan sangat diperlukan sebagai bahan pertimbangan untuk memilih produk investasi emas yang ditawarkan oleh pegadaian Syariah (Puspita Sari & Azzafira, 2021). Apakah langkah yang diambil sudah sesuai atau belum dan produk investasi yang akan dipilih sudah jelas hukumnya. Adanya Pengetahuan keuangan syariah yang dimiliki oleh seseorang dapat dijadikan sebagai acuan untuk mengelola keuangan dalam hal pengambilan keputusan. Pengetahuan keuangan syariah mengacu pada apa yang dimiliki individu terkait masalah keuangan. Pengetahuan terkait keuangan dapat diakses ataupun dicari melalui internet ataupun e-book yang dapat dipesan secara online. Menurut Puspita Sari & Azzafira (2021) pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat calon nasabah berinvestasi di Pegadaian Digital. Semakin banyak pengetahuan yang dimiliki oleh seseorang dan paham terhadap produk investasi emas maka akan semakin tinggi minat masyarakat untuk berinvestasi di Pegadaian Digital. Oleh karena itu pengetahuan keuangan syariah menjadi faktor dasar dalam pengambilan keputusan untuk meminialisir terjadinya risiko yang harus dimiliki calon investor untuk memulai investasi.

Ditengah pesatnya perkembangan teknologi informasi segala sesuatu dapat diakses dengan mudah, kapanpun, dan dimanapun. Kemajuan teknologi merupakan sesuatu yang keberadaannya tidak dapat dihindari dari kehidupan karena penggunaan teknologi sudah semakin merata di berbagai sector, khususnya sector ekonomi. Adanya digitalisasi saat ini sangat mempengaruhi perkembangan teknologi informasi berbasis digital yang cepat dan canggih, perkembangan tersebut menjadikan masyarakat khususnya generasi Z harus bertindak cepat, efektif dan efisien terutama dalam hal bertransaksi (Mar'atul, 2021). Perkembangan teknologi yang semakin meningkat mengharuskan industri untuk memperbaiki kualitas perusahaan agar mampu beradaptasi dan mengimbangi kondisi yang ada sehingga perusahaan dapat memberikan produk dan jasa yang baik kepada konsumen. Sehubungan dengan ini, PT. Pegadaian meluncurkan aplikasi yang dapat memudahkan berbagai transaksi. Aplikasi

yang bernama Pegadaian Digital. Adanya aplikasi tersebut merupakan terobosan baru perusahaan dan sebagai bentuk inovasi atas kemajuan serta perkembangan teknologi. Salah satu generasi pembelajar, cepat beradaptasi dan berani mengambil risiko yaitu Generasi Z, jumlah generasi Z di Provinsi Yogyakarta sebanyak. Generasi ini sangat akrab dengan teknologi sehingga kemunculan aplikasi pegadaian digital akan sangat mudah diaplikasikan dan digunakan. Aplikasi tersebut pada *Play store* sudah ter-download dengan jumlah 1 juta lebih.

Gambar 1. 2 Jumlah Instalan tahun 2022



Sumber: *Play Store*

Penggunaan aplikasi sebagai metode untuk investasi emas akan berkaitan erat dengan permasalahan apakah sistem teknologi dan upaya digitalisasi dapat meningkatkan minat generasi Z dalam berinvestasi emas secara online. Untuk melihat keefektifan metode investasi emas secara online yang diterapkan oleh Pegadaian, maka penulis melakukan analisis penggunaan platform digital untuk investasi emas. Analisis yang akan digunakan yaitu teori *Technology Acceptance Model* merupakan suatu model dapat memprediksi serta menjelaskan penggunaan teknologi dalam menerima dan menggunakan teknologi yang berkaitan dengan pekerjaan pengguna (Irawati et al., 2020). TAM meramalkan penerimaan pengguna atas suatu sistem informasi dan memprediksi bahwa penerimaan penggunaan didasarkan pada 2 variabel utama, pertama persepsi

kegunaan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived ease of use*).

Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang akan membahas minat generasi Z dalam berinvestasi emas terhadap penggunaan investasi digital pada Pegadaian Digital menggunakan teori *Technology Acceptance Model* dengan judul penelitian **“Pengaruh Pengetahuan Keuangan Syariah terhadap Minat Berinvestasi Emas di Pegadaian Digital pada Generasi Z”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka untuk melihat apakah penggunaan teknologi platform digital untuk investasi emas diterima masyarakat khususnya generasi Z, berlandaskan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) disusunlah rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah persepsi pengetahuan keuangan syariah berpengaruh terhadap minat penggunaan aplikasi pegadaian digital untuk berinvestasi emas?
2. Apakah persepsi kegunaan berpengaruh terhadap sikap penggunaan aplikasi pegadaian digital untuk berinvestasi emas?
3. Apakah persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap sikap penggunaan aplikasi pegadaian digital untuk berinvestasi emas?
4. Apakah persepsi sikap penggunaan berpengaruh langsung terhadap minat penggunaan aplikasi pegadaian digital untuk berinvestasi emas?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi pengetahuan keuangan syariah terhadap minat penggunaan aplikasi pegadaian digital untuk berinvestasi.

2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi kegunaan terhadap minat penggunaan aplikasi pegadaian digital untuk berinvestasi.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap sikap penggunaan aplikasi pegadaian digital untuk berinvestasi.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi sikap penggunaan terhadap minat penggunaan aplikasi pegadaian digital untuk berinvestasi.

D. Manfaat Penelitian

Adapun penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memberikan manfaat dan kegunaan antara lain:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini berguna untuk menambah pengetahuan dalam berinvestasi emas serta dapat melatih penulis dalam menerapkan ilmu yang telah diperoleh selama menjalani studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

2. Bagi Pihak PT. Pegadaian

Hasil penelitian dapat digunakan oleh pihak PT Pegadaian untuk mengetahui persepsi kemudahan dalam penggunaan aplikasi yang dapat mempengaruhi minat penggunaan investasi emas secara digital sehingga pihak PT Pegadaian dapat meningkatkan pelayanan melalui aplikasinya.

3. Bagi Pihak Lain

Hasil Penelitian ini dapat menjadi informasi tambahan bagi calon investor emas dan sebagai bahan referensi tambahan bagi penelitian selanjutnya.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan diperlukan untuk mempermudah pembahasan dalam penulisan, sehingga dapat memahami hubungan antara satu bab dengan bab lainnya. Sistematika penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Dalam bab ini berisi beberapa sub bab yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan

BAB II Landasan teori dan Tinjauan Pustaka

Dalam bab ini berisi tentang telaah pustaka yang didapat dari literature-literatur terdahulu untuk mendasari tiap-tiap variabel. Dalam bab ini diterangkan pula kerangka penelitian dan hipotesis yang akan diuji.

BAB III Metode Penelitian

Dalam bab ini berisi tentang penentuan populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, deskripsi operasional variabel-variabel penelitian dan metode analisis data.

BAB IV Analisis Data dan Pembahasan

Dalam bab ini berisi tentang deskripsi objek penelitian, analisis data, interpretasi hasil serta berisi pembahasan terhadap hasil penelitian.

BAB V Penutup

Dalam bab ini berisi kesimpulan atau hasil analisis yang disesuaikan dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian. Bab ini juga berisi saran yang diberikan kepada pihak yang berkepentingan atas hasil penelitian.

BAB II

TELAAH PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

A. Telaah Pustaka

Penelitian ataupun kajian yang berhubungan dengan investasi emas secara universal telah banyak dilakukan, namun untuk penelitian mengenai investasi emas digital menggunakan aplikasi hingga kala ini masih belum terlalu banyak mengingat layanan tersebut masih termasuk layanan baru di dunia investasi. Beberapa penelitian terdahulu yang dinilai masih berhubungan dengan penelitian ini yaitu sebagai berikut:

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Wuri Suhasti, Muhamad, Renno Penggalih, Lazinatul Febry Handayani, Anton Priyono Nugroho dengan judul “The Influence of Islamic Financial Literacy on The Use of Digital Financial Service in Yogyakarta” bertujuan untuk mengetahui kebermanfaatan layanan keuangan digital akibat adanya pemahaman tentang literasi keuangan islam. Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap layanan keuangan digital di Yogyakarta.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Lingga Octa Andhini dan Muhammad Andryzal Fajar dengan judul “the Effect Perceived Benefit & Technology Acceptance Model Toward Intention to Use Online Gold Platform” bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, sikap, dan persepsi manfaat terhadap minat menggunakan platform emas online yang dilakukan pada pengguna. Hasil penelitian ini menunjukkan: bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, sikap, dan manfaat yang dirasakan terhadap minat menggunakan platform emas online.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Rinwatin dan Taufiq andre setitono dengan judul “Minat Generasi Z dalam Berinvestasi Tabung Emas pada Pegadaian Digital Syariah” bertujuan untuk menemukan faktor-faktor yang mempengaruhi minat generasi Z dalam berinvestasi emas. Hasil dari penelitian

ini yaitu variabel kemudahan penggunaan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat Generasi Z. karena persepsi kemudahan penggunaan, semakin mudah digunakan semakin tinggi minat dalam menggunakan aplikasi Pegadaian Syariah Digital.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Iqbal Amhalmad dan Agus Irianto dengan judul “Pengaruh Pengetahuan Investasi dan Motivasi Investasi Terhadap Minat Berinvestasi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang” bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan investasi dan motivasi investasi pada minat mahasiswa di Universitas Negeri Padang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan tentang investasi memiliki pengaruh signifikan terhadap minat investasi.

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Alya Nadia Shafira dengan judul “Pengaruh Motivasi Investasi dan Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Investasi di Pasar Modal” bertujuan untuk mengetahui pengaruh motivasi investasi terhadap minat investasi di pasar modal pada mahasiswa FEB UNISBA, Mengetahui pengaruh pengetahuan investasi terhadap minat investasi di pasar modal pada mahasiswa FEB UNISBA, Mengetahui pengaruh motivasi investasi dan pengetahuan investasi terhadap minat investasi di pasar modal pada mahasiswa FEB UNISBA. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan investasi berpengaruh terhadap minat berinvestasi di pasar modal pada mahasiswa FEB UNISBA.

Keenam, penelitian yang dilakukan oleh Naili Nuril Aufa Manik, Putri Indah Fadillah, Nurul Jannah dengan judul “Faktor-faktor yang mempengaruhi minat Generasi Z dalam Berinvestasi Tabung Emas pada Pegadaian Digital Syariah” bertujuan untuk menemukan faktor-faktor yang mempengaruhi minat generasi Z dalam berinvestasi emas. Hasil dari penelitian ini menunjukkan persepsi risiko dan pengetahuan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat generasi Z dalam berinvestasi emas di pegadaian digital syariah.

Ketujuh, penelitian yang dilakukan oleh Harry Chrystian Purba dan Onan Marakali Siregar dengan judul “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Pengetahuan Konsumen dan Promosi Terhadap

Penggunaan *Cryptocurrency* sebagai Instrumen Investasi” bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, pengetahuan konsumen dan promosi terhadap penggunaan *cryptocurrency* sebagai instrumen investasi. Hasil penelitian ini menunjukkan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh secara signifikan terhadap penggunaan *cryptocurrency* sebagai instrumen investasi.

Kedelapan, penelitian yang dilakukan oleh Ratna Raninda, Wisnalmawati, dan Hadi Oetomo dengan judul “*The Effect of Perceived Usefulness, Ease of Use, Security, and Cashback Promotion on Behavior Intention toward the DANA E-Wallet*” bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi keamanan, dan promosi cashback di intensi perilaku terhadap e-wallet DANA (survei masyarakat di Daerah Istimewa Yogyakarta). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa manfaat yang dirasakan, kemudahan penggunaan yang dirasakan, keamanan yang dirasakan, dan promosi cashback secara bersamaan atau bersama-sama berpengaruh terhadap niat perilaku pada e-wallet DANA dengan nilai signifikansi $0,00 < 0,05$ dan nilai R yang Disesuaikan sebesar 55,1%.

Kesembilan, Penelitian yang dilakukan oleh Ryan Ariesco, Dwi Andriyanti Agustin, Janviera Adriana Nugrahani dengan judul “*Pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use Terhadap Attitude Toward Using E-Wallet pada Mahasiswa Selama Pandemic COVID-19*” bertujuan untuk mengetahui pengaruh *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* terhadap *attitude toward using e-wallet* pada mahasiswa selama pandemi COVID-19. Hasil penelitian ini menunjukkan Penelitian ini menguji pengaruh *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* terhadap *attitude toward using e-wallet* pada mahasiswa selama pandemi COVID-19.

Kesepuluh, penelitian yang dilakukan oleh Adinda Nurichsaningrum Desnissanty dan Devilia Sari dengan judul “*Analysis of Factors Affecting ShopeePay Usage Behavior by using Technology Acceptance Model (TAM)*” bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku

penggunaan ShopeePay dengan menggunakan *Technology Acceptance Model* yang dikembangkan oleh Davis dengan memfokuskan pada variabel *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, dan *attitude toward using* terhadap *behavior*. Hasil penelitian ini yaitu *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *attitude towards using*. *Perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived usefulness*, *attitude towards using* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *use behavior*. *Perceived usefulness* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *use behavior*, dan *perceived ease of use* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *use behavior* pada pengguna *e-wallet ShopeePay*.

Kesebelas, penelitian yang dilakukan oleh Inayatullah Fatmawati M dan Hapzi Ali dengan judul “*Determination Attitude Toward Using and Purchase Intentions: Analysis of Perceived Ease of Use and Perceived Usefulness (case Study if Instagram Shop’s Features on social Media Instagram)*” Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan pada sikap terhadap penggunaan dan efek kemudahan penggunaan dan persepsi yang dirasakan kegunaan pada niat pembelian dan efek dari persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan pada niat beli melalui sikap terhadap penggunaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap terhadap penggunaan, manfaat yang dirasakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap terhadap menggunakan, persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli, persepsi kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli, sikap terhadap penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli dan sikap terhadap menggunakan sepenuhnya mediasi antara persepsi kemudahan penggunaan dan sebagian mediasi antara kegunaan yang dirasakan pada niat pembelian fitur Toko Instagram di Media Sosial Instagram.

Pada penelitian ini, yang menjadi rujukan peneliti adalah penelitian yang dilakukan oleh penelitian yang dilakukan oleh Wuri Suhasti, Muhamad, Renno Penggalih, Lazinatul Febry Handayani, Anton Priyono Nugroho dengan judul “The Influence of Islamic Financial Literacy on The Use of Digital Financial Service in Yogyakarta”. Lingga Octa Andhini dan Muhammad Andryzal Fajar dengan judul “*The Effect Perceived Benefit & Technology Acceptance Model Toward Intention to Use online Gold Platform*” bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, sikap, dan persepsi manfaat terhadap minat menggunakan platform emas online yang dilakukan pada pengguna. Lalu penelitian yang dilakukan oleh Adinda Nurichsaningrum Desnissanty dan Devilia Sari dengan judul “*Analysis of Factors Affecting ShopeePay Usage Behavior by using Technology Acceptance Model (TAM)*” bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku penggunaan ShopeePay dengan menggunakan *Technology Acceptance Model* yang dikembangkan oleh Davis dengan memfokuskan pada variabel *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, dan *attitude toward using* terhadap *behavior*. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Inayatullah Fatmawati M dan Hapzi Ali dengan judul “*Determination Attitude Toward Using and Purchase Intentions: Analysis of Perceived Ease of Use and Perceived Usefulness (case Study if Instagram Shop’s Features on social Media Instagram)*” Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan pada sikap terhadap penggunaan dan efek kemudahan penggunaan dan persepsi yang dirasakan kegunaan pada niat pembelian dan efek dari persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan pada niat beli melalui sikap terhadap penggunaan. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Rinwatin dan Taufiq andre setitono dengan judul “Minat Generasi Z dalam Berinvestasi Tabung Emas pada Pegadaian Digital Syariah” bertujuan untuk menemukan faktor-faktor yang yang mempengaruhi minat generasi Z dalam berinvestasi emas. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Naili Nuril Aufa Manik, Putri Indah Fadillah, Nurul Jannah dengan judul “Faktor-faktor yang mempengaruhi minat Generasi Z dalam Berinvestasi Tabung

Emas pada Pegadaian Digital Syariah”. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh penelitian yang dilakukan oleh Juli Dwina Sari dan Sayyida azzafira dengan judul “Analisis Pengaruh Pendapatan dan Pengetahuan Terhadap Minat Calon Nasabah Berinvestasi Emas di Pegadaian Syariah “ bertujuan untuk mengetahui variabel pendapatan dan pengetahuan apakah berpengaruh dalam berinvestasi emas di Pegadaian Digital Syariah. Hal ini karena pada artikel tersebut membahas faktor dan hal yang menjadi permasalahan dalam penelitian, hanya terdapat sedikit penelitian yang membahas mengenai faktor yang mempengaruhi minat berinvestasi emas di pegadaian syariah digital pada generasi Z. sehingga peneliti tertarik untuk membahasnya. Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada variabel penelitian, objek penelitian, waktu penelitian, dan lokasi penelitian.

B. Landasan Teori

1. Pegadaian Digital

A. Pengertian Pegadaian

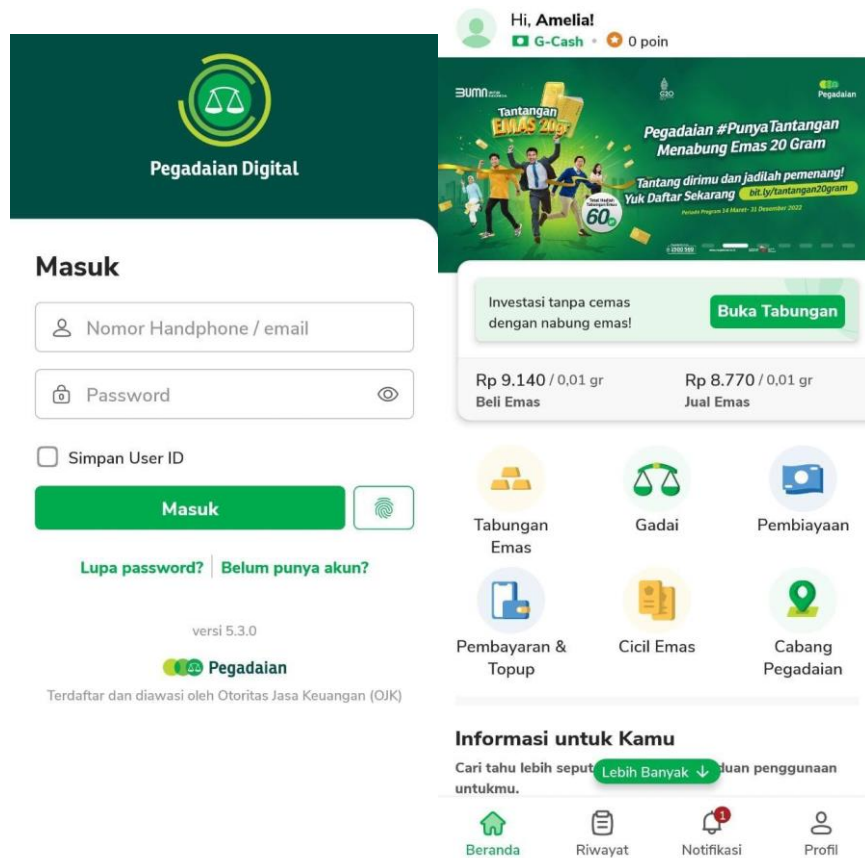
PT Pegadaian (Persero) merupakan perusahaan milik BUMN yang didirikan pertama kali di kota sukabumi pada tanggal 1 April 1901. Pada bulan agustus 2020 Pegadaian telah membuka cabang outlet sebanyak 4.100 yang tersebar di seluruh penjuru Indonesia (Pegadaian, 2020). Pegadaian merupakan perusahaan yang memiliki status perusahaan perseroan dimana kegiatannya diatur dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (PJOK) No. 31/PJOK.05/2016. Pegadaian telah mengembangkan layanan secara digital dengan meluncurkan aplikasi pegadaian digital yang dapat memudahkan proses transaksi, aplikasi ini dapat diunduh di *Play Store* atau *App Store*. Produk yang dimiliki pegadaian beraneka ragam. Bisnis utama dari PT. Pegadaian yaitu pemberian pinjaman dengan menggunakan jaminan barang baik bergerak secara konvensional maupun syariah.

B. Pegadaian Digital

Pegadaian Digital merupakan layanan berbasis digital dalam bentuk aplikasi *mobile* yang diluncurkan oleh PT. Pegadaian. Aplikasi Pegadaian digital bertujuan untuk memberikan informasi dan memberikan pelayanan secara online terkait transaksi yang terdapat di Pegadaian kepada nasabah melalui *smartphone*. Adanya aplikasi pegadaian digital menjadikan transaksi dapat dilakukan secara efektif dan efisien. Menurut Ramadansyah (2022) dengan adanya peluncuran aplikasi Pegadaian digital ini bermaksud untuk memperbesar dan memperluas pasar hingga ke generasi milenial.

Agar dapat mengakses Pegadaian digital calon nasabah diharuskan membuat akun terlebih dahulu, kemudian mengikuti tahap-tahap yang diinstruksikan oleh aplikasi selanjutnya dapat *login* kedalam beranda PSD dan memulai transaksi. Pegadaian Digital memiliki berbagai fitur diantaranya: Pendaftaran sebagai nasabah, pemantauan data nasabah, melakukan pembayaran rahn, pembayaran mikro, pembukaan tabungan emas, mengetahui harga logam mulia, *mem-booking* gadai.

Gambar 2. 1 Tampilan login dan fitur Aplikasi PSD



Sumber: Aplikasi Pegadaian Digital

Konsumen yang akan membeli dan menjual emas melalui platform emas online harus mengunduh aplikasi, misalnya, di Tamasia platform. Konsumen mendaftar dengan mendaftar sebagai nomor ponsel dan memasukkan PIN ke digunakan sebagai kata sandi. Setelah akun memiliki telah diaktifkan, pengguna perlu memverifikasi data akun dengan memasukkan ponsel pengguna nomor telepon, email, dan Kartu Tanda Penduduk. Kemudian nomor KTP, sertakan foto KTP dan foto diri Anda dengan KTP. Setelah itu bisa dilanjutkan dengan pengisian saldo melalui transfer bank, dan lainnya.

2. Pengetahuan Keuangan

a. Pengetahuan Keuangan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) pengetahuan merupakan segala sesuatu yang diketahui berkenaan dengan sesuatu hal. Pengetahuan keuangan adalah pengetahuan untuk mengelola keuangan dalam pengambilan keputusan keuangan. Kemampuan dalam mengelola aset keuangan dapat dilakukan dengan menerapkan cara mengelola keuangan yang benar maka keluarga akan mampu memanfaatkan uang yang dimiliki untuk mencapai tujuan (Brilianti & Lutfi, 2020). Pengetahuan keuangan merupakan sumber daya capital yang dimiliki oleh seorang individu selain kecerdasan intelegensi yang dapat mempengaruhi perilaku keuangan seseorang (Brilianti & Lutfi, 2020). Sedangkan menurut Normawati et al., (2021) Pengetahuan keuangan merupakan bagian dari literasi keuangan yang mengacu pada pemahaman dasar tentang konsep keuangan.

Pengetahuan keuangan juga mempengaruhi perilaku keuangan (Normawati et al., 2021). Seseorang yang memiliki keuangan pengetahuan dapat mengevaluasi informasi yang diterima sebelum menggunakan informasi tersebut untuk keuntungan. Sementara itu, Chen dan Volpe menyatakan bahwa individu dengan tingkat pengetahuan keuangan yang tinggi cenderung memiliki pendapat untuk membuat baik keputusan mengenai investasi, manajemen tabungan, dan manajemen utang. Beberapa penelitian sebelumnya telah mengidentifikasi bahwa pengetahuan keuangan adalah salah satu faktor penting yang dapat meningkatkan perilaku keuangan sehingga akan mempengaruhi kesejahteraan keuangan.

Pengetahuan investasi merupakan pengetahuan dasar yang dimiliki oleh seseorang untuk berinvestasi. Menurut Burhanudin et al (2021) pengetahuan investasi ialah pemahaman yang seharusnya dimiliki seorang individu atas berbagai aspek terkait investasi dimulai dari pengalaman dasar penilaian investasi, tingkat risiko, dan tingkat pengembalian (*return*) investasi. Semakin banyak ilmu pengetahuan mengenai investasi maka

semakin besar keinginan seseorang dalam melakukan investasi. Karena pengetahuan akan investasi memudahkan seseorang dalam pengambilan keputusan saat berinvestasi. Pengetahuan yang dimiliki oleh seseorang dapat dijadikan sebagai acuan untuk mengurangi risiko buruk yang mungkin terjadi. Rinwatin & Setiyono (2021) menyatakan bahwa pengetahuan bisa diukur melalui indikator teknis penilaian, pemahaman tingkat risiko dan tingkatan pengembalian. Menurut Nur Alfianto & Nugroho, (2020) beberapa indikator yang digunakan dalam mengukur pengetahuan keuangan ialah:

1. Pengetahuan umum keuangan
2. Pengetahuan tabungan dan pinjaman
3. Pengetahuan dasar asuransi
4. Pengetahuan dasar investasi

b. Pengetahuan Keuangan Syariah

Pengetahuan keuangan syariah merupakan pemahaman tentang konsep dasar keuangan, pemahaman model bisnis dan kinerja bisnis yang diukur dengan menggunakan model untuk memfasilitasi atau mendukung pengambilan keputusan menurut Nur Alfianto & Nugroho (2020) dalam (Rahman et al., 2018) Seseorang dengan pengetahuan keuangan yang baik cenderung memiliki keuangan baik pula. Pengetahuan keuangan memiliki peran penting dalam mengelola dan memecahkan masalah dalam pengambilan keputusan. Tingkat pengetahuan yang baik memungkinkan sikap seseorang dalam manajemen dan memecahkan masalah terhadap pengambilan keputusan. Pengetahuan keuangan syariah memiliki peran penting untuk menentukan keputusan dalam berinvestasi sesuai dengan prinsip syariah. Pengetahuan keuangan syariah dapat menarik minat masyarakat dalam berinvestasi emas, hal ini dikarenakan pengetahuan sangat diperlukan sebagai bahan pertimbangan untuk memilih produk investasi emas yang ditawarkan oleh pegadaian Syariah (Puspita Sari & Azzafira, 2021). c

Prinsip-prinsip ekonomi syariah, menurut lestari (2017) literasi keuangan syariah memberikan beberapa manfaat, yaitu sebagai berikut:

1. Dengan adanya literasi keuangan syariah yang tertanam dalam diri seorang individu maka akan memudahkan dalam proses pengambilan keputusan berdasarkan prinsip syariah.
2. Semakin banyak orang menabung dan melakukan kegiatan investasi secara syariah maka diharapkan kegiatan ekonomi akan berjalan stabil, karena sistem keuangan syariah secara tegas melarang riba atau bunga, maisir (spekulasi), dan juga tadlis (penipuan).

3. Technology Acceptance Model (TAM)

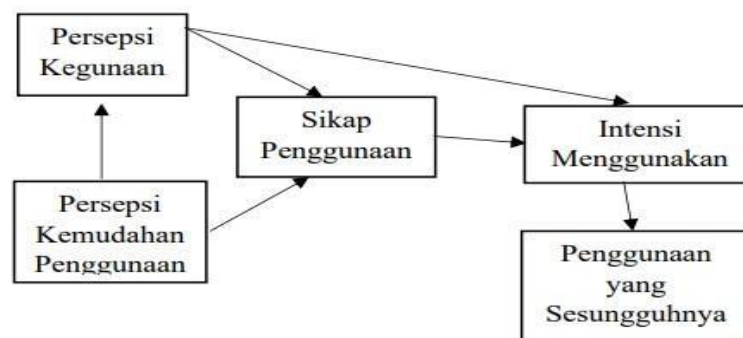
A. Konsep Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan teori yang diperkenalkan oleh Fred Davis pada tahun 1989, teori tersebut menjelaskan bahwa suatu model dapat memprediksi serta menjelaskan penggunaan teknologi dalam menerima dan menggunakan teknologi yang berkaitan dengan pekerjaan pengguna (Irawati et al., 2020). Teori TAM merupakan hasil adopsi dari *Theory of Reasoned Action (TRA)* yang dikemukakan oleh Martin Fishbein dan Icek Ajzen pada tahun 1980. TRA merupakan perubahan perilaku yang berasal dari niat perilaku, niat perilaku yang dipengaruhi oleh norma sosial serta sikap individu terhadap perilaku tersebut. Norma Subjektif menyatakan kepercayaan individu atas perilaku dan dapat diterima oleh masyarakat untuk sikap individu terhadap perilaku berdasarkan kepercayaan individu atas perilaku tersebut (Alex Maulana Muqarrabin, 2017).

TAM memiliki tujuan untuk menjelaskan faktor yang mempengaruhi penerimaan teknologi serta informasi dari teknologi informasi pengguna dalam jangkauan luas. TAM meramalkan penerimaan pengguna atas suatu sistem informasi dan memprediksi bahwa penerimaan penggunaan didasarkan pada 2 variabel utama, pertama persepsi kemudahan (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived ease of use*). Adanya sikap yang terpengaruh akibat adanya variabel tersebut akan menimbulkan adanya minat perilaku seseorang

untuk menggunakan (*behavior Intention to use*) dan pada akhirnya akan menunjukkan adanya penggunaan pada sistem sesungguhnya (*actual system use*) (Mahendra, 2016).

Pada TAM, penerimaan penggunaan dalam penggunaan sistem informasi dipengaruhi oleh lima konstruk utama, yaitu persepsi : (1) Persepsi kegunaan, (2) Persepsi kemudahan penggunaan, (3) Sikap penggunaan, (4) Intensi menggunakan dan (5) Penggunaan teknologi sesungguhnya. Model TAM ditunjukkan pada gambar berikut:



Gambar 2. 2 Technology Acceptance Model (Davis, 1989)

1. Persepsi Kegunaan

Davis (1989) mendefinisikan persepsi kegunaan yaitu tingkat kepercayaan seseorang terhadap penggunaan suatu sistem akan meningkatkan kinerjanya. Seseorang menggunakan suatu teknologi memiliki keyakinan bahwa kemampuan yang dimiliki serta kinerjanya akan meningkat. Hubungan ini menggambarkan bahwa penggunaan suatu teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi penggunanya.

Dalam perspektif penggunaan (*perceived usefulness*) terdapat 6 indikator untuk mengukur konstruk kegunaan menurut (Davis, 1989 dalam Jogyanto, 152):

- Pekerjaan lebih cepat selesai (*work more quickly*),
- Meningkatkan kinerja (*job performance*),
- Meningkatkan produktivitas (*increase productivity*),

- d. Meningkatkan efektivitas kinerja (effectiveness),
- e. Memudahkan pekerjaan (makes job easier), dan
- f. Berguna (useful)

2. Persepsi Kemudahan Penggunaan

Apa yang menyebabkan orang menerima atau menolak teknologi informasi. Di antara banyak variabel yang dapat mempengaruhi penggunaan sistem, Davis (1989) mengatakan bahwa penelitian sebelumnya menyarankan dua faktor penentu yang sangat penting. Pertama, orang cenderung menggunakan atau tidak menggunakan aplikasi sejauh mereka percaya itu akan membantu mereka melakukan pekerjaan mereka dengan lebih baik. Kedua, bahkan jika pengguna potensial percaya bahwa aplikasi tertentu berguna, mereka mungkin, pada saat yang sama, percaya bahwa sistem terlalu sulit untuk digunakan dan bahwa manfaat kinerja penggunaan ditimbang oleh upaya penggunaan aplikasi. Artinya, selain kegunaan, penggunaan diteorikan untuk dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan yang dirasakan (Davis, 1989). Menurut Davis (1989) kemudahan merupakan tingkat sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan terbebas dari usaha yang harus dilakukan. Sari et al (2021) mengatakan bahwa adanya kemunculan teknologi informasi menjadikan nasabah merasa terbantu atau tidak dalam melakukan transaksi. Jika dengan adanya kemunculan sistem informasi dianggap lebih memudahkan dalam bertransaksi dalam suatu perusahaan hal ini menunjukkan bahwa perusahaan memiliki citra yang baik.

Menurut Diona Sari (2019) kemudahan penggunaan teknologi dideskripsikan sebagai suatu ukuran dimana seseorang percaya bahwa teknologi bisa dengan mudah dipahami dan dimengerti untuk memudahkan kegiatan yang sesuai dengan perusahaan tersebut. Kontruksi ini merupakan suatu keyakinan seseorang untuk digunakan sebagai pengambilan keputusan. Jika keyakinan pengguna terhadap suatu sistem mudah digunakan, maka pengguna akan memakainya.

Sebaliknya jika kepercayaan pengguna terhadap penggunaan suatu sistem sulit untuk digunakan, maka pengguna tersebut tidak hendak memakainya.

Kemudahan penggunaan mampu mengurangi usaha seseorang untuk mengerti dan memahami penggunaan teknologi baik secara waktu ataupun tenaga. Apabila sistem atau teknologi lebih mudah dalam penggunaannya maka secara langsung sistem atau teknologi tersebut akan sering digunakan. Menurut Diona Sari (2019) sistem yang sering digunakan menunjukkan bahwa sistem tersebut lebih dikenal dan lebih mudah dalam pengoperasian oleh pengguna. Dalam perseptif kemudahan penggunaan terdapat 2 indikator yaitu mudah menggunakan dan mudah dipahami (Kurniawan et al., 2019)

3. Sikap Penggunaan

Dalam TAM sikap penggunaan dikonsepsikan sebagai suatu sikap terhadap penggunaan sistem apakah menerima atau menolaknya apabila seseorang menggunakan suatu teknologi dalam pekerjaannya (Davis, 1989). Peneliti lain menyebutkan bahwa faktor sikap (*attitude*) merupakan salah satu aspek yang mempengaruhi perilaku individual. Sikap seseorang terdiri atas unsur kognitif/cara pandang (*cognitive*), afektif (*affective*), dan komponen yang berkaitan dengan perilaku (*behavior components*) (Muntianah, Tutik S. Astuti, 2012). Dalam perspektif kemudahan penggunaan terdapat 2 indikator yaitu kenyamanan saat menggunakan dan menyukai penggunaan teknologi (Kurniawan et al., 2019).

4. Minat Menggunakan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) minat memiliki arti kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu. Minat merupakan kecenderungan tertarik atas sesuatu yang relatif tetap untuk dapat memperhatikan dan mengingat secara terus menerus yang diikuti rasa

senang untuk memperoleh kepuasan dalam mencapai kepuasan teknologi (Ledesman, 2018). Menurut Masri Situmorang dan Andreas (2014) minat adalah bentuk sikap dari dalam diri yang berupa rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada dorongan dari orang lain. Sedangkan menurut Hapsari & Maulana (2013) Minat dapat dijadikan sebagai indikator yang berasal dari kekuatan seseorang pada lingkungan sekitar dimana orang tersebut akan termotivasi untuk dapat mempelajari serta menunjukkan kinerja yang tinggi. Amhalmad & Irianto (2019) menyebutkan faktor yang mempengaruhi minat menurut *Theory of Planned Behavior* (TPB) yaitu sikap terhadap perilaku (*Attitude toward the behavior*). Sikap (*attitude*) dideskripsikan sebagai jumlah atas afeksi yang dirasakan oleh seseorang dalam hal menerima atau menolak atas suatu objek atau perilaku dapat diukur dengan prosedur untuk menempatkan individu dalam skala evaluatif dua kutub. Minat timbul karena adanya gaya tarik eksternal (gaya tarik yang berasal dari luar) dan gaya tarik yang berasal dari hati sanubari. Minat perilaku dapat dilihat dari tingkat penggunaan sebuah teknologi komputer pada seseorang sehingga dapat diprediksi terhadap sikap perhatiannya pada teknologi tertentu, seperti keinginan untuk menambah peralatan pendukung, memiliki motivasi untuk tetap menggunakan, serta keinginan untuk dapat memotivasi orang lain. Adapun indikator minat untuk menggunakan suatu teknologi yaitu pertama menggunakan secara terus-menerus, kedua persepsi terhadap penggunaan teknologi berlanjut di masa yang akan datang (Kurniawan et al., 2019). Sikap seseorang akan mempengaruhi perilaku melalui proses pengambilan keputusan yang sesuai dan berdampak terbatas pada tiga hal:

1. Sikap yang dijalankan terhadap perilaku yang didasari oleh perhatian atas hasil yang terjadi pada saat perilaku tersebut dilakukan.
2. Perilaku yang dilakukan oleh individu tidak hanya didasari oleh pandangan ataupun persepsi yang dianggap benar oleh individu

tersebut, tetapi juga memperhatikan pandangan atau persepsi orang lain disekitar ataupun yang terkait dengan individu tersebut.

3. Sikap yang muncul didasari oleh pandangan dan persepsi individu, dan memperhatikan pandangan atau persepsi orang lain atas perilaku tersebut, akan menimbulkan niat perilaku yang dapat menjadi perilaku individu.

Minat penggunaan terhadap suatu teknologi dapat dibagi menjadi 5 konstruk (Deananda et al., 2020) yaitu:

1. Intensitas penggunaan aplikasi
2. Penawaran yang diberikan
3. Niat penggunaan di masa depan
4. Rekomendasi kepada orang lain
5. Kenyamanan, kesenangan, dan kepuasan terhadap aplikasi

4. Investasi Emas

Menurut KBBI Investasi merupakan penanaman dana ataupun modal dalam perusahaan atau proyek untuk mencapai tujuan yaitu memperoleh keuntungan. Sedangkan menurut OJK (2017) Investasi merupakan penanaman modal yang dilakukan dalam jangka panjang dalam rangka untuk pengadaan aktiva lengkap ataupun pembelian saham-saham dan surat berharga lainnya dengan tujuan memperoleh keuntungan. Menurut Qothrunnada (2022) investasi merupakan aktivitas penanaman dana atau modal (aset berharga) dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan. Investasi biasa disebut juga dengan penanaman modal. Dari beberapa penjelasan mengenai pengertian investasi, Noptriyani et al (2020) menyimpulkan investasi adalah suatu usaha dalam mengelola dana serta menempatkannya pada instrumen tertentu sehingga dana tersebut bisa bertambah seiring berjalanya waktu. Menurut Naili Nuril Aufa Manik, Putri Indah Fadillah (2021) investasi merupakan komitmen atas sejumlah uang atau sumber daya lainnya yang dilakukan pada sekarang dengan tujuan memperoleh keuntungan dimasa yang akan datang. Tandelilin (2010) mendeskripsikan

investasi sebagai komitmen sejumlah dana atau sumber daya lainnya dilakukan pada saat ini dan mengharapkan keuntungan pada masa yang akan datang. Investasi secara sederhana memiliki tujuan untuk menghasilkan sejumlah uang dimasa yang akan datang.

Terdapat beberapa alasan mengapa seseorang harus melakukan kegiatan investasi (Tandelilin, 2010), antara lain:

1. Untuk mencapai kehidupan yang lebih baik di masa yang akan datang
orang yang bijaksana akan berpikir cara untuk meningkatkan taraf hidup atau setidaknya dapat mempertahankan pendapatnya yang ada sekarang dan tidak mengurangi jumlahnya di masa yang akan datang.
2. Meminimalisir dampak inflasi
Seseorang dapat menghindari adanya resiko penurunan nilai kekayaan akibat adanya inflasi.
3. Penghematan pajak

Proses keputusan berinvestasi ialah suatu proses keputusan yang berkesinambungan (*going process*). Menurut Tandelilin (2010) tahapan keputusan investasi meliputi:

1. Penentuan tujuan investasi
2. Penentuan kebijakan investasi
3. Pemilihan strategi portofolio
4. Pemilihan aset dan pembentukan portofolio
5. Pengukuran dan evaluasi kinerja portofolio

Emas merupakan salah satu elemen logam paling berharga yang memainkan peran penting dalam ekonomi global. Emas adalah simbol kemewahan dan keindahan yang memiliki warisan nilai di mana saja di dunia (Tewarueangsap, 2019). Emas diklasifikasikan sebagai kelas aset yang memainkan peran penting berperan dalam portofolio investor karena tidak hanya berfungsi sebagai instrumen lindung tetapi juga sebagai nilai melawan inflasi. Menurut Noptriyani et al (2020) emas merupakan barang yang sangat

berharga dan sudah digunakan sejak zaman raja-raja sebelum masehi. Emas dipandang sangat berharga sampai muncul istilah "zaman keemasan". Emas atau logam mulia adalah logam berwarna kuning, emas didapatkan dari penggalian bawah tanah. Emas bukan saja sebagai produk pertambangan yang keindahannya bisa dipamerkan namun emas juga sebagai instrumen investasi yang dijadikan pilihan manusia sejak zaman dulu. Menurut fatwa DSN MUI nomor 77/DSN-MUI/V/2010 tentang jual beli emas secara tidak tunai hukumnya diperbolehkan oleh Islam selama emas tidak menjadi alat tukar yang resmi (uang). Adapun batasan dan ketentuan dalam investasi emas menurut fatwa ini:

1. Harga jual (*tsaman*) tidak boleh bertambah selama jangka waktu perjanjian meskipun ada perpanjangan waktu setelah jatuh tempo.
2. Emas yang dibeli dengan pembayaran tidak tunai boleh dijadikan jaminan (*Rahn*)
3. Emas yang dijadikan jaminan sebagaimana dimaksud dalam angka 2 tidak boleh dijualbelikan atau dijadikan obyek akad lain yang menyebabkan perpindahan kepemilikan.

Tabungan emas menurut Riyana (2021) merupakan layanan pembelian dan penjualan emas atau logam mulia dengan cara menitipkan secara retail dengan harga terjangkau. Layanan tabungan emas memberikan kemudahan kepada masyarakat untuk berinvestasi. Menurut Pegadaian (2022) Tabungan emas merupakan layanan penitipan saldo emas untuk memudahkan masyarakat berinvestasi emas. Produk tabungan emas pegadaian menjadikan nasabah melakukan investasi emas dengan mudah, aman, murah, dan terpercaya.

Berdasarkan Surat Keputusan Direksi No. 54/LB.1.00/2008 tentang Pembiayaan Murabahah Logam Mulia untuk Investasi Abadi (MULIA) tanggal 25 September 2008, produk yang disebut MULIA ini diluncurkan dan mulai dioperasikan pada tanggal 28 Oktober 2008. Terbitnya surat keputusan tersebut dapat dikatakan sebagai terobosan baru bagi PT. Pegadaian (Persero). Berdasarkan Surat Keputusan Direksi No. 54/LB.1.00/2008

investasi logam mulia yang ada di pegadaian adalah emas batangan bersertifikat internasional LBMA (London Bullion Market Association) dengan beberapa jenis atau varian, untuk produk MULIA mulai dari unit 1 gram, 5 gram, unit 10 gram, unit 25 gram, unit 50gram, unit 100 gram, unit 250 gram, dan unit 1.000 gram. Produk MULIA dilakukan dengan pembelian secara angsur, nasabah dapat menentukan pola pembayaran angsuran sesuai kemampuan dan aturan yang telah ditetapkan oleh pegadaian (Fauziah, 2019).

Menurut Suryani (2021) faktor-faktor yang mempengaruhi emas dapat dijadikan sebagai instrumen investasi:

- *Zero Inflation effect*, nilai atau harga emas cenderung stabil, adanya kenaikan inflasi selalu bersamaan dengan kenaikan harga emas
- *Liquid*, logam mulia atau emas sangat mudah diperjualbelikan
- Jumlah emas yang terbatas, permintaan emas terbatas
- Tahan lama, emas relatif tahan lama terhadap semua kondisi cuaca
- Emas tidak mengalami penyusutan, harga emas dalam jangka pendek mungkin saja bisa berfluktuasi namun dalam jangka panjang harga emas terus naik.

Keunggulan-keunggulan tabungan emas pegadaian menurut Pegadaian (2022):

- Tabungan emas tersedia di seluruh outlet pegadaian, pegadaian digital service, agen pegadaian dan marketplace
- Pembelian emas dapat dilakukan mulai dari 1 gram
- Adanya harga jual dan buyback yang kompetitif
- Biaya administrasi dan biaya pengelolaan ringan
- Emas dijamin memiliki karatase 24 karat
- Nasabah bisa melakukan buyback mulai dari 1 gram
- Nasabah dapat melakukan transfer ke rekening tabungan emas mulai dari 0,1 gram
- Pengelolaan dilakukan secara profesional dan transparan'

- Nasabah dapat melakukan pembelian Tabungan Emas (Top Up) mulai dari 0,01 gram

Dengan adanya tabungan emas menjadikan masyarakat dapat lebih mudah berinvestasi dan dengan menabung cicilan kemudian masyarakat bisa mendapatkan logam mulia atau emas batangan sesuai dengan banyaknya tabungan yang ditabung oleh pengguna emas (Montolalu & Raintung, 2018).

Penelitian yang dilakukan oleh Purnamasari et al (2022) dalam Novia Widya Utami (2020) menjelaskan pemanfaatan dari prinsip-prinsip ekonomi islam terhadap produk investasi emas di PT Pegadaian, diantaranya:

1. Secara operasional investasi emas menjadi sebuah investasi yang dapat diterapkan oleh semua pihak dengan cara mengajukan keinginan nasabah kepada PT Pegadaian secara tunai atau cicilan. Manfaat dari investasi emas yaitu system gadai emas dan beli gadai. Cara investasi emas dengan membeli emas, kemudian emas tersebut digadaikan dalam jangka waktu tertentu, uang hasil gadai ditambahkan lagi untuk membeli emas dengan berat yang sama seperti pembelian pertama, kemudian digadaikan lagi sampai beberapa kali sepanjang waktu tertentu.
2. Secara umum, aplikasi pegadaian digital emas berprinsip hukum ekonomi islam yang mana terdapat ketidaksyariahan akad dalam investasi emas, yaitu ketidakadaan emas saat membeli dan menjual, sehingga ada selisih harga beli dengan harga j

C. Hipotesis Penelitian

1. Hubungan Pengetahuan keuangan syariah terhadap Minat Berinvestasi emas di Pegadaian digital

Pengetahuan merupakan sesuatu hal yang dimiliki oleh seseorang untuk dapat melakukan suatu keputusan. Pengetahuan investasi merupakan pengetahuan dasar yang dimiliki oleh seseorang untuk berinvestasi. Rinwatin & Setiyono (2021) dalam penelitiannya menyatakan bahwa pengetahuan dianggap tidak berpengaruh signifikan terhadap minat disebabkan mudahnya akses pengetahuan atau biasanya dikenal dengan sebutan ZMOT (Zero

Moment of Truth) pada era digital pada saat ini sehingga generasi Z merasa bahwa pengetahuan terhadap suatu teknologi mudah dipelajari. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Naili Nuril Aufa Manik, Putri Indah Fadillah (2021) menyatakan bahwa variabel pengetahuan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat generasi Z dalam berinvestasi emas di Pegadaian Syariah Digital. Sedangkan menurut Puspita Sari & Azzafira (2021) pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat calon nasabah berinvestasi di Pegadaian digital Syariah. Penelitian yang dilakukan oleh Shafira (2020) menyebutkan bahwa pengetahuan investasi berpengaruh terhadap minat investasi di pasar modal. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh (Nur Alfianto & Nugroho, 2020) Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap layanan keuangan digital di Yogyakarta. Semakin banyak pengetahuan yang dimiliki oleh seseorang dan paham terhadap produk investasi emas maka akan semakin tinggi minat masyarakat untuk berinvestasi di Pegadaian Syariah. Oleh karena itu, variabel pengetahuan berarti memiliki pengaruh terhadap minat generasi Z dalam berinvestasi emas.

Ha1: Pengetahuan keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi pegadaian digital untuk berinvestasi emas.

H01: Pengetahuan keuangan syariah tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan aplikasi pegadaian digital untuk berinvestasi emas.

2. Hubungan persepsi kegunaan terhadap sikap penggunaan aplikasi Pegadaian digital

Davis (1989) mendefinisikan persepsi kegunaan yaitu tingkat kepercayaan seseorang terhadap penggunaan suatu sistem akan meningkatkan kinerjanya. Seseorang menggunakan suatu teknologi memiliki keyakinan bahwa kemampuan yang dimiliki serta kinerjanya akan meningkat. Hubungan ini menggambarkan bahwa penggunaan suatu teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi penggunanya. Menurut penelitian yang

dilakukan oleh Andihi et al (2020) menyatakan bahwa persepsi kegunaan yang dirasakan memiliki berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap menggunakan platform emas online. Oleh karena itu, persepsi kegunaan berarti memiliki pengaruh terhadap sikap penggunaan aplikasi pegadaian digital.

Ha2: Persepsi kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap penggunaan aplikasi pegadaian digital syariah untuk berinvestasi emas.

H02: Persepsi kegunaan tidak berpengaruh terhadap sikap penggunaan aplikasi pegadaian digital syariah untuk berinvestasi emas.

3. Hubungan Kemudahan Penggunaan terhadap sikap penggunaan aplikasi Pegadaian digital

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Rinwatin & Setiyono (2021) menyatakan bahwa kemudahan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat generasi Z berinvestasi emas. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Andihi et al (2020) menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan yang dirasakan memiliki berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap menggunakan platform emas online. Kemudahan menjadi salah satu alasan utama minat generasi Z untuk memakai aplikasi pegadaian syariah digital karena transaksi bisa dilakukan dengan cepat, praktis, dan menghemat biaya (Rinwatin & Setiyono, 2021). Oleh karena itu, variabel Kemudahan Penggunaan berarti memiliki pengaruh terhadap sikap penggunaan aplikasi pegadaian digital untuk berinvestasi emas.

Ha3: Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap penggunaan aplikasi pegadaian digital untuk berinvestasi emas.

H03: Persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap sikap penggunaan aplikasi pegadaian digital untuk berinvestasi emas.

4. Hubungan persepsi sikap penggunaan terhadap Minat penggunaan aplikasi emas di Pegadaian digital

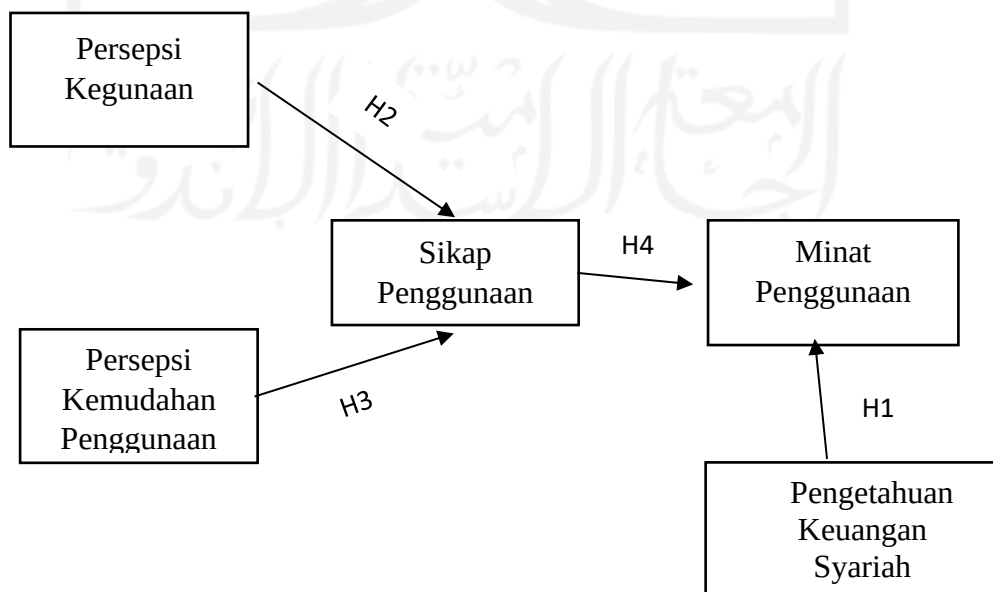
Dalam TAM sikap penggunaan dikonsepskan sebagai suatu sikap terhadap penggunaan sistem apakah menerima atau menolaknya apabila seseorang menggunakan suatu teknologi dalam pekerjaannya (Davis, 1989). Menurut penelitian yang dilakukan oleh Andihi et al (2020) menyatakan bahwa sikap penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan platform emas online. Oleh karena itu, variabel persepsi sikap penggunaan berarti memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan aplikasi di Pegadaian Digital.

Ha4: Sikap penggunaan berpengaruh langsung terhadap minat penggunaan aplikasi pegadaian digital untuk berinvestasi emas.

H04: Sikap penggunaan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan aplikasi pegadaian digital untuk berinvestasi emas

D. Kerangka Penelitian

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa kerangka dasar penelitian digambarkan melalui bagan berikut ini:



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif. Metode kuantitatif merupakan metode yang menggunakan data berupa angka. Metode ini dalam pengerjaannya menggunakan aspek pengukuran, perhitungan, rumus dan kepastian numerik. Dalam penelitian ini terdapat dua kelompok besar variabel yang akan diteliti, yaitu variabel bebas (variabel independent/X) dan variabel terikat (variabel dependen/Y). Penelitian ini membahas adanya hubungan sebab akibat antara variabel X dan variabel Y, metode tersebut digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel X (variabel bebas) terhadap variabel Y (variabel terikat). Penggunaan variabel ini dipilih karena peneliti ingin mengetahui bagaimana pengaruh pengetahuan keuangan syariah terhadap minat berinvestasi emas di Pegadaian Digital pada generasi Z.

Desain penelitian ini menggunakan teori *Technology Acceptance Model* (TAM). Teori TAM menjelaskan bahwa suatu model dapat memprediksi serta menjelaskan penggunaan teknologi dalam menerima dan menggunakan teknologi yang berkaitan dengan pekerjaan pengguna (Irawati et al., 2020). Penelitian ini menggunakan TAM yang menjelaskan penggunaan aplikasi pegadaian digital untuk berinvestasi emas. Penggunaan teori TAM dalam penelitian ini merupakan bentuk perluasan dari teori aslinya dengan menambahkan faktor eksternal yaitu pengetahuan keuangan syariah. Kemudian untuk hasil analisis data akan diolah menggunakan aplikasi Jamovi.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi Penelitian akan dilaksanakan di provinsi D.I Yogyakarta. Alasan pemilihan lokasi dan ketertarikan peneliti untuk melakukan penelitian di Yogyakarta yaitu karena kota tersebut merupakan kota yang

dipadati oleh kaum pelajar, yang mana banyak terdapat generasi Z yang berdomisili di kota tersebut. Oleh karena itu, hal ini menjadikan peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di D.I Yogyakarta

C. Waktu Pelaksanaan Penelitian

Waktu pelaksanaan penelitian ini kurang lebih dalam kurun waktu 2 (dua) bulan. Penelitian ini akan dilaksanakan dari bulan Juli sampai bulan Agustus 2022.

D. Objek Penelitian

Objek pada Penelitian ini yaitu Generasi Z yang tinggal di Yogyakarta.

E. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan dari kumpulan beberapa elemen yang mempunyai beberapa ciri universal dan terdiri dari bidang-bidang yang akan diteliti (Amirullah, 2015). Populasi yang akan diteliti dalam penelitian ini ialah Generasi Z yang tinggal di provinsi D.I. Yogyakarta.

2. Sampel

Sampel merupakan suatu bagian dari keseluruhan populasi yang memiliki kesesuaian atas karakteristik yang terdapat pada populasi. Pada penelitian ini teknik yang digunakan yaitu teknik pengambilan sampel menggunakan metode *non-probability* dengan teknik *purposive sampling*. Pada teknik ini pengambilan sampel tidak memberikan peluang atau kesempatan sama bagi setiap anggota populasi yang dipilih menjadi sampel. Menurut Supardi (1993) pengambilan sampel dengan teknik *non-probability* akan sesuai apabila dipilih untuk besaran anggota populasinya memiliki sifat infinit ataupun besaran anggotanya belum atau tidak dapat ditentukan (*Teknik Pengambilan Sampel Dalam Penelitian*, 2021). Sedangkan teknik *purposive sampling* yaitu teknik

penentuan sampel didasarkan atas kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti. Adapun kriteria-kriteria yang dapat dijadikan acuan oleh calon responden yaitu:

- 1) Masyarakat berdomisili di Provinsi D.I. Yogyakarta
- 2) Berusia minimal 17-25 tahun
- 3) Mengetahui tentang investasi emas

Karena populasi anggota tidak diketahui secara pasti jumlahnya, sehingga penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini didasarkan menurut Hair., Black., Babin., (2014) merekomendasikan ukuran sampel berkisar 100 sampai 200 tergantung indikator yang digunakan, kemudian dikali 5 sampai dengan 10. Pada penelitian ini terdapat 19 indikator dari total variable, maka target sampel yang dibutuhkan sebanyak $19 \times 6 = 114$ responden. Sehingga melihat dari teori tersebut, penulis akan mengambil sampel sebanyak minimal 114 responden agar rekomendasi dari teori terpenuhi.

F. Sumber Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan sumber data primer dan data sekunder. Data primer yaitu data yang didapatkan secara langsung dari responden yang bersangkutan. Data dan informasi diperoleh melalui penyebaran angket atau kuesioner yang akan dibuat secara *online* menggunakan *google form*. Sedangkan sumber data sekunder didapatkan melalui jurnal-jurnal ataupun literatur lainnya yang mendukung penelitian.

G. Teknik pengumpulan

Pada penelitian ini teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan data primer yang didapatkan melalui penyebaran angket atau kuesioner menggunakan *google form* kepada masyarakat yang berdomisili di Provinsi D.I Yogyakarta. Kuesioner ini akan disebar dengan cara *broadcast messages* yang akan dikirimkan melalui media sosial WhatsApp, e-mail, dan Instagram. Kuesioner akan disebar dan

hasil jawaban akan dijaga kerahasiaanya. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini merupakan jenis tertutup, yang mana responden hanya memilih pilihan jawaban yang sudah disediakan oleh peneliti.

H. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel merupakan definisi yang menjadikan variabel-variabel yang akan diteliti bersifat operasional yang berkaitan dengan proses pengukuran variabel-variabel tersebut (Nikmatur, 2017). Untuk menghindari adanya kekeliruan data maka definisi variabel-variabel dalam penelitian harus dirumuskan. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari 2 variabel yaitu variabel independen (bebas) dan variabel dependen (terikat). Adapun penjelasan terkait variabel-variabel sebagai berikut:

1. Variabel Independen atau Bebas (X)

Variabel Independen atau variabel X merupakan variabel yang mempengaruhi variabel terikat atau variabel Y. Adapun variabel independen pada penelitian ini terdiri atas:

a. Pengetahuan Keuangan Syariah

Pengetahuan keuangan syariah merupakan pemahaman tentang konsep dasar keuangan, pemahaman model bisnis dan kinerja bisnis yang diukur dengan menggunakan model untuk memfasilitasi atau mendukung pengambilan keputusan menurut Nur Alfianto & Nugroho (2020) dalam (Rahman et al., 2018). Seseorang dengan pengetahuan keuangan yang baik cenderung memiliki keuangan baik pula. Pengetahuan keuangan memiliki peran penting dalam mengelola dan memecahkan masalah dalam pengambilan keputusan. Tingkat pengetahuan yang baik memungkinkan sikap seseorang dalam manajemen dan memecahkan masalah terhadap pengambilan keputusan. Pengetahuan keuangan syariah memiliki peran penting untuk dapat menarik minat masyarakat dalam berinvestasi emas, hal ini dikarenakan pengetahuan sangat diperlukan sebagai bahan pertimbangan untuk memilih produk

investasi emas yang ditawarkan oleh pegadaian Syariah (Puspita Sari & Azzafira, 2021). Indikator pada variabel ini meliputi:

1. Pengetahuan keuangan umum
 2. Pengetahuan simpan pinjam
 3. Pengetahuan dasar asuransi
 4. Pengetahuan dasar investasi
- b. Persepsi kegunaan (*Perceived usefulness*)

Davis (1989) mendefinisikan persepsi kegunaan yaitu tingkat kepercayaan seseorang terhadap penggunaan suatu sistem akan meningkatkan kinerjanya. Seseorang menggunakan suatu teknologi memiliki keyakinan bahwa kemampuan yang dimiliki serta kinerjanya akan meningkat. Hubungan ini menggambarkan bahwa penggunaan suatu teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi penggunanya. Dalam perspektif penggunaan (*perceived usefulness*) terdapat 6 indikator untuk mengukur konstruk kegunaan menurut (Davis, 1989 dalam Jogiyanto, 152):

1. Pekerjaan lebih cepat selesai (*work more quickly*)
2. Meningkatkan kinerja (*job performance*)
3. Meningkatkan produktivitas (*increase productivity*)
4. Meningkatkan efektivitas kinerja (*effectiveness*)
5. Memudahkan pekerjaan (*makes job easier*)
6. Berguna (*useful*)

c. Persepsi kemudahan penggunaan

Davis (1989) mendefinisikan persepsi kemudahan penggunaan yaitu tingkat kepercayaan seseorang menggunakan sistem tertentu akan membebaskan penggunanya dari suatu usaha. Adanya kemudahan penggunaan akan mengurangi tenaga, pikiran dan waktu yang digunakan untuk mempelajari serta menggunakan suatu sistem. Indikator variabel meliputi:

1. Mudah menggunakan

2. Mudah dipahami

d. Sikap penggunaan

Dalam TAM sikap penggunaan dikonsepsikan sebagai suatu sikap terhadap penggunaan sistem apakah menerima atau menolaknya apabila seseorang menggunakan suatu teknologi dalam pekerjaannya (Davis, 1989). Indikator pada variabel ini meliputi:

1. Kenyamanan penggunaan
 2. Menyukai saat menggunakan
2. Variabel dependen atau variabel Y merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen atau variabel X. Variabel terikat pada penelitian ini yakni Intensi menggunakan atau minat berinvestasi. Intensi menggunakan merupakan kecenderungan ataupun keinginan seseorang untuk dapat menggunakan suatu teknologi. Tindakan penggunaan teknologi oleh individu dapat diprediksi dari sikap perhatian terhadap teknologi tertentu, seperti contoh keinginan seseorang untuk menambahkan suatu aplikasi ataupun mendukung teknologi tersebut serta memiliki motivasi untuk dapat membujuk orang lain menggunakan teknologi tersebut. Minat penggunaan terhadap suatu teknologi dapat dibagi menjadi 5 konstruk menurut (Deananda et al., 2020) yaitu:
1. Intensitas penggunaan aplikasi
 2. Penawaran yang diberikan
 3. Niat penggunaan di masa depan
 4. Rekomendasi kepada orang lain
 5. Kenyamanan, kesenangan, dan kepuasan terhadap aplikasi

I. Instrumen Penelitian yang digunakan

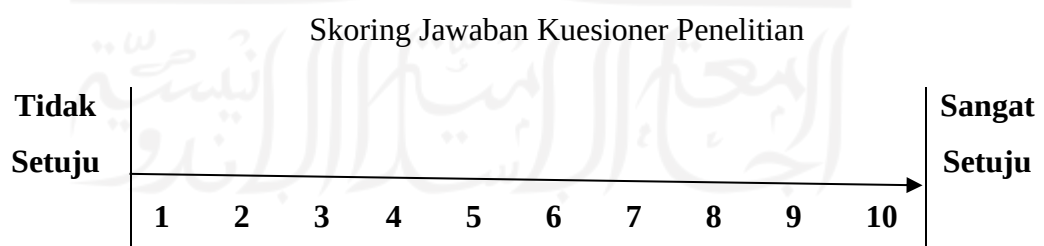
Instrumen penelitian yaitu alat yang digunakan untuk penelitian sebagai alat pengukuran dan pengumpulan data serta untuk menganalisis hasil penelitian yang dilakukan.

a. Kuesioner

Dalam penelitian ini Instrumen yang digunakan oleh peneliti yaitu Kuesioner. Kuesioner merupakan salah satu alat yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data dan informasi responden. Kuesioner ini berisi sekumpulan pertanyaan yang akan diisi oleh responden. Tujuan dari pengisian kuesioner yaitu untuk mengetahui informasi mengenai responden sehingga peneliti dapat menganalisis hasilnya.

b. *Continuous Rating Scale*

Menurut Nugroho et al (2019) *continuous rating scale* adalah skala dengan memakai dua alternatif jawaban yang keduanya saling bertolak belakang atau *bipolar*, seperti contoh tidak setuju dengan sangat setuju, tidak yakin dengan sangat yakin, dan senang dengan sedih. *continuous rating scale* adalah skala dengan nilai angka 1 sampai dengan 10. Responden akan diminta untuk memberi tanda pada nilai yang dianggap mewakili jawabanya. Berikut ini merupakan *scoring* pada *continuous rating scale*:



Terdapat beberapa indikator untuk mengukur masing-masing variabel. Instrumen-instrumen tersebut untuk mengukur variabel pengetahuan keuangan syariah, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kegunaan, persepsi sikap penggunaan. Indikator-indikator

yang digunakan dalam instrumen penelitian ini merupakan adopsi dari penelitian-penelitian sebelumnya. Adapun kisi-kisi instrumen tercantum pada tabel berikut ini:

Tabel 3. 1 Instrumen Penelitian

No	Konstruk	Indikator	Nomor Butir
1	Pengetahuan keuangan syariah (Nur Alfianto & Nugroho, 2020)	1. Pengetahuan keuangan umum	1-3
		2. Pengetahuan simpan pinjam	4-8
		3. Pengetahuan dasar asuransi	9-11
		4. Pengetahuan dasar investasi	12-20
2	Persepsi kegunaan (Deananda et al., 2020)	1. Pekerjaan lebih cepat selesai (work more quickly)	21
		2. Meningkatkan kinerja(job performance)	22
		3. Meningkatkan produktivitas (increase productivity)	23
		4. Meningkatkan efektivitas kinerja (effectiveness)	24
		5. Memudahkan pekerjaan (makes job easier)	25
		6. Berguna (useful)	26
3	Persepsi kemudahan penggunaan (Kurniawan et al., 2019)	1. Mudah menggunakan	27-29
		2. Mudah dipahami	30-31
4	Sikap penggunaan (Kurniawan et al., 2019)	1. Kenyamanan penggunaan	32-34
		2. Menyukai penggunaan	35
5	Minat Menggunakan (Deananda et al., 2020)	1. Intensitas Penggunaan aplikasi	36
		2. Penawaran yang diberikan	37

		3. Niat penggunaan di masa depan	38-41
		4. Rekomendasi kepada orang lain	42
		5. Kenyamanan, kesenangan, dan kepuasan terhadap aplikasi	43

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan ketepatan ataupun kecermatan dalam instrument pengukuran (Nugraheni, 2018). Sedangkan menurut Wahyuni (2014) Uji validitas yaitu uji yang dipakai untuk menunjukan sejauh mana alat ukur yang digunakan dalam mengukur sesuatu. Uji validitas merupakan suatu alat ukur yang digunakan untuk mengukur sah dan tidaknya suatu kuesioner menurut Ghazali (2009) dalam (Wahyuni, 2014). Suatu kuesioner akan dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan suatu nilai yang sesuai pada nilai yang sudah ditetapkan. Dalam penentuan layak atau sahnya suatu pertanyaan yang akan digunakan, maka akan dilakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikansi 0.05, artinya suatu pertanyaan akan dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total. Atau jika $r \text{ hitung} \geq r \text{ table } 0.05$ maka instrument atau pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).

Berikut merupakan hasil uji validitas pada penelitian ini:

a. Pengetahuan Keuangan Syariah(X1)

Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas Pengetahuan keuangan syariah

No Pertanyaan	Hasil Uji Validitas	Measure	S.E.Measure	Infit	Outfit
1	0.867	2.322	0.568	1.186	2.064
2	0.967	3.922	1.034	1.146	5.208
3	0.967	3.922	1.034	0.969	0.463
4	0.900	2.682	0.636	1.045	1.975
5	0.933	3.158	0.755	0.998	0.684

6	0.867	2.322	0.568	0.866	0.539
7	0.533	0.217	0.417	0.756	0.724
8	0.667	0.931	0.432	0.837	0.709
9	0.933	3.158	0.755	0.995	0.622
10	0.967	3.922	1.034	1.068	0.931
11	0.900	2.682	0.636	1.079	2.015
12	0.633	0.747	0.426	0.865	0.735
13	0.533	0.217	0.417	0.739	0.694
14	0.633	0.747	0.426	1.213	1.348
15	0.900	2682	0.636	1.092	0.975
16	0.767	1535	0.471	1.109	0.984
17	0.933	3158	0.755	1.082	2.641
18	0.700	1121	0.442	0.990	0.792
19	1.233	3157	0.755	1.071	2.095
20	0.533	12.925	2.094	2.417	0.130

Sumber: Data Primer yang diolah (2022)

b. Persepsi Kegunaan(X2)

Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Persepsi Kegunaan

No Pertanyaan	item-rest correlation	If item dropped	
		Cronbach's	McDonald's
1	0.703	0.938	0.939
2	0.837	0.923	0.924
3	0.827	0.924	0.926
4	0.819	0.926	0.926
5	0.849	0.921	0.923
6	0.852	0.921	0.922

Sumber: Data Primer yang diolah (2022)

c. Persepsi Kemudahan Penggunaan(X3)

Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Persepsi Kemudahan Penggunaan

No Pertanyaan	item-rest correlation	If item dropped	
		Cronbach's	McDonald's
1	0.905	0.914	0.927
2	0.900	0.915	0.929
3	0.767	0.949	0.951
4	0.842	0.929	0.939
5	0.853	0.926	0.926

Sumber: Data Primer yang diolah (2022)

d. Persepsi Sikap Penggunaan(X4)

Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas Persepsi

No Pertanyaan	item-rest correlation	If item dropped	
		Cronbach's	McDonald's
1	0.710	0.913	0.921
2	0.865	0.862	0.881
3	0.863	0.861	0.880
4	0.793	0.896	0.899

Sumber: Data Primer yang diolah (2022)

e. Minat Menggunakan(Y)

Tabel 3. 6 Hasil Uji Validitas Minat Menggunakan

No Pertanyaan	item-rest correlation	If item dropped	
		Cronbach's	McDonald's
1	0.823	0.955	0.959
2	0.900	0.948	0.952
3	0.886	0.948	0.955
4	0.862	0.951	0.956
5	0.911	0.944	0.951
6	0.881	0.951	0.955
7	0.881	0.961	0.964
8	0.835	0.964	0.967

Sumber: Data Primer yang diolah (2022)

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas yaitu konsistensi dari serangkaian pengukuran atau serangkaian alat ukur (Wahyuni, 2014). Reliabilitas tidak sama dengan validitas. Artinya yaitu pengukuran yang dapat diandalkan akan mengukur secara konsisten, namun belum tentu mengukur apa yang seharusnya diukur. Dalam penelitian, uji reliabilitas adalah sejauh mana pengukuran dari suatu tes akan tetap konsisten setelah dilakukan berulang-ulang terhadap subjek dengan kondisi yang sama. Adapun

nilai standar dari uji reliabilitas yaitu Jika nilai $\alpha > 0.7$ artinya reliabilitas mencukupi (sufficient reliability) sementara jika $\alpha > 0.80$ ini mensugestikan seluruh item reliabel dan seluruh tes secara konsisten memiliki reliabilitas yang kuat (Wahyuni, 2014).

Berikut merupakan uji reliabilitas pada penelitian ini:

a. Pengetahuan Keuangan Syariah(X1)

Tabel 3. 7 Hasil Uji Reliabilitas Pengetahuan Keuangan Syariah

Model Fit	
	Person Reliability
scale	0.737

Sumber: Data primer yang diolah (2022)

b. Persepsi Kegunaan(X2)

Tabel 3. 8 Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Kegunaan

	Mean	SD	Cronbach's	McDonald's
scale	7.99	1.58	0.937	0.38

Sumber: Data primer yang diolah (2022)

c. Persepsi Kemudahan Penggunaan(X3)

Tabel 3. 9 Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Kemudahan Penggunaan

	Mean	SD	Cronbach's	McDonald's
scale	7.92	1.53	0.940	0.948

Sumber: Data primer yang diolah (2022)

d. Persepsi Sikap Kegunaan (X4)

Tabel 3. 10 Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Sikap Kegunaan

	Mean	SD	Cronbach's	McDonald's
scale	8.92	1.46	0.910	0.918

Sumber: Data primer yang diolah (2022)

e. Minat Menggunakan(Y)

Tabel 3. 11 Hasil Uji Reliabilitas Minat Menggunakan

	Mean	SD	Cronbach's	McDonald's
scale	7.42	1.78	0.958	0.962

Sumber: Data primer yang diolah (2022)

H. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang akan dilakukan oleh peneliti dalam mengolah data yaitu dengan menggunakan model Analisis Regresi Linear Berganda, model ini yaitu persamaan yang menjelaskan hubungan dua atau lebih variabel bebas atau variabel X dengan satu variabel terikat atau variabel Y. Tujuan uji regresi linear berganda yaitu untuk memprediksi nilai variabel terikat (variabel Y) jika variabel-variabel bebasnya diketahui. Serta untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara persepsi pengetahuan keuangan syariah (X1), persepsi kegunaan (X2), kemudahan Penggunaan (X3), dan sikap penggunaan(X4) terhadap minat berinvestasi emas di Pegadaian Digital (Variabel Y) pada masyarakat khususnya Generasi Z yang berdomisili di Yogyakarta. Dalam penelitian ini data akan diolah menggunakan teknik analisis jalur menggunakan *software* Jamovi.

1. Analisis Jalur (*Analysis Path*)

Analisis Jalur ialah suatu teknik untuk menganalisis adanya hubungan sebab akibat yang terjadi pada regresi berganda jika variabel bebasnya mempengaruhi variabel tergantung tidak hanya secara langsung tetapi juga secara tidak langsung (Sarwono, 2011).

Menurut Sarwono (2011) tujuan menggunakan analisis jalur(*analysis path*) yaitu sebagai berikut:

1. Mengetahui hubungan antar variabel yang didasarkan pada model apriori

2. Menjelaskan mengapa antar variabel berkorelasi dengan menggunakan persamaan yang mendasarinya
3. Menggambar dan menguji suatu model matematis dengan persamaan yang mendasarinya
4. Mengidentifikasi jalur penyebab suatu variabel terhadap variabel yang terpengaruh
5. Menghitung besarnya pengaruh satu variabel independent(exogenous) terhadap variabel dependen(endogen).

Menurut Sarwono (2011) tahapan-tahapan dalam melakukan analisis path yaitu:

1. Merancang model didasarkan pada teori
2. Model yang dihipotesiskan
3. Menentukan model diagram jalur berdasar pada variabel-variabel yang digunakan
4. Membuat diagram jalur
5. Membuat persamaan struktural
6. Melakukan prosedur analisis jalur dengan langkah-langkah di bawah ini:
 - a. Menghitung matriks korelasi antar variabel bebas dengan variabel tergantung
 - b. Menghitung matriks invers R
 - c. Menghitung Koefisien Jalur
 - d. Menghitung koefisien determinasi atau R^2

2. Goodness of Fit Model (Uji Kesesuaian Model)

Menurut Haryono (2016) *Structural Equation Modeling* (SEM) didalamnya tidak terdapat ukuran tunggal untuk menguji hipotesis mengenai model, maka diperlukan beberapa jenis fit indeks untuk mengukur derajat kesesuaian model. Jenis fit indeksnya antara lain: *Chi-square*, *cmin/df*, *The Root Mean square Residual (RMR)*,

Goodness of Fit Index (GFI), *Adjust Goodness of Fit Index (AGFI)*, *Parsimony Goodness of Fit Index (PGFI)*, *Normed Fit Index NFI*, *Relative Fit Index (RFI)*, dan *Incremental Fit Index (IFI)*. Untuk mengukur kebenaran model yang diajukan, maka harus dilakukan pengujian terhadap beberapa fit index. Pendugaan parameter dan pengujian hipotesis dalam SEM dapat dilakukan apabila asumsi terhadap data telah terpenuhi. Table 3.4 yaitu beberapa indeks kesesuaian dan *cut off value*-nya untuk digunakan dalam menguji apakah sebuah model dapat diterima atau tidak.

Goodness of Fits Indices	Cut-off Value
Absolute Fit Indices	
Chi Square	Semakin kecil semakin baik
RMSR	<0.05
GFI	>0.90
RMSEA	$0.05 < RMSEA < 0.08$
Incremental Fit Indices	
AGFI	>0.90
CFI	>0.90
RFI	>0.90
IFI	>0.90
TLI	>0.90

Tabel 3. 12 Tabel Indeks Kesesuaian dan Cut Off

3. Uji R-Square

Pada tahapan ini dilakukan dengan mengevaluasi nilai R^2 (*coefficient of determination*). Pada penelitian *structural* diawali dengan melihat nilai *R-square* untuk setiap nilai pada variable endogen sebagai kekuatan prediksi pada model *structural*. Adapun standar pengukuran berkisar antara 0,67 yang berarti variable tersebut kuat, selanjutnya 0,33 moderat dan nilai dibawah 0,19 menunjukan tingkat varian yang lemah.

4. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk membuktikan hipotesis akan diterima atau ditolak, uji hipotesis terdiri dari uji simultan (uji F-hitung), uji parsial (uji t), dan koefisien determinasi R^2 .

a. Uji Simultan (uji F-hitung)

Uji simultan (uji statistik F) merupakan uji yang menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Dasar pengambilan keputusan ialah hipotesis akan diterima apabila nilai probabilitas tingkat kesalahan F atau *p-value* lebih kecil dari taraf signifikansi tertentu (taraf signifikansi 5%).

b. Uji Parsial (uji t)

Uji Parsial digunakan untuk mengetahui apakah variabel X berpengaruh terhadap variabel Y. Dasar pengambilan keputusan akan diterima apabila nilai probabilitas tingkat kesalahan t atau *p value* lebih kecil dari taraf signifikansi tertentu (taraf signifikansi 5%).

5. Varians dan Kovarians

- a. Variansi (*varians*) yaitu tahapan penyebaran data pada variable acak. nilai-nilai x cenderung terkonsentrasi di dekat rataannya, maka

variansinya kecil. Sedangkan jika jauh dari rata-rata maka variansinya besar.

b. Kovarians

Kovariansi antara dua peubah acak menunjukkan sifat asosiasi (hubungan) antara keduanya. Jika kedua peubah tersebut bergerak ke arah yang sama (X membesar dan Y membesar) maka hasil kali $(X - \mu_x)(Y - \mu_y)$ cenderung bernilai positif; Jika bergerak ke arah berlawanan (X membesar dan Y mengecil), maka hasil kali $(X - \mu_x)(Y - \mu_y)$ cenderung akan bernilai negatif. Tanda kovariansi (+ atau -) menunjukkan apakah hubungan antara kedua peubah acak positif atau negatif

6. *Defined Parameter*

Parameter merupakan ukuran seluruh populasi penelitian yang harus diperkirakan. Parameter juga merupakan indikator dari suatu distribusi hasil pengukuran. Keterangan informasi yang dapat menjelaskan batas-batas atau bagian-bagian tertentu dari suatu sistem. Suatu parameter didefinisikan, terukur dan konstan atau variabel karakteristik, dimensi, properti, atau nilai dari sekumpulan data (populasi) karena dianggap penting untuk memahami situasi (dalam memecahkan masalah). Sebagai perbandingan parameter menetapkan batas eksternal situasi tetapi tidak membantu dalam menilai, dan statistik adalah ukuran sampel dan bukan dari populasi.

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Demografi

1. Sejarah Pegadaian

Terbentuknya pegadaian karena adanya beberapa alasan seperti untuk mencegah ijon, rentenir, dan pinjaman tidak wajar lainnya, untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat kecil, untuk mendukung program pemerintah di bidang ekonomi dan pembangunan nasional. Pada tahun 1746 Sejarah Pegadaian dimulai saat VOC mendirikan Bank Van Leening sebagai lembaga keuangan yang memberikan kredit dengan sistem gadai. Kemudian pada tahun 1811 Pemerintah Inggris mengambil alih dan membubarkan Bank Van Leening, masyarakat di beri keleluasaan mendirikan usaha pegadaian. Selanjutnya pada tahun 1901 Didirikan Pegadaian negara pertama di Sukabumi (Jawa Barat pada tanggal 1 April 1901), kemudian pada tahun 1905 Pegadaian berbentuk lembaga resmi "JAWATAN", Bentuk badan hukum berubah "JAWATAN" ke "PN" berdasarkan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-undang (Perpu) No. 19 Tahun 1960 Jo Peraturan Pemerintah (PP) No. 178 Tahun 1961 perubahan tersebut terjadi pada tahun 1961. Pada tahun 1969 Bentuk badan hukum berubah dari "PN" ke "PERJAN" berdasarkan Peraturan Pemerintah (PP)

No. 7 Tahun 1969. Pada tahun 1990 Bentuk badan hukum berubah dari "PERJAN" ke "PERUM" berdasarkan Peraturan Pemerintah (PP) No. 10 Tahun 1990 yang diperbarui dengan Peraturan Pemerintah (PP) No. 103 Tahun 2000.

Selanjutnya pada tanggal 2012 Bentuk badan hukum berubah dari "PERUM" ke "PERSERO" pada tanggal 1 April 2012 berdasarkan Peraturan Pemerintah (PP) No. 51 Tahun 2011. Pada tahun 2021 Bentuk badan hukum berubah dari "PERSERO" ke "PERSEROAN TERBATAS" pada tanggal 23 September 2021 berdasarkan Peraturan Pemerintah (PP) No. 73 Tahun 2021 (Pegadaian, 2022). Adapun visi misi pegadaian sebagai berikut:

2. Visi, Misi, dan Budaya Perusahaan

Visi

Menjadi The Most Valuable Financial Company di Indonesia dan sebagai Agen Inklusi Keuangan Pilihan Utama Masyarakat.

Misi

1. Memberikan manfaat dan keuntungan optimal bagi seluruh stakeholder dengan mengembangkan bisnis inti.
2. Memperluas jangkauan layanan UMKM melalui sinergi Ultra Mikro untuk meningkatkan proposisi nilai ke nasabah dan stakeholder.
3. Memberikan *service excellence* dengan fokus nasabah melalui:
 - Bisnis proses yang lebih sederhana dan digital
 - Teknologi informasi yang handak dan mutakhir
 - Prakter manajemen risiko yang kokoh
 - SDM yang profesional berbudaya kinerja baik

Budaya Perusahaan

Untuk mendukung terwujudnya visi dan misi Perseroan, maka telah ditetapkan budaya perusahaan yang harus selalu dipelajari,

dipahami, dihayati, dan dilaksanakan oleh seluruh insan Pegadaian yaitu jiwa AKHLAK yang terdiri dari: Amanah, Kompeten, Harmonis, Loyal, Adaptif dan Kolaboratif.

3. Produk dan layanan yang terdapat di pegadaian

1. Pinjaman Gadai

- Gadai Emas
- Gadai Non Emas
- Gadai Kendaraan
- Gadai Tabungan Emas
- Gadai Angsuran Emas
- Gadai Efek
- Gadai Emas Syariah
- Gadai Non Emas Syariah
- Gadai Kendaraan Syariah
- Gadai Tabungan Emas Syariah
- Gadai Angsuran Emas Syariah
- Pembiayaan Porsi Haji
- Pembiayaan Wisata Religi

2. Pinjaman Non Gadai

- Pinjaman Usaha
- Pinjaman Usaha Syariah
- Pinjaman Serbaguna
- Cicil Kendaraan
- Cicil Emas
- Cicil Emas Arisan
- Cicil EmasKu
- Gadai Sertifikat

3. Layanan Jasa

- Tabungan Emas
- Jasa Kirim dan Terima Uang

- Jasa Pembayaran Online
- Jasa Sertifikasi
- Jasa Taksiran
- Jasa Titipan
- Safe deposit Box

4. Kerjasama

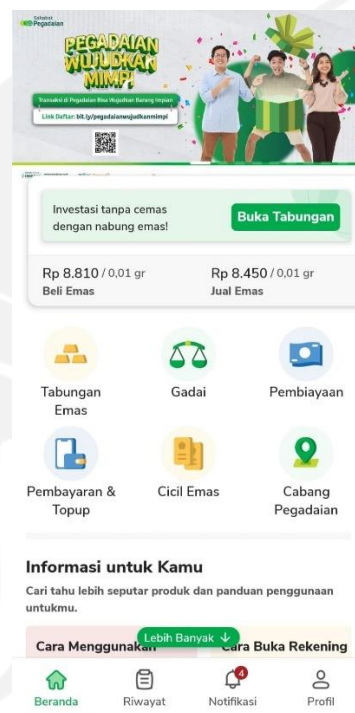
- Digital
- Pengajuan Kredit Instansi

4. Aplikasi Pegadaian Digital

Aplikasi Pegadaian Digital Service merupakan layanan digital berupa aplikasi berbasis web atau mobile yang diluncurkan oleh PT. Pegadaian guna memudahkan nasabah dan calon nasabah dalam bertransaksi dengan Pegadaian tanpa harus datang ke outlet Pegadaian. Aplikasi layanan digital pegadaian dapat memberikan pelayanan kepada pelanggan untuk mendapatkan informasi yang lebih jelas dari produk-produk yang ada di dalam aplikasi.

Agar dapat mengakses Pegadaian digital calon nasabah diharuskan membuat akun terlebih dahulu, kemudian mengikuti tahap-tahap yang diinstruksikan oleh aplikasi selanjutnya dapat *login* kedalam beranda PSD dan memulai transaksi. Pegadaian Digital memiliki berbagai fitur diantaranya: Pendaftaran sebagai nasabah, pemantauan data nasabah, melakukan pembayaran rahn, pembayaran mikro, pembukaan tabungan emas, mengetahui harga logam mulia, mem-*booking* gadai. Berikut merupakan tampilan fitur-fitur untuk berinvestasi emas pada pegadaian digital:

Gambar 4. 1 Gambar Beranda Aplikasi Pegadaian Digital



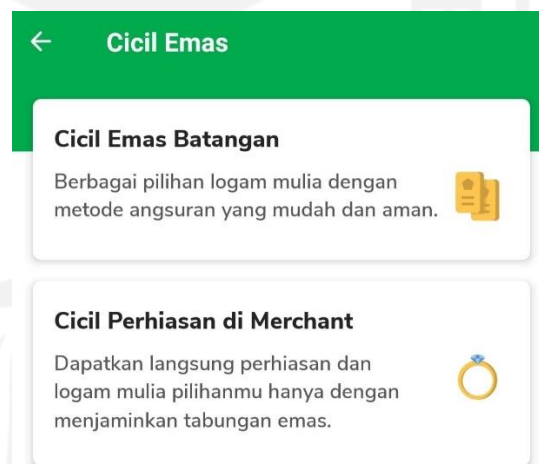
Sumber: Pegadaian (2022)

Gambar 4. 2 Gambar Fitur Tabungan Emas pada Aplikasi Pegadaian Digital



Sumber: Pegadaian (2022)

Gambar 4. 3 Gambar Fitur Cicil Emas pada Aplikasi Pegadaian Digital



Sumber: Pegadaian(2022)

B. Gambaran Umum Responden

Deskripsi responden digunakan untuk mengidentifikasi karakteristik responden yang telah ditentukan dalam penelitian yaitu meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, pendapatan

perbulan, aplikasi pegadaian digital yang digunakan, lama penggunaan aplikasi pegadaian digital. Berdasarkan hasil jawaban responden atas kuisisioner yang telah diberikan, deskripsi responden bertujuan untuk memberikan gambaran umum yang menjadi sampel dalam penelitian ini. Data yang dianalisis akan sesuai dengan pokok permasalahan dan hipotesis yang telah dijelaskan sebelumnya. Hasil pengolahan data berupa informasi yang digunakan untuk mengetahui dan menganalisis apakah sesuai dengan hipotesis yang dijelaskan sebelumnya pada Bab II.

1. Hasil Pengumpulan Data

Populasi dalam penelitian ini yaitu masyarakat provinsi D.I Yogyakarta berusia minimal 17 tahun yang telah memiliki KTP (Kartu Tanda Penduduk), berdomisi Yogyakarta, dan mengetahui tentang investasi emas. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data yaitu dengan membagikan kuisisioner dengan *Google Form* melalui media sosial seperti Instagram, WhatsApp. Penyebaran kuisisioner dimulai pada tanggal 6 Oktober 2022 pada pukul 09:52 WIB dan penutupan pengisian kuisisioner dilakukan pada tanggal 11 Oktober 2022 pukul 00:52 WIB. Total responden yang diperoleh dari penyebaran kuisisioner tersebut yaitu sebanyak 117 responden.

2. Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini dikelompokkan dalam beberapa kategori seperti, jenis kelamin, kelompok usia, pendidikan terakhir, domisili berdasarkan kabupaten di D.I Yogyakarta, jenis pekerjaan, pendapatan/penghasilan rata-rata perbulan.

1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan jenis kelamin responden terdiri dari 2 (dua) kategori, yaitu Laki-laki dan Perempuan. Data yang diperoleh oleh peneliti dari hasil penyebaran kuisisioner *online* berdasarkan jenis kelamin responden dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4. 1 Klarifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Prosentase (%)
1	Laki-laki	35	29,90%
2	Perempuan	82	70,10%
Total		117	100

Sumber: Data primer yang diolah (2022)

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa jumlah responden didominasi oleh jenis kelamin perempuan dengan jumlah 82 responden atau prosentase 70,1% dari total responden keseluruhan. Sisanya responden laki-laki sebanyak 35 atau dengan prosentase 29,9 % dari total keseluruhan yaitu 117.

1.2 Usia

Data berdasarkan kelompok usia dapat dilihat pada tabel 4.2 di bawah ini:

Tabel 4. 2 Klarifikasi Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Prosentase (%)
1	17- 19 Tahun	2	1,80%
2	20 - 22 Tahun	83	71,00%
3	23 - 25 Tahun	32	27,40%
Total		117	100

Sumber: Data Primer yang diolah (2022)

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa usia responden responden dalam penelitian didominasi oleh rentang usia 20 tahun hingga 22 tahun yaitu sebanyak 83 responden dengan prosentase 71 %. selanjutnya didominasi oleh rentang usia 23-25 Tahun yaitu sebanyak 32 responden dengan prosentase 27,40 %. Kemudian rentang usia 17 sampai 19 tahun hanya sebanyak 2 responden atau 1,8 % prosentase. Sehingga dapat disimpulkan responden dalam penelitian ini mayoritas berusia 20 sampai 22 tahun dengan prosentase 71 % dari total 117 responden.

1.3 Pendidikan Terakhir

Data berdasarkan klasifikasi pendidikan terakhir responden dalam penelitian ini ada sebagai berikut:

Tabel 4. 3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah	Prosentase (%)
1	SMA/SMK/MA/Sederajat	64	54,70%
2	Diploma 1/2/3	2	1,70%
3	S1	50	42,70%
4	S2	1	0,90%
Total		117	100%

Sumber: Data Primer yang diolah (2022)

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa pendidikan terakhir responden dalam penelitian didominasi oleh SMA/SMK/MA/Sederajat yaitu sebanyak 64 responden dengan prosentase 54,70 %. selanjutnya disusul oleh pendidikan terakhir Strata 1 (S1) yaitu sebanyak 50 responden dengan prosentase 42,70 %. Kemudian pendidikan terakhir Diploma 1/2/3 hanya sebanyak 2 responden atau 1,7 % prosentase. Kemudian yang terakhir pendidikan yang terakhir S2 dengan jumlah 1 responden dengan prosentase sebesar 0,9 %. Sehingga dapat disimpulkan responden dalam penelitian ini mayoritas berpendidikan SMA/SMK/MA/Sederajat dengan prosentase 54,70 % dari total 117 responden.

1.4 Domisili

Data berdasarkan klasifikasi domisili responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

No	Domisili	Jumlah	Prosentase (%)
1	Sleman	82	70,10%
2	Yogyakarta	22	18,80%
3	Bantul	8	6,8%
4	Kulon Progo	3	2,60%

*Tabel 4. 4
Klasifikasi
Responsen*

5	Gunung Kidul	2	1,70%
Total		117	100%

Berdasarkan Domisili

Sumber: Data Primer yang diolah (2022)

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa domisili responden di Provinsi D.I Yogyakarta didominasi oleh kabupaten Sleman yaitu sebanyak 82 responden dengan prosentase 70,1 %. Selanjutnya disusul oleh Kabupaten Yogyakarta yaitu sebanyak 22 responden dengan prosentase 18,8 %. Kemudian domisili di Kabupaten Bantul sebanyak 8 responden dengan prosentase 6,8 %, selanjutnya Kabupaten Kulon Progo sebanyak 3 Responden dengan jumlah Prosentase 2,6%, dan yang terakhir yaitu kabupaten Gunung Kidul sebanyak 2 responden atau dengan prosentase 1,7 %. Sehingga dapat disimpulkan responden dalam penelitian ini mayoritas berdomisili di Kabupaten Sleman sebanyak 82 responden dari total keseluruhan.

1.5 Pekerjaan

Data berdasarkan klasifikasi domisili responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 5 Klasifikasi Responsen Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	Prosentase (%)
1	Mahasiswa/Pelajar	89	76,10%
2	Pegawai Swasta	8	6,80%
3	Pengusaha	1	0,90%
4	Lainnya	19	16,20%
Total		115	100%

Sumber: Data Primer yang diolah (2022)

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa pekerjaan responden didominasi oleh mahasiswa/pelajar sebanyak 89 responden dengan prosentase 76,1%. selanjutnya pekerjaan dengan kategori lainya sebanyak 19 responden dengan prosentase 6,8%. Kemudian pekerjaan dengan kategori pegawai swasta sebanyak 8 responden dengan prosentase 7%, selanjutnya pekerjaan dengan kategori pengusaha sebanyak 1 responden dengan prosentase 0,9 %. Sehingga dapat disimpulkan responden dalam penelitian ini mayoritas pekerjaan sebagai mahasiswa/pelajar dengan responden sebanyak 89 dari total keseluruhan.

1.6 Pendapatan/Penghasilan

Data berdasarkan klasifikasi pendapatan/penghasilan responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 6 Klasifikasi Responsen Berdasarkan Pekerjaan

No	Pendapatan/Penghasilan	Jumlah	Prosentase (%)
1	<Rp 1.000.000	47	40,20%
2	Rp 1.000.001 - Rp 1.500.000	30	25,60%
3	Rp 1.500.001 - Rp 2.500.000	22	18,8%
4	Rp 2.500.001 - Rp 4.000.000	12	10,30%
5	>Rp 4.000.000	6	5,10%
Total		117	100%

Sumber: Data Primer yang diolah (2022)

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa pendapatan/penghasilan responden yang didapatkan selama satu bulan didominasi dengan pendapatan kurang dari Rp 1.000.000 sebanyak 47 responden dengan prosentase 40,2 %, kemudian pendapatan dengan pendapatan rentang dari Rp 1.000.000 sampai Rp 1.500.000 dengan 30 responden dengan prosentase 25,6 %. Kemudian pendapatan Rp 1.500.000 sampai Rp

2.500.000 sebanyak 22 responden dengan prosentase 18,8 %. Pendapatan dengan Rp 2.500.000 sampai Rp 4.000.000 memiliki 12 responden dengan prosentase 10,30 %. Kemudian yang terakhir pendapatan lebih dari Rp 4.000.000 perbulan sebanyak 6 responden dengan prosentase 5,1 %. Sehingga dapat disimpulkan responden dalam penelitian ini mayoritas memiliki pendapatan kurang dari Rp 1.000.000 sebanyak 47 responden dari total keseluruhan.

1.7 Sudah menjadi Investor emas di Pegadaian Digital

Data berdasarkan klasifikasi responden yang telah menjadi investor di aplikasi Pegadaian Digital dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 7 Klasifikasi Responen Yang Sudah Menjadi Investor Pegadaian Digital

No	Sudah menjad investor emas di Pegadaian Digital	Jumlah	Prosentase (%)
1	Iya	12	10,30%
2	Belum	105	89,70%
Total		117	100

Sumber: Data Primer yang diolah (2022)

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa responden yang sudah menjadi investor emas di pegadaian digital didominasi oleh responden yang belum menjadi investor sebanyak 105 responden dengan prosentase 89,7 %. Kemudian responden yang sudah menjadi investor di pegadaian digital yaitu sebanyak 12 dari total keseluruhan responden.

1.8 Investasi Emas selain di Pegadaian Digital

Data berdasarkan klasifikasi responden yang berinvestasi emas selain di aplikasi Pegadaian Digital dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 8 Klasifikasi Investasi Emas Selain di Pegadaian Digital

No	Investasi emas selain di Pegadaian Digital	Jumlah	Prosentase (%)
1	Iya	28	23,90%
2	Tidak	89	76,10%
Total		117	100

Sumber: Data Primer yang diolah (2022)

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa responden yang berinvestasi selain di pegadaian yaitu sebanyak 28 responden dengan prosentase 23,9 %. Sedangkan responden yang tidak berinvestasi selain di pegadaian digital yaitu sebanyak 89 dari total keseluruhan.

1.9 Jenis Investasi Emas di Pegadaian Digital

Data berdasarkan klasifikasi jenis investasi emas yang telah atau akan dipilih pada aplikasi Pegadaian Digital dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 9 Klasifikasi Investasi Emas di Pegadaian Digital

No	Pilihan Jenis Investasi	Jumlah	Prosentase (%)
1	Tabungan Emas	108	92,30%
2	Cicil Emas	22	18,80%
3	Cicil Emas Arisan	2	2%
4	Cicil EmasKu	2	1,70%
Total		134	115%

Sumber: Data Primer yang diolah (2022)

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui jenis investasi emas yang telah atau akan dipilih yaitu tabungan emas dengan jumlah 108 responden atau sebanyak 92,3 %. Sedangkan jenis

investasi cicil emas yang telah atau akan dipilih yaitu sebanyak 22 responden atau sebanyak 18,8 %. Kemudian jenis investasi paling minim yang akan atau telah dipilih yaitu cicil emas arisan dan cicil emasKu dengan masing-masing 2 responden pada setiap jenis investasinya.

1.10 Pengeluaran Rutin Setiap Bulan

Data berdasarkan pengeluaran rutin setiap bulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 10 Klasifikasi Responden berdasarkan pengeluaran rutin setiap bulannya

No	Pengeluaran rutin setiap bulan	Jumlah	Prosentase (%)
1	<Rp 1.000.000	44	37,60%
2	Rp 1.000.001 - Rp 1.500.000	44	37,60%
3	Rp 1.500.001 - Rp 2.500.000	25	21%
4	Rp 2.500.001 - Rp 4.000.000	4	3,40%
Total		117	100%

Sumber: Data Primer yang diolah (2022)

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa Pengeluaran rutin responden setiap bulannya didominasi dengan jumlah pengeluaran pada rentan kurang dari Rp 1.000.000 dan Rp 1.000-001 sampai Rp 1.500.000 sebanyak masing-masing 44 responden dengan prosentasi 37,6 %. Selanjutnya pengeluaran pada rentang Rp 1.500.001 sampai Rp 2.500,000 dengan jumlah 25 responden dengan prosentase 21 %. Sisanya sebanyak 3,4 % dari total responden memiliki pengeluaran rutin setiap bulannya pada rentang Rp 2.500.001 sampai Rp 4.000.000.

1.11 Besarnya Investasi Emas

Data berdasarkan besarnya investasi emas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 11 Klasifikasi Responsen berdasarkan Besarnya Investasi Emas

No	Besarnya Investasi Emas	Jumlah	Prosentase (%)
1	<1 gram	22	18,80%
2	1-10 gram	84	71,80%
3	10-25 gram	6	5%
4	>25 gram	5	4,30%
Total		117	100%

Sumber: Data Primer yang diolah (2022)

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa besarnya investasi emas yang akan atau telah dipilih aplikasi pegadaian digital didominasi dengan rentang berat 1 sampai 10 gram sebanyak 84 responden dengan prosentase 71,8 %. Kemudian besarnya investasi emas pada rentang berat 10 sampai 25 gram sebanyak 6 responden. Dan yang terakhir besarnya investasi emas dengan berat lebih dari 25 gram sebanyak 5 responden dari total keseluruhan. Sehingga dapat disimpulkan responden dalam penelitian ini mayoritas memilih besarnya investasi emas dalam rentang berat 1 sampai 10 gram dengan jumlah 84 responden dari total keseluruhan.

1.12 Frekuensi Transaksi Emas

Data berdasarkan frekuensi transaksi emas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 12 Klasifikasi Responsen Berdasarkan Frekuensi Transaksi Emas

No	Frekuensi Transaksi Emas	Jumlah	Prosentase (%)
1	Setiap hari	3	2,60%
2	Sekali dalam seminggu	12	10,30%
3	Sekali dalam sebulan	49	42%

4	Pada saat tertentu	53	45,30%
Total		117	100%

Sumber: Data Primer yang diolah (2022)

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui frekuensi transaksi emas yang akan atau telah dipilih oleh responden didominasi dengan frekuensi pada saat tertentu sebanyak 53 responden dengan prosentase 45,3 %. Selanjutnya frekuensi transaksi emas dengan kategori sekali dalam sebulan sebanyak 49 responden. Frekuensi emas dengan kategori sekali dalam seminggu dengan prosentase 10,3 % atau sebanyak 12 responden. Sisanya sebanyak 3 responden memilih frekuensi transaksi emas dengan kategori setiap hari.

1.13 Aplikasi yang akan dipilih Responden untuk Berinvestasi

Data berdasarkan aplikasi yang akan dipilih responden untuk berinvestasi emas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 13 Klasifikasi Responsen berdasarkan Aplikasi yang digunakan Responden

No	Aplikasi yang akan digunakan responden untuk berinvestasi emas	Jumlah	Prosentase (%)
1	Pegadaian Digital	51	43,60%
2	Shopee	35	29,90%
3	Bukalapak	6	5%
4	Dana Emas	40	34%
5	Tokopedia	22	19%
4	Pluang	8	6,80%
Total		162	138%

Sumber: Data Primer yang diolah (2022)

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa jenis aplikasi yang akan dipilih untuk berinvestasi emas pada penelitian ini didominasi pada aplikasi Pegadaian Digital sebanyak 51 responden dengan prosentase 46,3 %. Kemudian

sebesar 29,9 % responden memilih aplikasi shopee. Kemudian pada aplikasi bukalapak sebanyak 6 responden, lalu pada aplikasi dana emas sebanyak 40 responden, selanjutnya pada aplikasi Tokopedia sebanyak 22 responden, kemudian yang terakhir pada aplikasi Pluang dengan prosentase 6,8 % dari total keseluruhan.

C. Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Tema dalam penelitian ini yaitu untuk menganalisis *Technology Acceptance Model* atau penerimaan teknologi dalam penggunaan layanan aplikasi pegadaian digital untuk pembayaran investasi emas melalui produk tabungan emas yang dilakukan oleh investor emas di Provinsi D.I. Yogyakarta. Penelitian ini membahas faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan teknologi platform digital menggunakan teori *Technology Acceptance Model* dengan beberapa variabel diantaranya Pengetahuan Keuangan Syariah, *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Attitude toward Using Technology*, *Intention to use*. Penelitian ini memperoleh data dengan cara penyebaran angket kuisioner dalam bentuk Google Form kepada generasi Z yang terdapat di Provinsi D.I Yogyakarta. Kuesioner disebar melalui berbagai platform media social seperti Instagram, WhatsApp, dan media social lainnya. Berikut ini merupakan pemaparan mengenai profil yang bertindak sebagai responden dalam penelitian ini.

]variabel diantaranya Pengetahuan Keuangan Syariah (X1), *Perceived Usefulness*(X2), *Perceived Ease of Use*(X3), *Attitude toward Using Technology*(X4), dan *Intention to use*(Y) sebagai variabel dependen. Kuesioner ini disebarkan kepada responden yang memenuhi kriteria sampel. Dari hasil pengumpulan sampel kuesioner ini memperoleh data sebanyak 117 responden.

Tabel 4. 14 Hasil Analisis Deskriptif

Keterangan	N	Minimum	Maksimum	Mean	Median	Std. Deviation
Pengetahuan Keuangan Syariah	117	10	20	16	16	2.33
Persepsi Kegunaan	117	5	10	8.10	8	1.35
Persepsi Kemudahan Penggunaan	117	4	10	7.91	8	1.38
Persepsi Sikap Penggunaan	117	5	10	8.37	9	1.21
Minat Menggunakan	117	3	10	7.67	8	1.56

Berdasarkan tabel 4.14 total data responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah 117 reponden yang disajikan dalam nilai N. pada data nilai minimum menunjukkan nilai terkecil, data nilai maximum menunjukkan nilai terbesar, dan *mean* menunjukkan nilai rata-rata pada setiap variabel, sedangkan nilai standar deviasi digunakan untuk mengukur jumlah variasi ataupun sebaran jumlah set nilai data variabel.

Variabel pengetahuan keuangan syariah untuk analisis deskriptif dilakukan klasifikasi respon berdasarkan estimasi interval, menggunakan rumus:

$$\mu - Z (1/2 \alpha).(SD/\sqrt{n}) \leq x \leq \mu + Z (1/2 \alpha).(SD/\sqrt{n})$$

Keterangan:

μ = mean teoritis

$Z (1/2 \alpha)$ = nilai Z normal tabel

SD = standar deviasi

n = banyaknya kasus

Berdasarkan rumus di atas dapat dihitung estimasi interval nya adalah sebagai berikut:

$$\mu - Z (1/2 \alpha).(SD/\sqrt{n}) \leq x \leq \mu + Z (1/2 \alpha).(SD/\sqrt{n})$$

$$16 - (1.96).(2.33/\sqrt{117}) \leq x \leq 16 + (1.96).(2.33/\sqrt{117})$$

$$15,58 \leq x \leq 16,42$$

Sehingga estimasi interval dikategorikan sebagai berikut:

Rendah = $x < 15,58$

Sedang = $15,58 \leq x \leq 16,42$

Tinggi = $x > 16,42$

Tabel 4. 15 Klasifikasi responden

Kategori	Jumlah Responden	Prosentase (%)
Rendah	52	44.4
Sedang	22	18.8
Tinggi	43	36.8
Total	117	100

Berdasarkan tabel 4.15 dapat diketahui klasifikasi responden atas variabel pengetahuan keuangan syariah, kategori rendah sebanyak 52 responden atau 44,4 %. Kategori sedang sebanyak 22 responden atau 18,8 %. Kemudian untuk kategori tinggi sebanyak 43 responden atau sebanyak 36,8 % dari total keseluruhan. Hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan keuangan syariah yang dimiliki oleh keseluruhan responden cenderung rendah. Berdasarkan data tersebut dapat diidentifikasi bahwa rata-rata keseluruhan pada variabel pengetahuan keuangan syariah berada pada tingkatan rendah, peneliti berasumsi bahwa hal tersebut disebabkan karena kurangnya pemahaman terkait pengetahuan keuangan Syariah. Standar deviasi memiliki nilai sebesar 2,33 menunjukkan jumlah yang lebih kecil dibandingkan dengan rata-rata keseluruhan yaitu 16. Hal ini menandakan bahwa data yang digunakan pada variabel pengetahuan keuangan syariah memiliki sebaran kecil(bersifat homogen). Maka dapat dikatakan bahwa data tersebut tidak menunjukkan simpangan yang besar.

Persepsi kegunaan terdiri dari 6 pertanyaan dengan jawaban pilihan jawaban 1 sampai 10 menggunakan skala kontinyu, jika memilih 10 berarti menandakan sangat setuju dan apabila memilih angka 1 menandakan sangat tidak setuju. Dari tabel 2.14 dapat

diketahui bahwa persepsi kegunaan memiliki nilai minimum sebesar 5 yang berarti penilaian terendah dari seluruh responden yang memberikan jawaban atas persepsi kegunaan adalah bernilai 5. Nilai maksimum sebesar 10 yang berarti penilaian tertinggi dari seluruh responden yang memberikan jawaban atas persepsi kegunaan adalah bernilai 10. Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui tanggapan dari 117 responden rata-rata memiliki penilaian cukup tinggi terhadap persepsi kegunaan dengan nilai rata-rata seluruhnya 8,10 dan standar deviasi 1,35. Hal ini menunjukkan rata-rata responden menjawab “setuju” untuk persepsi kegunaan berdasarkan skala kuesioner, hal ini menandakan responden setuju bahwa persepsi kegunaan berpengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi pegadaian digital untuk berinvestasi emas, persepsi kegunaan sangat diperlukan dan dibutuhkan oleh masyarakat khususnya generasi Z karena dapat membantu meningkatkan kinerja dan produktivitas sehingga pekerjaan dapat terselesaikan dengan cepat.

Persepsi kemudahan penggunaan terdiri dari 5 pertanyaan dengan jawaban pilihan jawaban 1 sampai 10 menggunakan skala kontinyu, jika memilih 10 berarti menandakan sangat setuju dan apabila memilih angka 1 menandakan sangat tidak setuju. Dari tabel 2.14 dapat diketahui bahwa persepsi kemudahan penggunaan memiliki nilai minimum sebesar 4 yang berarti penilaian terendah dari seluruh responden yang memberikan jawaban atas persepsi kemudahan penggunaan adalah bernilai 4. Nilai maksimum sebesar 10 yang berarti penilaian tertinggi dari seluruh responden yang memberikan jawaban atas persepsi kemudahan penggunaan adalah bernilai 10. Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui tanggapan dari 117 responden rata-rata memiliki penilaian cukup tinggi terhadap persepsi kemudahan penggunaan dengan nilai rata-rata seluruhnya 7,91 dan standar deviasi 1,38. Hal ini menunjukkan rata-rata responden menjawab “setuju” untuk persepsi kemudahan penggunaan berdasarkan skala kuesioner, hal ini menandakan responden setuju bahwa persepsi kemudahan penggunaan

berpengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi pegadaian digital untuk berinvestasi emas, persepsi kemudahan penggunaan sangat membantu dalam memahami dan mengoperasikan teknologi.

Persepsi sikap penggunaan terdiri dari 4 pertanyaan dengan jawaban pilihan jawaban 1 sampai 10 menggunakan skala kontinyu, jika memilih 10 berarti menandakan sangat setuju dan apabila memilih angka 1 menandakan sangat tidak setuju. Dari tabel 2.14 dapat diketahui bahwa persepsi sikap penggunaan memiliki nilai minimum sebesar 5 yang berarti penilaian terendah dari seluruh responden yang memberikan jawaban atas persepsi sikap penggunaan adalah bernilai 5. Nilai maksimum sebesar 10 yang berarti penilaian tertinggi dari seluruh responden yang memberikan jawaban atas persepsi sikap penggunaan adalah bernilai 10. Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui tanggapan dari 117 responden rata-rata memiliki penilaian cukup tinggi terhadap persepsi sikap penggunaan dengan nilai rata-rata seluruhnya 8,37 dan standar deviasi 1,21. Hal ini menunjukkan rata-rata responden menjawab “setuju” untuk persepsi sikap penggunaan berdasarkan skala kuesioner, hal ini menandakan responden setuju bahwa persepsi sikap penggunaan berpengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi pegadaian digital untuk berinvestasi emas.

Minat menggunakan terdiri dari 8 pertanyaan dengan jawaban pilihan jawaban 1 sampai 10 menggunakan skala kontinyu, jika memilih 10 berarti menandakan sangat setuju dan apabila memilih angka 1 menandakan sangat tidak setuju. Dari tabel 2.14 dapat diketahui bahwa variabel minat menggunakan memiliki nilai minimum sebesar 3 yang berarti penilaian terendah dari seluruh responden yang memberikan jawaban atas minat menggunakan adalah bernilai 3. Nilai maksimum sebesar 10 yang berarti penilaian tertinggi dari seluruh responden yang memberikan jawaban atas minat menggunakan adalah bernilai 10. Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui tanggapan dari 117 responden rata-rata memiliki penilaian cukup tinggi terhadap minat

menggunakan dengan nilai rata-rata seluruhnya 7,67 dan standar deviasi 1,56. Hal ini menunjukkan rata-rata responden menjawab “setuju” untuk minat menggunakan berdasarkan skala kuesioner, hal ini menandakan bahwa responden memiliki ketertarikan atau minat menggunakan aplikasi pegadaian digital untuk berinvestasi emas.

2. Analisis Jalur (Path Analysis)

1. Model Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Jumlah data hasil observasi yang diolah sebanyak 117 data hasil penelitian. Sedangkan model analisis jalur pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$\text{'Persepsi Sikap Penggunaan (X4)=Persepsi Kegunaan (X2)+}$$

$$\text{Persepsi Kemudahan Penggunaan(X3) (i)}$$

$$\text{'Minat Menggunakan (Y)= Pengetahuan Keuangan Syariah (X1)+}$$

$$\text{'Persepsi Sikap Penggunaan (X4) (ii)}$$

Persepsi sikap penggunaan (X4) merupakan hasil regresi pada variabel persepsi kegunaan (X2) dan variabel persepsi kemudahan penggunaan (X3), kemudian variabel minat menggunakan (Y) merupakan hasil dari variabel pengetahuan keuangan syariah (X1) dan variabel persepsi sikap penggunaan (X4).

2. Goodness of Fit Model (Uji Kesesuaian Model)

Rincian model test dan *fit indices* analisis jalur pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4. 16 Model Test Pengujian Keseluruhan

Model Tests			
Label	X ²	df	p
User Model	12,9	3	0.005
Baseline Model	278.3	7	< .001

Sumber: Data Primer yang diolah (2022)

Tabel 4. 17 Fit Indices

Fit Indices				
RMSEA	CFI	TLI	GFI	adj. GFI
0.168	0.963	0.915	0.999	0.996

Sumber: Data Primer yang diolah (2022)

Berdasarkan hasil analisis di atas, dapat diketahui bahwa nilai X^2 *chi square* memiliki nilai p sebesar 0.005, lebih rendah jika dibandingkan dengan nilai *cut-off* yang dapat diterima pada klasifikasi sebesar $p > 0,05$. Selanjutnya, indeks RMSEA (*Root Mean Square Error of Approximation*) memiliki nilai 0,168, nilai tersebut lebih besar jika dibandingkan dengan ukuran standar nilai yang dapat diterima indeks tersebut yaitu sebesar 0.05 sampai 0,08. Kemudian indeks TLI (*Tucker Levis Indeks*) yang dihasilkan dari analisis yaitu sebesar 0.915 nilai tersebut lebih besar dibandingkan dengan ukuran nilai standar yang direkomendasikan sebesar $\geq 0,90$ atau $\geq 90 \%$. Kemudian nilai CFI (*Comparative Fit Index*), GFI (*Goodness of Fit Index*), dan adj. GFI (*Adjust Goodness of Fit Index*) yang dihasilkan dari analisis jalur berada diatas batas nilai standar yang direkomendasikan sebesar $\geq 0,90$ atau $\geq 90\%$ dengan perolehan nilai masing- masing indeks secara berurutan yaitu 0,963, 0,999, 0,996. Sehingga berdasarkan nilai *chi square*, RMSEA (*Root Mean Square Error of Approximation*), TLI (*Tucker Levis Indeks*), CFI(*Comparative Fit Index*), GFI(*Goodness of Fit Index*), dan adj. GFI (*Adjust Goodness of Fit Index*) dari ke enam indeks tersebut dapat disimpulkan bahwa model dalam penelitian ini belum mencapai model yang *fit* dan belum mencapai kesesuaian model dikarenakan nilai *index chi square*, RMSEA (*Root Mean Square Error of Approximation*) tidak berada pada rentang nilai yang direkomendasikan. Walaupun nilai index TLI,

CFI, GFI, adj. GFI berada pada rentang nilai yang direkomendasikan hal tersebut menandakan model memiliki kecocokan dan termasuk ke dalam kategori *better fit*.

3. Koefisien Determinasi

1. Uji R-Square

R-square atau R^2 berfungsi untuk menunjukkan pengaruh kuat atau lemahnya yang ditimbulkan dari variabel dependen, dan juga dapat menunjukkan kuat lemahnya model penelitian. Standar dari nilai R^2 sebesar $0,67 >$ termasuk dalam kategori kuat, R^2 sebesar $0,33$ termasuk dalam kategori moderat, R^2 sebesar $0,19$ termasuk kedalam kategori lemah standarisasi tersebut menurut Ghazali (2018) dalam (Sriwahyuni Meri, 2022). Berikut rincian hasil R-squared sebagai indeks yang menunjukkan nilai koefisien determinasi pada variabel endogen dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel di bawah:

Tabel 4. 18 R-Squared Analisis Jalur

R-squared	
Variable	R²
Persepsi Sikap Penggunaan (X4)	0.749
Minat Menggunakan (Y)	0.587

Sumber: Data Primer yang diolah (2022)

Berdasarkan tabel R-Square di atas, dapat diketahui bahwa sebesar 74,9 % variabel persepsi sikap penggunaan (X4) dapat dipengaruhi oleh variabel eksogen. sisanya 25,1 % dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian ini. Sedangkan nilai sebesar 58,7 % pada variabel minat menggunakan (Y) dipengaruhi oleh variabel eksogen. Sisanya sebesar 41,3 % dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian. Sehingga dapat diketahui dan dijelaskan bahwa kemampuan variabel eksogen yang terdiri atas beberapa

variabel seperti pengetahuan keuangan syariah (X1), persepsi kegunaan (X2), persepsi kemudahan penggunaan (X3) dalam mempengaruhi variabel endogen minat menggunakan (Y) lebih terbatas jika dibandingkan dengan kemampuan variabel eksogen terhadap variabel endogen persepsi sikap penggunaan (X4). Hal tersebut dapat diketahui bahwa variabel endogen minat menggunakan (Y) lebih lemah atau memiliki pengaruh yang lebih kecil.

4. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis digunakan untuk menguji ada tidaknya pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen. Kriteria pengujian menyatakan bahwa apabila nilai T-statistics $\geq$ T-tabel (1,96) atau nilai p-value $<$ significant alpha 5% atau 0,05, maka dinyatakan adanya pengaruh signifikan variabel eksogen terhadap variabel endogen. Hasil pengujian signifikansi dan model dapat diketahui melalui tabel berikut:

Tabel 4. 19 Pendugaan Parameter

Parameter Estimates					
Dep	Pred	Estimate	SE	β	p
Persepsi Sikap Penggunaan (X4)	Persepsi Kegunaan (X2)	0.376	0.0673	0.4197	$< .001$
Persepsi Sikap Penggunaan (X4)	Persepsi Kemudahan Penggunaan (X3)	0.435	0.0659	0.4957	$< .001$
Minat Menggunakan (Y)	Persepsi Sikap Penggunaan (X4)	0.973	0.0767	0.7590	$< .001$
Minat Menggunakan (Y)	Pengetahuan Keuangan Syariah (X1)	-0.786	1.0084	-0.0467	0.435

Sumber: Data Primer yang diolah (2022)

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan *software* Jamovi 2.3.17, maka hasil pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Pengaruh Pengetahuan keuangan syariah terhadap minat menggunakan aplikasi pegadaian digital untuk berinvestasi emas

Berdasarkan hasil uji pendugan parameter di atas, dapat diketahui bahwa nilai koefisien jalur dan koefisien korelasi antara pengetahuan keuangan syariah dan minat menggunakan sebesar -0.046 dengan tingkat sinifikansi (*p-value*) sebesar 0.435. Hal ini menunjukkan bahwa variabel pengetahuan keuangan syariah tidak berpengaruh signifikan secara statistik terhadap variabel minat menggunakan karena tingkat signifikansinya (*p-value*) lebih dari 0,05. Sehingga hipotesis pertama dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa pengetahuan keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi pegadaian digital untuk berinvestasi emas ditolak.

b. Pengaruh Persepsi Kegunaan terhadap Sikap Penggunaan aplikasi Pegadaian Digital untuk berinvestasi emas

Berdasarkan hasil uji pendugan parameter di atas, dapat diketahui bahwa nilai koefisien jalur dan koefisien korelasi antara persepsi kegunaan dan persepsi sikap penggunaan sebesar 0.41 dengan tingkat sinifikansi (*p-value*) sebesar < .001. Hal ini menunjukkan bahwa variabel persepsi kegunaan berpengaruh signifikan secara statistik terhadap variabel sikap penggunaan karena tingkat signifikansinya (*p-value*) kurang dari 0,05. Sehingga hipotesis pertama dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh

positif dan signifikan terhadap sikap penggunaan pada aplikasi pegadaian digital untuk berinvestasi emas diterima.

c. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Sikap Penggunaan aplikasi Pegadaian Digital untuk berinvestasi emas

Berdasarkan hasil uji pendugan parameter di atas, dapat diketahui bahwa nilai koefisien jalur dan koefisien korelasi antara persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi sikap penggunaan sebesar 0.49 dengan tingkat sinifikansi (*p-value*) sebesar $< .001$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel persepsi kegunaan berpengaruh signifikan secara statistik terhadap variabel sikap penggunaan karena tingkat signifikansinya (*p-value*) kurang dari 0,05. Sehingga hipotesis pertama dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap penggunaan pada aplikasi pegadaian digital untuk berinvestasi emas diterima.

d. Pengaruh persepsi sikap penggunaan terhadap minat menggunakan aplikasi Pegadaian Digital untuk berinvestasi emas

Berdasarkan hasil uji pendugan parameter di atas, dapat diketahui bahwa nilai koefisien jalur dan koefisien korelasi antara persepsi kegunaan dan persepsi sikap penggunaan sebesar 0.75 dengan tingkat sinifikansi (*p-value*) sebesar $< .001$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel persepsi kegunaan berpengaruh signifikan secara statistik terhadap variabel sikap penggunaan karena tingkat signifikansinya (*p-value*) kurang dari 0,05. Sehingga hipotesis pertama dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa persepsi sikap penggunaan

berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi pegadaian digital untuk berinvestasi emas diterima.

5. Varians dan Kovarians

Berikut rincian hasil dari rangkaian pengujian varians dan kovarians menggunakan software Jamovi dengan analisis jalur dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4. 20 Varians dan Kovarians

<i>Variances and Covariances</i>					
Variable 1	Variable 2	Estimate	SE	β	P
Persepsi Sikap Penggunaan (X4)	Persepsi Sikap Penggunaan (X4)	0.36666	0.0479	0.251	< .001
Minat Menggunakan (Y)	Minat Menggunakan (Y)	0.99244	0.1298	0.413	< .001
Persepsi Kegunaan (X2)	Persepsi Kegunaan (X2)	1.81854	0.0000	1.000	
Persepsi Kegunaan (X2)	Persepsi Kemudahan Penggunaan(X3)	1.46263	0.0000	0.787	
Persepsi Kegunaan (X2)	Pengetahuan Keuangan Syariah (X1)	-0.01622	0.0000	-0.131	
Persepsi Kemudahan Penggunaan(X3)	Persepsi Kemudahan Penggunaan(X3)	1.89714	0.0000	1.000	
Persepsi Kemudahan Penggunaan(X3)	Pengetahuan Keuangan Syariah (X1)	-0.01790	0.0000	-0.141	
Pengetahuan Keuangan Syariah (X1)	Pengetahuan Keuangan Syariah (X1)	0.00847	0.0000	1.000	

Sumber: Data Primer yang diolah (2022)

Berdasarkan pada tabel varians dan kovarians di atas, dapat diketahui bahwa:

- Nilai korelasi yang terjadi antara variabel persepsi kegunaan (X2) dan persepsi kemudahan penggunaan (X3) sebesar 0,79.

- b. Nilai korelasi yang terjadi antara variabel persepsi kemudahan penggunaan (X3) dan variabel pengetahuan keuangan (X1) sebesar -0.01790.
- c. Nilai korelasi yang terjadi antara variabel persepsi kegunaan (X2) dan variabel pengetahuan keuangan syariah (X1) sebesar -0.016.

6. Defind Parameter

Berikut rincian hasil dari rangkaian pengujian *defind parameter* menggunakan software Jamovi dengan analisis jalur dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4. 21 Defind Parameter

<i>Defined Parameter</i>						
Label	Description	Parameter	Estimate	SE	β	p
IE1	Persepsi Kegunaan (X2) → Persepsi Sikap Penggunaan (X4) → Minat Menggunakan (Y)	p1* p4	0.366	0.072	0.319	< .001
IE2	Persepsi Kemudahan penggunaan (X3) → Persepsi Sikap penggunaan (X4) → Minat menggunakan	p2*p4	0.423	0.072	0.376	< .001

Sumber: Data Primer yang diolah (2022)

Berdasarkan data pada tabel *defined parameter* di atas, dapat diketahui bahwa:

- a. Persepsi kegunaan (X2) memiliki pengaruh tidak langsung sebesar 0,366 terhadap minat menggunakan (Y). Di sisi lain

juga memiliki pengaruh yang signifikan secara statistik sebesar $< .001$

- b. Persepsi kemudahan penggunaan (X3) memiliki pengaruh tidak langsung sebesar 0,423 terhadap minat menggunakan (Y). Di sisi lain juga memiliki pengaruh yang signifikan secara statistik sebesar $< .001$

D. Pembahasan

Penelitian yang dilakukan oleh Nur Alfianto & Nugroho (2020) membahas terkait analisis persepsi calon investor emas Pegadaian digital di Provinsi D.I. Yogyakarta mengenai penerimaan aplikasi pegadaian digital dalam penggunaannya untuk membayar tagihan investasi secara *online*. Penelitian ini mengadaptasi teori penerimaan teknologi atau *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh (Davis, 1989) dalam penelitiannya yang berjudul *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*, serta pengetahuan keuangan syariah sebagai variabel eksternal yang dikaji oleh (Nur Alfianto & Nugroho, 2020). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa data dan temuan dalam penelitian ini tidak seluruh hipotesis yang diusulkan mendukung dikarenakan terdapat salah satu variabel yang menunjukkan tidak adanya pengaruh terhadap variabel dependen yaitu variabel pengetahuan keuangan syariah. Hipotesis pertama yaitu terkait pengaruh pengetahuan keuangan syariah terhadap minat menggunakan aplikasi pegadaian digital untuk berinvestasi emas. Berdasarkan hasil uji pendugaan parameter, diketahui bahwa nilai koefisien jalur koefisien korelasi antara variabel pengetahuan keuangan syariah dan minat menggunakan sebesar -0.046 dengan tingkat signifikansi (*p-value*) sebesar 0.435. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara kedua variabel tersebut. Sehingga hipotesis pertama dalam penelitian ini menyatakan bahwa pengetahuan keuangan syariah tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi pegadaian digital

untuk berinvestasi emas. Hal ini dijelaskan juga pada analisis deskriptif pada variabel yang diolah dengan menggunakan *three box methode* yang menyatakan bahwa nilai rata-rata secara keseluruhan pada variabel ini yaitu sebesar 0,991 berada pada tingkatan rendah yaitu 0 – 19.5.

Hasil analisis dalam penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Rinwatin & Setiyono (2021) yang menyatakan bahwa pengetahuan tidak memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan dikarenakan kemudahan akses dalam memperoleh pengetahuan atau biasa dikenal dengan ZMOT (*Zero Moment of Trut*) pada era digital seperti saat ini generasi Z merasa pengetahuan terhadap suatu ilmu tidak dijadikan alasan untuk memutuskan penggunaan teknologi karena generasi tersebut menganggap bahwa segala sesuatu dapat dengan mudah dipelajari. Dapat dijelaskan dari hasil penelitian variabel ini bahwa sebanyak 52 responden dengan kategori rendah. Kategori sedang sebanyak 22 responden, kemudian untuk kategori tinggi sebanyak 43 responden atau sebanyak 36,8 % dari total keseluruhan. Hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan keuangan syariah yang dimiliki oleh keseluruhan reponden cenderung rendah. Berdasarkan data tersebut dapat diidentifikasi bahwa rata-rata keseluruhan pada variabel pengetahuan keuangan syariah berada pada tingkatan rendah. Peneliti berasumsi bahwa banyak responden yang masih awam terkait ilmu tersebut sehingga menyebabkan variabel ini tidak berpengaruh dalam minat penggunaan aplikasi pegadaian digital untuk berinvestasi emas. Namun penelitian ini dibantah oleh temuan yang dilakukan oleh Nur Alfianto & Nugroho, (2020) dan penelitian yang dilakukan oleh Naili Nuril Afa Manik, Putri Indah Fadillah (2021) yang menyebutkan bahwa pengetahuan keuangan memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi pegadaian digital untuk berinvestasi emas.

Hipotesis yang kedua yaitu pengaruh persepsi kegunaan terhadap sikap penggunaan aplikasi pegadaian digital untuk berinvestasi emas.

Berdasarkan hasil uji pendugaan parameter yang sudah dilakukan, dapat diketahui bahwa nilai koefisien jalur dan koefisien korelasi antara persepsi kegunaan dan persepsi sikap penggunaan sebesar 0,41 dengan tingkat signifikansi (*p-value*) sebesar $< .001$. hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara persepsi kegunaan dan sikap penggunaan sebesar 41 %. Sehingga hipotesis kedua dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa pengaruh persepsi kegunaan terhadap sikap penggunaan aplikasi pegadaian digital untuk berinvestasi emas diterima.

Hasil analisis dalam penelitian ini mendukung beberapa penelitian yang mengungkapkan bahwa persepsi kegunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap sikap penggunaan Andihi et al., (2020), Fatmawati M & Ali, (2021), Raninda et al., (2022). Namun penelitian ini dibantah oleh temuan yang dilakukan Agustin et al (2021) yang menyatakan bahwa persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) tidak memiliki pengaruh terhadap sikap penggunaan (*attitude toward using*).

Hipotesis yang ketiga yaitu pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap sikap penggunaan aplikasi pegadaian digital untuk berinvestasi emas. Berdasarkan hasil uji pendugaan parameter yang sudah dilakukan, dapat diketahui bahwa nilai koefisien jalur dan koefisien korelasi antara persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi sikap penggunaan sebesar 0,49 dengan tingkat signifikansi (*p-value*) sebesar $< .001$. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara persepsi kemudahan penggunaan dan sikap penggunaan sebesar 49 %. Sehingga hipotesis kedua dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap sikap penggunaan aplikasi pegadaian digital untuk berinvestasi emas diterima.

Penelitian terdahulu yang pernah dilakukan oleh Andihi et al., (2020), Fatmawati M & Ali, (2021), Rinwatin & Setiyono (2021),

Andihi et al., (2020), Rinwatin & Setiyono (2021), (Raninda et al., 2022) hasil analisis dalam penelitian ini mendukung beberapa penelitian yang mengungkapkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap sikap penggunaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan merupakan salah satu faktor untuk mempengaruhi tindakan seseorang untuk berinvestasi emas di pegadaian digital.

Hipotesis yang keempat yaitu pengaruh persepsi sikap penggunaan terhadap minat menggunakan aplikasi pegadaian digital untuk berinvestasi emas. Berdasarkan hasil uji pendugaan parameter yang sudah dilakukan, dapat diketahui bahwa nilai koefisien jalur dan koefisien korelasi antara persepsi sikap penggunaan dan minat menggunakan sebesar 0,759 dengan tingkat signifikansi (*p-value*) sebesar $< .001$. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara persepsi sikap penggunaan dan minat menggunakan sebesar 75,9 % dan hubungan antara kedua variabel tersebut menunjukkan hubungan yang lebih kuat jika dibandingkan dengan variabel pengetahuan keuangan syariah. Sehingga hipotesis kedua dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa pengaruh persepsi kegunaan terhadap sikap penggunaan aplikasi pegadaian digital untuk berinvestasi emas diterima.

Hasil analisis dalam penelitian ini mendukung beberapa penelitian yang mengungkapkan bahwa persepsi sikap kegunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan Fatmawati M & Ali (2021), Desnissanty & Sari, (2021), (Andihi et al., 2020).

Islam adalah agama yang pro-investasi, karena di dalam ajaran Islam sumber daya (harta) tidak hanya disimpan tetapi juga harus diproduktifkan, sehingga bisa memberikan manfaat kepada umat (Taufik, 2011). Acuan dasar pada aktivitas ekonomi islam termasuk

investasi adalah Al-Qur'an dan hadist (Pardiansyah, 2017). investasi merupakan bagian dari aktivitas ekonomi (muamalah māliyah), sehingga berlaku kaidah fikih, muamalah, yaitu “pada dasarnya semua bentuk muamalah termasuk di dalamnya aktivitas ekonomi adalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya.”(Fatwa DSN-MUI No. 07/DSN-MUI/IV/2000). Investasi menurut Al-Quran tercantum dalam beberapa surah:

1. QS: al-Baqarah [2] :268

الشَّيْطَانُ يَعْنُكُمُ الْفَقْرَ وَيَأْمُرُكُمْ بِالْفَحْشَاءِ وَاللَّهُ يَعْنُكُمْ مَغْفِرَةً مِنْهُ وَفَضْلًا وَاللَّهُ وَاسِعٌ
عَلِيمٌ ٢٦٨

“Perumpamaan (nafkah yang dikeluarkan oleh) orang-orang yang menafkahkan hartanya di jalan Allah adalah serupa dengan sebutir benih yang menumbuhkan tujuh bulir, pada setiap bulir seratus biji. Allah melipat gandakan (ganjaran) bagi siapa yang Dia kehendaki dan Allah Maha Luas (karunia-Nya) lagi Maha mengetahui.”

Ayat ini secara implisit memberikan informasi akan pentingnya berinvestasi, dimana ayat itu menyampaikan betapa beruntungnya orang yang menafkahkan hartanya di jalan Allah. Orang yang kaya secara financial (keuangan) kemudian menginfakkan hartanya untuk pemberdayaan masyarakat yang kurang mampu melalui usaha produktif, maka sesungguhnya dia sudah menolong ribuan, bahkan ratusan ribu orang miskin untuk produktif ke arah yang lebih baik lagi.

2. QS: al-Hasyr[59]:18

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

“Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat); dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kalian kerjakan.”

Ayat ini secara eksplisit memerintahkan manusia untuk selalu berinvestasi baik dalam bentuk ibadah maupun kegiatan muamalah māliyah untuk bekalnya di akhirat nanti. Investasi adalah bagian dari muamalah maliyah, sehingga kegiatannya mengandung pahala dan bernilai ibadah bila diniatkan dan dilaksanakan sesuai dengan prinsip syariah. Investasi syariah adalah investasi yang didasarkan pada prinsip-prinsip syariah, baik investasi pada sektor riil maupun sektor keuangan. Sehingga investasi tidak dapat dilepaskan dari prinsip-prinsip syariah. Investasi yang sesuai dengan prinsip islam adalah investasi yang tidak mengandung unsur riba, gharar, dan maysir. Salah satu instrumen investasi yang diperbolehkan islam yaitu investasi emas (Rinwatin & Setiyono, 2021). Dasar hukum investasi emas adalah fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia No. 77/DSN-MUI/VI/2010 tentang Jual-Beli Emas Secara Tidak Tunai (Asriani, 2015).



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai analisis *Technology Acceptance Model* (TAM) dalam penggunaan aplikasi pegadaian digital oleh calon investor emas di Provinsi D.I. Yogyakarta untuk transaksi investasi emas, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel pengetahuan keuangan syariah tidak memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi pegadaian digital untuk berinvestasi emas.
2. Persepsi kegunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap sikap penggunaan aplikasi pegadaian digital untuk berinvestasi emas.
3. Persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap sikap penggunaan aplikasi pegadaian digital untuk berinvestasi emas.

4. Persepsi sikap penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi pegadaian digital untuk berinvestasi emas.

B. Saran

Saran dari hasil penelitian ini ditujukan kepada PT. Pegadaian khususnya di Provinsi D.I. Yogyakarta selaku pihak yang mengadopsi layanan aplikasi pegadaian digital untuk pembayaran investasi dan juga kepada peneliti yang berminat melanjutkan penelitian dengan topik yang sama.

1. Berdasarkan hasil penelitian ini, saran yang bisa diberikan untuk PT. Pegadaian yaitu tetap melanjutkan menyediakan layanan transaksi investasi emas secara online bahkan dapat meningkatkan lagi kualitas layanan ataupun marketing agar semakin banyak investor yang menggunakan aplikasi pegadaian digital dan merasakan manfaatnya.
2. Diharapkan untuk peneliti selanjutnya dapat mengembangkan secara lebih komprehensif dengan topik penelitian yang sama namun objek berbeda seperti di pegadaian digital syariah agar dapat membandingkan pengaruh pengetahuan keuangan syariah pada objek yang berbeda.
3. Diharapkan untuk peneliti selanjutnya menambahkan landasan teori yang lebih kuat, memperluas jumlah responden penelitian, serta dapat menambahkan beberapa variabel yang belum diteliti. Sehingga dari hasil penelitian tersebut, dapat memecahkan masalah yang belum terpecahkan dan menambah wawasan keilmuan yang baru.

DAFTAR PUSTAKA

- Alex Maulana Muqarrabin. (2017). *TEORI YANG BIASA DIGUNAKAN UNTUK MENGUKUR PERILAKU KONSUMEN – Theory of Reasoned Action*.
<https://bbs.binus.ac.id>
- Agustin, D. A., Wijaya, R. A., & Nugrahani, J. A. (2021). Pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use Terhadap Attitude Toward Using E-Wallet pada Mahasiswa Selama Pandemi COVID-19. *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2020), 91–103.
<https://doi.org/10.33479/sneb.v1i.186>
- Desnissanty, A. N., & Sari, D. (2021). Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Penggunaan ShopeePay Dengan Technology Acceptance Model (tam). *EProceedings*
<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/14942>
- Fatmawati M, I., & Ali, H. (2021). Determination Attitude Toward Using and Purchase Intentions: Analysis of Perceived Ease of Use and Perceived Usefulness (Case Study of Instagram Shop's Features on Social Media Instagram). *Dinasti International Journal of Management Science*, 3(1), 119–133. <https://doi.org/10.31933/dijms.v3i1.932>
- Hair., Black., Babin., dan A. (2014). *Multivariate Data Analysis: Pearson New International Edition*.
- Haryono, S. (2016). *Uji Kesesuaian (Fit) Model Structural Equation Modeling (SEM)*.
statistikolahdata.com/2021/06/uji-kesesuaian-fit-model-structural.html
- Ilestari, Nuaraini. (2017). PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH

MAHASISWA TERHADAP MINAT MENABUNG DI BANK SYARIAH DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM. *Ekp*, 13(3), 1576–1580.

Naili Nuril Aufa Manik, Putri Indah Fadillah, N. J. (2021). *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT GENERASI Z DALAM BERINVESTASI TABUNG EMAS PADA PEGADAIAN DIGITAL SYARIAH*. 19(1), 1–9.

Novia Widya Utami. (2020). *Panduan Cara Gunakan Aplikasi Pegadaian Syariah Digital*. <https://ajaib.co.id/panduan-cara-gunakan-aplikasi-pegadaian-syariah-digital/>

Nugraheni, D. A. (2018). *uji validitas dan reliabilitas*.

Nur Alfianto, A., & Nugroho, A. (2020). *The Impact of Islamic Finance Knowledge and Religiosity on Gold Investment Behavior: An Extended of The Theory of Planned Behavior*. <https://doi.org/10.4108/eai.5-8-2020.2301010>

Pardiansyah, A. (2017). *Investasi dalam Perspektif Ekonomi Islam: Pendekatan Teoritis dan Empiris*. <http://journal.walisongo.ac.id/index.php/economica%0D>

Purnamasari, P., Kurniaty, K., & Rozak, P. (2022). Operasional Produk Investasi Emas Pada Pegadaian Syariah Ditinjau Dari Prinsip Ekonomi Islam. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 16(2), 542. <https://doi.org/10.35931/aq.v16i2.913>

Raninda, R., Wisnalmawati, W., & Oetomo, H. (2022). The Effect of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Security, and Cashback Promotion on Behavioral Intention to the DANA E-Wallet. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 10(1), 63–72. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v10i1.1218>

Rinwatin, & Setiyono, T. A. (2021). MINAT GENERASI Z DALAM BERINVESTASI TABUNG EMAS JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen , Ekonomi , dan Akuntansi). *JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(2), 203–211. <http://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/1071>

Sarwono, J. (2011). Mengenal Path Analysis (Sarwono). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, 11(2), 285–296.

Taufik, H. (2011). *Buku Pintar Invetsasi*.

Wahyuni, N. (2014). *Uji Validitas dan Reliabilitas*. [https://qmc.binus.ac.id/2014/11/01/u-j-i-v-a-l-i-d-i-t-a-s-d-a-n-u-j-i-r-e-l-i-a-b-i-l-i-t-a-s/#:~:text=Uji validitas adalah uji yang,atau valid tidaknya suatu kuesioner.](https://qmc.binus.ac.id/2014/11/01/u-j-i-v-a-l-i-d-i-t-a-s-d-a-n-u-j-i-r-e-l-i-a-b-i-l-i-t-a-s/#:~:text=Uji%20validitas%20adalah%20uji%20yang,atau%20valid%20tidaknya%20suatu%20kuesioner.)

Widyastuty, W., & Digital, A. P. (2022). *MELALUI APLIKASI PEGADAIAN DIGITAL DALAM* Pendahuluan. 1–9.

c.id/gbm/2017/07/07/teori-yang-biasa-digunakan-untuk-mengukur-perilaku-konsumen-theory-of-reasoned-action/

Amhalmad, I., & Irianto, A. (2019). *Jurnal EcoGen* Volume 2, Nomor 4, 5 Desember 2019 34 Pengaruh Pengetahuan Investasi dan Motivasi Investasi Terhadap Minat Berinvestasi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang Pengaruh Pengetahuan Investasi dan Motivasi Investasi . 2, 734–746.

Amirullah. (2015). Populasi Dan Sampel (pemahaman, jenis dan teknik). *Wood Science and Technology*, 16(4), 293–303.

Andihi, L. O., Yogyakarta, U. N., Fajar, M. A., & Yogyakarta, U. N. (2020). *The effect of perceived benefit & technology acceptance model toward intention to use online gold platform.*

Annur, C. M. (2022). *Survei: Ini Platform Investasi Emas Digital Terpopuler di Indonesia.* [https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/08/10/survei-ini-platform-investasi-emas-digital-terpopuler-di-indonesia#:~:text=Menurut hasil survei lembaga Jajak,%2C dan 26%25 melalui Pluang.](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/08/10/survei-ini-platform-investasi-emas-digital-terpopuler-di-indonesia#:~:text=Menurut%20hasil%20survei%20lembaga%20Jajak,%2C%20dan%2026%25%20melalui%20Pluang)

Asriani. (2015). *Investasi emas dalam perspektif islam.*

BPS. (2021). *Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin, 2021.* https://www.bps.go.id/indikator/indikator/view_data_pub/0000/api_pub/YW40a21pdTU1cnJxOGt6dm43ZEdoZz09/da_03/1

Brilianti, T. R., & Lutfi, L. (2020). Pengaruh pengetahuan keuangan, pengalaman keuangan, dan pendapatan keuangan keluarga. *Journal of Business and Banking*, 9(2), 197–213.

Burhanudin, H., Mandala Putra, S. B., & Hidayati, S. A. (2021). PENGARUH PENGETAHUAN INVESTASI, MANFAAT INVESTASI, MOTIVASI INVESTASI, MODAL MINIMAL INVESTASI DAN RETURN INVESTASI TERHADAP MINAT INVESTASI DI PASAR MODAL (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mataram). *Distribusi - Journal of Management and Business*, 9(1), 15–28. <https://doi.org/10.29303/distribusi.v9i1.137>

Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/10.2307/249008>

Deananda, A., Budiastuti, P., & Muid, D. (2020). Analisis Faktor-Faktor Pengaruh Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis E-Commerce Pada Aplikasi Shopee Dengan Menggunakan Technology Acceptance Model (Tam). *Diponegoro Journal of Accounting*, 9, 1–10. <http://ejournal->

s1.undip.ac.id/index.php/accounting

Diona Sari. (2019). *ANIMO NASABAH TERHADAP APLIKASI PEGADAIAN SYARIAH DIGITAL SERVICE (PSDS)*.

Fauziah, M. R. (2019). Investasi Logam Mulia (Emas) di Penggadaian Syariah dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah. *Tahkim: Jurnal Hukum Dan Syariah*, XV(1), 63–73. <https://core.ac.uk/download/pdf/229360494.pdf>

Hapsari, I. I., & Maulana, H. (2013). Pengukuran Minat Mahasiswa Berdasarkan Teori Holland. *Perspektif Ilmu Pendidikan*, 27(2), 152–159. <https://doi.org/10.21009/pip.272.10>

Hikam, H. A. Al. (2020). *Tentang Harga Emas yang Kinclong di Tengah Pandemi*. <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-5117743/tentang-harga-emas-yang-kinclong-di-tengah-pandemi/1>

Irawati, T., Rimawati, E., & Pramesti, N. A. (2020). Penggunaan Metode Technology Acceptance Model (TAM) Dalam Analisis Sistem Informasi Alista (Application Of Logistic And Supply Telkom Akses). *Is The Best Accounting Information Systems and Information Technology Business Enterprise This Is Link for OJS Us*, 4(2), 106–120. <https://doi.org/10.34010/aisthebest.v4i02.2257>

Kurniawan, T. A., Wardani, D. K., & Widhayati, L. (2019). Pengaruh Keberterimaan Layanan Peer To Peer Lending Kepada Umkm Sebagai Pengguna Dengan Menggunakan Metode Technology Acceptance Model (Tam). *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora*, 5(2), 151–160. <https://doi.org/10.29303/jseh.v5i2.59>

Ledesman, M. (2018). Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, dan Penggunaan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking (Studi Pada BSM Cabang Bandar Jaya). *Skripsi*, 112.

Lidwina, A. (2021). *Survei: 46% Orang Indonesia Berinvestasi Emas*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/04/12/survei-46-orang-indonesia-berinvestasi-emas>

Mahendra, I. (2016). Penggunaan technology acceptance model (TAM) dalam mengevaluasi penerimaan pengguna terhadap sistem informasi -pada PT . ari jakarta. *Sistem Informasi STMIK Antar Bangsa*, 5(2), 183–195.

MAR'ATUL, A. (2021). *Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Syariah Digital Di Pegadaian Syariah Cabang* 15(1), 1–17. <http://repository.syekhnuurjati.ac.id/4962/>

Masri Situmorang, Andreas, R. N. (2014). PENGARUH MOTIVASI TERHADAP MINAT BERINVESTASI DI PASAR MODAL DENGAN PEMAHAMAN INVESTASI DAN USIA SEBAGAI VARIABEL MODERAT. *Analysis of Micro-Earthquakes in the San Gabriel Mountains Foothills Region and the*

Greater Pomona Area As Recorded By a Temporary Seismic Deployment, 1(hal 140), 43. <http://www.springer.com/series/15440%0Apapers://ae99785b-2213-416d-aa7e-3a12880cc9b9/Paper/p18311>

- Montolalu, P., & Raintung, M. C. (2018). Analisis Pengaruh Strategi Promosi, Citra Merek Dan Persepsi Terhadap Keputusan Nasabah Pengguna Tabungan EmMontolalu, P., & Raintung, M. C. (2018). Analisis Pengaruh Strategi Promosi, Citra Merek Dan Persepsi Terhadap Keputusan Nasabah Pengguna Tabungan . *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3), 1808–1817.
- Muntianah, Tutik S. Astuti, E. S. A. D. F. (2012). Pengaruh Minat Perilaku Terhadap Actual Use Teknologi Informasi dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). *Profit Universitas Brawijaya Malang*, 6(1), 88–113. <https://profit.ub.ac.id/index.php/profit/article/view/141>
- Naili Nuril Aufa Manik, Putri Indah Fadillah, N. J. (2021). *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT GENERASI Z DALAM BERINVESTASI TABUNG EMAS PADA PEGADAIAN DIGITAL SYARIAH*. 19(1), 1–9.
- Nikmatur, R. (2017). Proses Penelitian, Masalah, Variabel dan Paradigma Penelitian. *Jurnal Hikmah*, 14(1), 63.
- Noptriyani, I., Ahmadsyah, I., & Aufa, S. (2020). Faktor-Faktor Yang Menjadi Penghambat Bagi Mahasiswa Dalam Memiliki Investasi (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry). *JIHBIZ :Global Journal of Islamic Banking and Finance.*, 2(1), 82. <https://doi.org/10.22373/jihbiz.v2i1.8580>
- Normawati, R., Rahayu, S., & Worokinasih, S. (2021). *Financial Knowledge, Digital Financial Knowledge, Financial Attitude, Financial Behaviour and Financial Satisfaction on Millennials*. <https://doi.org/10.4108/eai.6-3-2021.2305967>
- Nugroho, A. P., Izzat, D., & Suhasti, W. (2019). Peran Identitas Agama Terhadap Niat Menggunakan Kosmetik Halal : Perluasan Theory of Planned Behavior. *Ihtifaz: Journal of Islamic Economics, Finance, and Banking*, 2(2), 89. <https://doi.org/10.12928/ijiefb.v2i2.921>
- Nur Alfianto, A., & Nugroho, A. (2020). *The Impact of Islamic Finance Knowledge and Religiosity on Gold Investment Behavior: An Extended of The Theory of Planned Behavior*. <https://doi.org/10.4108/eai.5-8-2020.2301010>
- ojk. (2017). No Title. <https://ojk.go.id/id/kanal/pasar-modal/Pages/Pengelolaan-Investasi.aspx>
- Pegadaian. (2020). *PENJELASAN TENTANG PEGADAIAN, USAHA GADAI DAN PERGADAIAN*. <https://www.pegadaian.co.id/berita/detail/236/penjelasan-tentang-pegadaian-usaha-gadai-dan-pergadaian>
- Pegadaian. (2022). *Pegadaian Tabungan Emas*.

<https://www.pegadaian.co.id/produk/tabungan-emas>

- Pransuamitra, H. & P. A. (2020). *Andai Corona Binasa dari Muka Bumi, Begini Nasib Harga Emas*.
<https://www.cnbcindonesia.com/market/20200408221438-17-150744/andai-corona-binasa-dari-muka-bumi-begini-nasib-harga-emas>
- Puspita Sari, J. D., & Azzafira, S. A. (2021). Analisis pengaruh pendapatan dan pengetahuan terhadap minat calon nasabah berinvestasi emas di Pegadaian Syariah. *Jurnal Investasi Islam*, 6(2), 95–117.
<https://doi.org/10.32505/jii.v6i2.3552>
- Putri, D., Sri Wardany, & Khanti Listya. (2022). Minat Investasi Mahasiswa Milenial Untuk Berinvestasi Di Pasar Modal. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ilmu Ekonomi (Jasmien)*, 2(02 SE-Articles), 132–134.
<http://www.journal.cattleyadf.org/index.php/Jasmien/article/view/109>
- Qothrunnada, K. (2022). *Apa itu Investasi? Ini Pengertian, Jenis, dan Contohnya*. Baca artikel detikfinance, “*Apa itu Investasi? Ini Pengertian, Jenis, dan Contohnya*” selengkapnya <https://finance.detik.com/bursa-dan-valas/d-5983819/apa-itu-investasi-ini-pengertian-jenis-dan-contoh>. DetikFinance.
<https://finance.detik.com/bursa-dan-valas/d-5983819/apa-itu-investasi-ini-pengertian-jenis-dan-contohnya>
- Rahman, S. A., Tajudin, A., & Tajuddin, A. F. A. (2018). Determinant Factors of Islamic Financial Literacy In Malaysia. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research*, 2(10), 125–132. www.ajhssr.com
- RAMADANSYAH. (2022). *PENGARUH PENGGUNAAN PEGADAIAN SYARIAH DIGITAL (PSD) TERHADAP MINAT NASABAH DALAM MENGGUNAKAN PRODUK TABUNGAN EMAS PADA PT. PEGADAIAN SYARIAH CABANG ALAMAN BOLAK PADANGSIDIMPUAN*.
- Rinwatin, & Setiyono, T. A. (2021). MINAT GENERASI Z DALAM BERINVESTASI TABUNG EMAS JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi). *JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(2), 203–211.
<http://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/1071>
- Riyana, M. S. (2021). 17312292 Monita Septy Riyana. *Studi Penggunaan Aplikasi Pegadaian Digital Servicedengan Pendekatan Tam 2 Terhadap Minat Investasi Tabungan Emas*, 1, 1–98.
- Rosari, F., Candra, Y., & Sjafitri, H. (2017). Pengaruh Psikologi Konsumen dan Persepsi Nilai Terhadap Minat Berinvestasi Emas Mulia Pada Pegadaian (Persero) Cabang Ulak Karang Padang. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 8(2), 1–10.
- Sari, L. A., Islam, U., Sunan, N., Surabaya, A., Ekonomi, F., Bisnis, D. A. N., Studi, P., & Syariah, E. (2021). *PEGADAIAN SYARIAH DIGITAL SERVICE*

DALAM ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Kasus : Pegadaian Syariah CPS Kebomas Gresik). 5.

- Shafira, A. N. (2020). Pengaruh Motivasi Investasi Dan Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Di Pasar Modal. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 0(0), 1–12.
http://eprints.uad.ac.id/18004/1/NASKAH_PUBLIKASI_AYUN_WULANDARI.pdf
- Sriwahyuni Meri. (2022). *ANALISIS TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM) DALAM PENGGUNAAN APLIKASI PLATFORM DIGITAL UNTUK PEMBAYARAN ZAKAT OLEH MUZAKI BAZNAS DI.*
- Sugesti, N. L., Kusniawati, A., Haris, F., Prabowo, E., Ekonomi, F., Galuh, U., Konsumen, M. B., Emas, I., Syariah, P., Keuangan, L., & Bank, N. (2019). Pengaruh Omni-Channel Marketing terhadap Minat Beli Konsumen (Suatu Studi pada Produk Tabungan Emas PT. Pegadaian Syariah Cabang Padayungan). *Business Management and Entrepreneurship*, 1(4), 92–101.
- Suryani, N. (2021). Analisis Produk Keuangan Untuk Investasi Dimasa Pandemi Covid-19. *Ilmu Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 47–55.
<https://doi.org/10.37012/ileka.v2i1.492>
- Tandelilin, E. (2010). Dasar-dasar Manajemen Investasi. *Manajemen Investasi*, 1–34.
- Teknik Pengambilan Sampel dalam Penelitian.* (n.d.). Deepublish.
<https://penerbitbukudeepublish.com/teknik-pengambilan-sampel/>
- TEWARUEANGSAP, M. T. (2019). *A STUDY OF FACTORS THAT INFLUENCE CONSUMER BEHAVIOR OF GOLD SAVING TOWARD ONLINE PLATFORMS A STUDY OF FACTORS THAT INFLUENCE CONSUMER BEHAVIOR OF GOLD SAVING TOWARD.*
- Yunianto Badan Pusat Statistik Penajam Paser Utara, D., & Timur, K. (2021). Analisis pertumbuhan dan kepadatan penduduk terhadap pertumbuhan ekonomi. *Forum Ekonomi*, 23(4), 687–698.
<http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/FORUMEKONOMI>
- Agustin, D. A., Wijaya, R. A., & Nugrahani, J. A. (2021). Pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use Terhadap Attitude Toward Using E-Wallet pada Mahasiswa Selama Pandemi COVID-19. *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2020), 91–103.
<https://doi.org/10.33479/sneb.v1i.186>
- Desnissanty, A. N., & Sari, D. (2021). Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Penggunaan Shopeepay Dengan Technology Acceptance Model (tam). *EProceedings*
<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/14942>

- Fatmawati M, I., & Ali, H. (2021). Determination Attitude Toward Using and Purchase Intentions: Analysis of Perceived Ease of Use and Perceived Usefulness (Case Study of Instagram Shop'S Features on Social Media Instagram). *Dinasti International Journal of Management Science*, 3(1), 119–133. <https://doi.org/10.31933/dijms.v3i1.932>
- Hair., Black., Babin., dan A. (2014). *Multivariate Data Analysis: Pearson New International Edition*.
- Haryono, S. (2016). *Uji Kesesuaian (Fit) Model Structural Equation Modeling (SEM)*. statistikolahdata.com/2021/06/uji-kesesuaian-fit-model-structural.html
- lestari, nuaraini. (2017). PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH MAHASISWA TERHADAP MINAT MENABUNG DI BANK SYARIAH DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM. *Ekp*, 13(3), 1576–1580.
- Naili Nuril Aufa Manik, Putri Indah Fadillah, N. J. (2021). *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT GENERASI Z DALAM BERINVESTASI TABUNG EMAS PADA PEGADAIAN DIGITAL SYARIAH*. 19(1), 1–9.
- Novia Widya Utami. (2020). *Panduan Cara Gunakan Aplikasi Pegadaian Syariah Digital*. <https://ajaib.co.id/panduan-cara-gunakan-aplikasi-pegadaian-syariah-digital/>
- Nugraheni, D. A. (2018). *uji validitas dan reliabilitas*.
- Nur Alfianto, A., & Nugroho, A. (2020). *The Impact of Islamic Finance Knowledge and Religiosity on Gold Investment Behavior: An Extended of The Theory of Planned Behavior*. <https://doi.org/10.4108/eai.5-8-2020.2301010>
- Pardiansyah, A. (2017). *Investasi dalam Perspektif Ekonomi Islam: Pendekatan Teoritis dan Empiris*. <http://journal.walisongo.ac.id/index.php/economica%0D>
- Purnamasari, P., Kurniaty, K., & Rozak, P. (2022). Operasional Produk Investasi Emas Pada Pegadaian Syariah Ditinjau Dari Prinsip Ekonomi Islam. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 16(2), 542. <https://doi.org/10.35931/aq.v16i2.913>
- Raninda, R., Wisnalmawati, W., & Oetomo, H. (2022). The Effect of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Security, and Cashback Promotion on Behavioral Intention to the DANA E-Wallet. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 10(1), 63–72. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v10i1.1218>
- Rinwatin, & Setiyono, T. A. (2021). MINAT GENERASI Z DALAM BERINVESTASI TABUNG EMAS JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi). *JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(2), 203–211. <http://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/1071>

Sarwono, J. (2011). Mengenal Path Analysis (Sarwono). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, 11(2), 285–296.

Taufik, H. (2011). *Buku Pintar Invetsasi*.

Wahyuni, N. (2014). *Uji Validitas dan Reliabilitas*.
[https://qmc.binus.ac.id/2014/11/01/u-j-i-v-a-l-i-d-i-t-a-s-d-a-n-u-j-i-r-e-l-i-a-b-i-l-i-t-a-s/#:~:text=Uji validitas adalah uji yang,atau valid tidaknya suatu kuesioner.](https://qmc.binus.ac.id/2014/11/01/u-j-i-v-a-l-i-d-i-t-a-s-d-a-n-u-j-i-r-e-l-i-a-b-i-l-i-t-a-s/#:~:text=Uji%20validitas%20adalah%20uji%20yang,atau%20valid%20tidaknya%20suatu%20kuesioner.)

Widyastuty, W., & Digital, A. P. (2022). *MELALUI APLIKASI PEGADAIAN DIGITAL DALAM Pendahuluan*. 1–9.

LAMPIRAN

Assalamu'alaikum wr.wb

Perkenalkan Saya Amelia Puspita Widiawati bersama Bapak Dr. Anton Priyono Nugroho, SE., MM dari prodi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia. saat ini kami sedang melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Pengetahuan Keuangan Syariah terhadap Minat berinvestasi Emas di Pegadaian Digital pada Generasi Z” guna menyelesaikan tugas akhir.

Dengan segala kerendahan hati saya memohon ketersediaan saudara/i untuk membantu pengisian kuesioner penelitian ini, kami sangat berterima kasih jika anda berkenan menjadi responden kami dengan mengisi kuesioner ini.

Kami menjamin bahwa data pribadi akan terjaga kerahasiannya dan tidak akan disebarluaskankecuali data yang berkaitan dengan penelitian kami. Hasil penelitian ini semata-mata akan digunakan untuk tujuan penelitian dan bukan komersil. Bagi 3 responden yang beruntung akan mendapatkan saldo shopeepar/gopay/ovo masing-masing sebesar Rp 50.000.

Terima kasih. Semoga kebahagiaan, kesuksesan, dan kesehatan selalu menyertai teman-teman semua.

Wassallamu'alaikum wr.wb.

Hormat kami,
Tim Penelitian

Amelia Puspita Widiawati

Dr. Anton Priyono Nugroho, SE., MM

1. Profil Responden

Isilah data diri Anda dan pilihlah salah satu jawaban yang sesuai dengan keadaan anda saat ini.

Nama:

Email:

Janis kelamin:

- a. Perempuan
- b. laki- laki

Usia:

- c. 17 tahun
- d. 18 tahun
- e. 19 tahun
- f. 20 tahun
- g. 21 tahun
- h. 22 tahun
- i. 23 tahun
- j. 24 tahun
- k. 25 tahun

Pendidikan Terakhir:

- a. SMA/Sederajat

- b. Diploma 1/2/3
- c. S1
- d. S2
- e. S3

Domisili :

- a. Sleman
- b. Yogyakarta
- c. Bantul
- d. Kulon Progo
- e. Gunung Kidul

Pekerjaan :

- a. Mahasiswa
- b. Pegawai Swasta
- c. PNS/TNI/POLRI
- d. Pengusaha
- e. Lainnya..

Nomor Whatsapp (Untuk menghubungi pemenang *reward*)

Setelah mendapatkan keterangan secukupnya terkait penelitian, saya dengan sukarela TANPA PAKSAAN DARI PIHAK MANAPUN menyetujui jawaban kuesioner saya digunakan dan diikutsertakan dalam penelitian ini:

- a. Setuju
- b. Tidak Setuju

Apakah Anda sudah menjadi investor emas di Pegadaian Digital?

- a. Sudah
- b. Belum

Jika belum menjadi investor emas di pegadaian digital, apakah anda berinvestasi emas di aplikasi lain selain aplikasi pegadaian digital?

- a. Ya
- b. Tidak

Berapa rata-rata pengeluaran rutin Anda dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari selama satu bulan?

- a. <Rp 1.000.000
- b. Rp 1.000.001 – Rp 1.500.000
- c. Rp 1.500.001 – Rp 2.500.000
- d. Rp 2.500.001 – Rp 4.000.000
- e. >Rp 4.000.000

Jenis Produk investasi emas yang anda pilih atau akan pilih saat berinvestasi di aplikasi Pegadaian Digital? (*boleh memilih lebih dari satu pilihan*)

- a. Tabungan Emas
- b. Cicil Emas
- c. Cicil Emas Arisan
- d. Cicil EmasKu

Besarnya investasi emas yang akan dipilih saat berinvestasi emas di Pegadaian Digital

- 1. <1 gram
- 2. 1-10 gram
- 3. 10-25 gram
- 4. >25 gram

Frekuensi Transaksi Emas yang dilakukan dalam berinvestasi emas di Pegadaian Digital

- a. Setiap hari
- b. Sekali dalam seminggu
- c. Sekali dalam sebulan

- d. Sekali dalam satu tahun
- e. Pada saat tertentu

Selain, aplikasi pegadaian digital, jenis aplikasi apa yang anda gunakan atau yang akan anda gunakan dalam berinvestasi Emas? (*boleh memilih lebih dari satu pilihan*)

- a. Pegadaian Digital
- b. Shopee
- c. Bukalapak
- d. Dana Emas
- e. Tokopedia
- f. Pluang

5. Instruksi Penelitian

Berilah jawaban pertanyaan dengan memilih pada kolom yang tersedia sesuai dengan kondisi yang Anda alami saat ini. Dengan ketentuan:

- a. Pilihlah pada salah satu kolom jawaban yang tersedia mulai dari angka 1 s/d 10 untuk setiap item pertanyaan yang disediakan sesuai dengan pendapat Anda.
- b. Apabila Anda setuju dengan pernyataan yang diajukan dalam kuesioner, maka berikan tanda pada angka yang menunjukkan nilai yang semakin tinggi di sebelah kanan. Semakin mendekati angka 10 maka Anda semakin setuju atau semakin mengetahui dengan pernyataan yang ada dalam kuesioner.
- c. Apabila Anda tidak setuju dengan pernyataan yang diajukan dalam kuesioner, maka berikan tanda pada angka yang menunjukkan nilai yang semakin rendah di sebelah kiri. Semakin mendekati angka 1 maka Anda semakin tidak setuju atau semakin tidak mengetahui dengan pernyataan yang ada dalam kuesioner.

Tidak ada jawaban benar dan salah, semua disesuaikan dengan kondisi masing-masing. Jika ada pertanyaan seputar kuesioner ini anda dapat menghubungi Amelia Puspita Widiawati (082134345812) atau Anton Priyo Nugroho

Terima Kasih.

6. Pertanyaan Kuesioner
Pengetahuan Keuangan Syariah

No	Pernyataan	Jawaban	
		BENAR	SALAH
1	Prinsip keuntungan dalam transaksi keuangan syariah adalah bagi hasil		
2	<i>Gharar</i> atau hal yang mengandung ketidakpastian dalam keuangan tidak diperbolehkan dalam transaksi keuangan syariah		
3	Menjaga harta adalah salah satu tujuan dalam transaksi keuangan syariah		
4	Akad <i>Murabahah</i> adalah salah satu akad produk tabungan lembaga keuangan syariah		
5	Menjual barang yang belum menjadi hak milik tidak diperbolehkan dalam keuangan syariah		

6	Pembiayaan dengan pembagian laba/rugi merupakan prinsip akad <i>Murabahah</i>		
7	Transaksi gadai syariah dapat menggunakan akad <i>salam</i>		
8	Bank syariah tidak mengeluarkan kartu kredit		
9	Transaksi pada Asuransi syariah disebut sebagai <i>Takaful</i>		
10	Asuransi Syariah dibangun berdasarkan prinsip tolong-menolong		
11	Premi pada Asuransi Syariah diinvestasikan berdasarkan prinsip bagi hasil		
12	Proyeksi pada pembelian saham tidak diperbolehkan dalam keuangan syariah		
13	Prosentase keuntungan pada produk Deposito <i>Mudlarabah</i> sama setiap bulannya		
14	Dalam Investasi dengan akad <i>Mudlarabah</i> , <i>shohib al-mal</i> adalah pihak yang menanggung kerugian keuangan		
15	Fatwa DSN MUI memperbolehkan jual beli emas secara tidak tunai		
16	Emas yang dibeli melalui pembayaran tidak tunai boleh dijadikan jaminan (<i>rahn</i>)		
17	Dalam jual beli emas tidak tunai, harga jual emas tidak boleh bertambah selama jangka waktu perjanjian		
18	Inflasi tidak berpengaruh terhadap harga emas (<i>Zero Inflation Effect</i>)		
19	Investasi emas cenderung memiliki resiko yang lebih sedikit dibandingkan dengan instrumen investasi lain		

20	Produk investasi emas tidak dikenakan pajak		
----	---	--	--

Persepsi Kegunaan (X2)

21. Saya merasa transaksi investasi emas lebih cepat terselesaikan dengan aplikasi pegadaian digital.

Sangat	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Sangat
Tidak	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Setuju
Setuju											

← ————— →

22. Saya merasa transaksi investasi emas lebih efisien melalui aplikasi pegadaian digital tanpa harus datang langsung ke Pegadaian

Sangat	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Sangat
Tidak	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Setuju
Setuju											

← ————— →

23. Saya merasa menggunakan aplikasi pegadaian digital untuk transaksi investasi emas dapat meningkatkan produktivitas saya sebagai investor

Sangat	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Sangat
Tidak	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Setuju
Setuju											

← ————— →

24. Saya merasa transaksi investasi emas lebih efektif jika dilakukan secara online melalui aplikasi pegadaian digital

Sangat	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Sangat
Tidak	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Setuju
Setuju											

← ————— →

25. Saya merasa menggunakan aplikasi pegadaian digital dapat memudahkan dalam proses transaksi tanpa harus datang ke Pegadaian langsung

Sangat	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Sangat
Tidak	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Setuju
Setuju											

← ————— →

26. Saya merasa bahwa aplikasi pegadaian digital bermanfaat bagi saya untuk melakukan transaksi investasi emas secara digital

Sangat	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Sangat
Tidak	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Setuju
Setuju											

← ————— →

Persepsi Kemudahan Penggunaan (X3)

27. Saya merasa mudah untuk belajar mengoperasikan aplikasi pegadaian digital

Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Sangat Setuju
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	
	←—————→										

28. Saya merasa mudah mengoperasikan aplikasi pegadaian digital dalam bertransaksi

Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Sangat Setuju
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	
	←—————→										

29. Saya merasa registrasi pada aplikasi pegadaian digital mudah

Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Sangat Setuju
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	
	←—————→										

30. Saya merasa mudah saat melakukan transaksi dengan aplikasi pegadaian digital

Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Sangat Setuju
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	
	←—————→										

31. Saya merasa mudah untuk menguasai fitur-fitur yang terdapat pada aplikasi pegadaian digital

Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Sangat Setuju
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	
	←—————→										

Persepsi Sikap Penggunaan (X4)

32. Saya merasa aman karena bertransaksi emas di pegadaian digital diawasi oleh OJK

Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Sangat Setuju
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	
	←—————→										

33. Saya merasa aplikasi pegadaian digital nyaman digunakan untuk berinvestasi emas

Sangat	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Sangat
Tidak	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Setuju
Setuju											

←—————→

34. Saya merasa menggunakan aplikasi pegadaian digital dapat menghemat waktu dalam berinvestasi

Sangat	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Sangat
Tidak	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Setuju
Setuju											

←—————→

35. Saya menyukai aplikasi pegadaian digital untuk transaksi investasi emas dibandingkan dengan aplikasi lain

Sangat	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Sangat
Tidak	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Setuju
Setuju											

←—————→

Minat Menggunakan (Y)

36. Saya berminat menggunakan aplikasi pegadaian digital untuk melakukan investasi secara berkala

Sangat	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Sangat
Tidak	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Setuju
Setuju											

←—————→

37. Saya berminat menggunakan aplikasi pegadaian digital sebagai platform pilihan untuk berinvestasi emas karena fitur-fitur yang ada pada aplikasi sangat menarik

Sangat	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Sangat
Tidak	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Setuju
Setuju											

←—————→

38. Saya berniat menggunakan aplikasi pegadaian digital untuk berinvestasi emas selambat-lambatnya 1 bulan kedepan

Sangat	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Sangat
Tidak	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Setuju
Setuju											

←—————→

39. Saya berminat menggunakan aplikasi pegadaian digital dimasa yang akan datang

Sangat	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Sangat
Tidak	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Setuju
Setuju											

←—————→

40. Saya berencana selalu menggunakan aplikasi pegadaian digital pada masa yang akan datang setiap melakukan investasi emas

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Sangat Tidak Setuju	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Sangat Setuju
	←—————→										

41. Saya akan menggunakan aplikasi pegadaian digital satu bulan yang akan datang

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Sangat Tidak Setuju	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Sangat Setuju
	←—————→										

42. Saya akan menyarankan orang lain menggunakan aplikasi pegadaian digital

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Sangat Tidak Setuju	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Sangat Setuju
	←—————→										

43. Saya merasa puas ketika menggunakan aplikasi pegadaian digital untuk transaksi investasi emas

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Sangat Tidak Setuju	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Sangat Setuju
	←—————→										

LAMPIRAN 2
Data Tabulasi Kuesioner

No	Pengetahuan Keuangan Syariah (X1)																				Jumlah (X1)	Mean (X1)
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20		
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	19	1,0
2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	19	1,0
3	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	0	0	1	1	1	1	16	0,8
4	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	0	1	0	0	0	1	1	1	1	13	0,7
5	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	0	1	1	1	1	0	1	0	14	0,7
6	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	0	0	1	0	1	1	1	0	14	0,7
7	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	19	1,0
8	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	19	1,0
9	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	18	0,9
10	1	1	1	1	1	0	0	0	0	1	1	0	1	0	1	0	1	1	1	0	12	0,6
11	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	19	1,0
12	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	0	1	0	15	0,8
13	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	0	1	1	1	1	0	1	0	14	0,7
14	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	0	0	0	1	0	1	0	1	1	13	0,7
15	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	0	0	0	1	1	1	1	0	13	0,7
16	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	19	1,0
17	1	1	1	1	0	1	0	1	1	0	1	1	0	0	1	0	1	1	1	1	14	0,7
18	1	1	0	0	0	0	1	0	1	1	0	1	0	1	1	1	0	1	0	1	11	0,6
19	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	19	1,0
20	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	18	0,9
21	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	0	17	0,9
22	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	20	1,0
23	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	0	1	1	1	1	0	1	0	14	0,7
24	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	0	1	1	1	1	0	1	0	14	0,7
25	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	0	1	1	1	1	0	1	0	14	0,7
26	0	1	1	0	1	0	0	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1	0	12	0,6
27	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	20	1,0
28	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	0	1	1	1	1	0	1	0	14	0,7
29	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	19	1,0
30	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	20	1,0
31	1	1	0	1	1	0	0	0	1	1	1	0	1	1	0	0	1	1	1	0	12	0,6
32	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	18	0,9
33	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	0	15	0,8
34	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	20	1,0
35	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	0	15	0,8
36	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	18	0,9
37	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	0	17	0,9
38	1	1	1	0	1	0	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	14	0,7
39	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	16	0,8
40	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	0	15	0,8
41	1	1	1	0	1	1	0	1	0	1	1	0	1	1	1	0	1	0	1	1	14	0,7
42	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	17	0,9
43	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	0	15	0,8
44	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1	0	0	1	1	1	0	14	0,7
45	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	19	1,0
46	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1	16	0,8
47	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	16	0,8
48	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	0	16	0,8
49	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	18	0,9
50	1	1	0	1	1	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	16	0,8
51	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	16	0,8
52	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	20	1,0
53	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	20	1,0
54	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1	0	0	1	1	1	0	14	0,7
55	1	1	1	1	0	0	1	0	1	1	1	0	1	1	0	1	1	0	1	1	14	0,7
56	1	1	1	1	1	0	0	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	16	0,8
57	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	0	1	0	16	0,8
58	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	0	16	0,8
59	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	0	1	1	0	0	1	1	15	0,8
60	1	1	1	1	1	0	0	0	0	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	0	13	0,7

61	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	0	15	0,8
62	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	16	0,8
63	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	17	0,9
64	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	18	0,9
65	0	1	1	1	1	1	0	0	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	0	13	0,7
66	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	20	1,0
67	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	17	0,9
68	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	15	0,8
69	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	17	0,9
70	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	17	0,9
71	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	16	0,8
72	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	17	0,9
73	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	18	0,9
74	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1	1	0	0	0	1	13	0,7
75	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	20	1,0
76	1	1	1	0	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	16	0,8
77	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	20	1,0
78	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	16	0,8
79	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	0	0	15	0,8
80	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	15	0,8
81	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	1	14	0,7
82	1	0	1	0	0	1	0	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	0	1	13	0,7
83	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	16	0,8
84	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	16	0,8
85	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	18	0,9
86	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	16	0,8
87	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	20	1,0
88	1	1	1	0	0	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	13	0,7
89	0	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	16	0,8
90	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	16	0,8
91	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	16	0,8
92	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	1	1	1	1	1	0	1	15	0,8
93	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	15	0,8
94	1	1	1	0	1	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	14	0,7
95	1	1	1	1	1	0	0	0	0	1	1	0	1	1	0	0	0	0	1	10	0,5
96	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	17	0,9
97	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	19	1,0
98	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	18	0,9
99	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	15	0,8
100	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	17	0,9
101	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	15	0,8
102	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1	0	1	1	1	0	1	14	0,7
103	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	14	0,7
104	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	17	0,9
105	1	1	0	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	12	0,6
106	1	1	1	0	0	1	1	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0	1	1	12	0,6
107	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	20	1,0
108	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	0	1	14	0,7
109	0	0	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	15	0,8
110	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	15	0,8
111	1	1	0	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	15	0,8
112	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	1	1	16	0,8
113	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	0	1	1	0	1	1	15	0,8
114	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	16	0,8
115	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	19	1,0
116	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	14	0,7
117	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	17	0,9

No	Persepsi Kegunaan (X2)						Jumlah (X2)	Mean (X2)	Persepsi Kemudahan Penggunaan (X3)					Jumlah (X3)	Mean (X3)
	1	2	3	4	5	6			1	2	3	4	5		
1	6	10	8	10	10	10	54	9	8	8	9	9	10	44	9
2	7	9	8	8	9	8	49	8	8	8	9	8	9	42	8
3	8	7	8	7	9	8	47	8	6	8	5	6	8	33	7
4	9	9	9	9	9	9	54	9	7	6	8	8	8	37	7
5	8	4	10	8	7	6	43	7	5	6	4	8	7	30	6
6	7	7	6	7	7	5	39	7	6	7	7	8	8	36	7
7	7	7	5	6	9	9	43	7	9	8	5	8	8	38	8
8	6	6	7	5	3	6	33	6	5	6	6	6	7	30	6
9	7	5	6	7	6	6	37	6	6	7	7	6	6	32	6
10	4	6	5	5	5	6	31	5	5	5	6	5	5	26	5
11	8	9	8	9	8	8	50	8	9	9	9	9	8	44	9
12	9	10	9	9	10	7	54	9	10	10	8	9	9	46	9
13	8	10	9	9	10	10	56	9	7	6	8	8	6	35	7
14	10	10	10	10	10	9	59	10	9	9	9	9	9	45	9
15	10	10	10	10	10	10	60	10	10	10	10	10	10	50	10
16	10	10	10	10	10	10	60	10	10	10	10	10	10	50	10
17	8	8	8	5	9	7	45	8	7	8	8	8	8	39	8
18	8	4	5	5	4	3	29	5	5	3	1	7	5	21	4
19	8	8	9	9	10	9	53	9	8	7	8	8	8	39	8
20	6	8	7	7	8	7	43	7	8	8	7	8	8	39	8
21	9	8	10	9	8	8	52	9	8	9	9	10	9	45	9
22	8	8	9	8	10	9	52	9	7	8	8	8	8	39	8
23	9	10	9	10	9	9	56	9	10	9	10	10	9	48	10
24	10	10	10	10	10	10	60	10	10	10	10	10	10	50	10
25	7	8	8	8	8	8	47	8	8	8	8	8	8	40	8
26	6	9	8	8	9	7	47	8	8	8	10	9	7	42	8
27	4	4	3	7	5	4	27	5	5	5	7	6	5	28	6
28	9	8	9	8	8	9	51	9	9	8	10	10	8	45	9
29	7	8	8	8	8	8	47	8	9	9	9	9	9	45	9
30	10	10	10	10	10	10	60	10	10	10	10	10	10	50	10
31	8	9	8	8	9	9	51	9	9	8	8	9	8	42	8
32	3	7	8	7	8	8	41	7	7	8	7	7	7	36	7
33	7	8	8	8	8	8	47	8	8	8	8	8	8	40	8
34	8	8	8	8	9	9	50	8	9	9	8	9	8	43	9
35	7	9	7	6	9	8	46	8	8	8	8	7	6	37	7
36	8	8	8	8	8	8	48	8	8	8	8	8	8	40	8
37	9	9	8	8	9	9	52	9	9	9	8	8	9	43	9
38	10	10	9	10	10	10	59	10	10	10	8	9	9	46	9
39	7	7	7	8	7	8	44	7	8	8	8	8	8	40	8
40	9	9	9	9	9	9	54	9	7	8	8	7	7	37	7
41	8	7	7	9	7	7	45	8	7	7	5	5	5	29	6
42	6	7	6	5	6	7	37	6	7	6	8	7	6	34	7
43	10	10	10	10	10	10	60	10	10	10	10	10	10	50	10
44	8	8	9	10	9	8	52	9	10	8	9	9	10	46	9
45	8	8	8	8	9	8	49	8	6	7	7	8	8	36	7
46	7	7	7	7	7	7	42	7	7	7	7	7	7	35	7
47	9	9	9	9	9	9	54	9	9	9	9	9	9	45	9
48	8	8	8	8	8	8	48	8	7	7	7	7	7	35	7
49	9	9	9	9	9	9	54	9	8	9	9	9	9	44	9
50	8	10	9	9	10	10	56	9	9	9	9	9	8	44	9
51	8	8	8	8	8	9	49	8	8	8	8	8	8	40	8
52	9	10	8	10	6	10	53	9	5	7	10	8	9	39	8
53	7	6	9	7	6	9	44	7	9	8	7	9	9	42	8
54	7	6	6	6	6	6	37	6	6	6	6	6	6	30	6
55	8	6	6	4	8	7	39	7	8	9	6	8	7	38	8
56	5	5	5	8	4	8	35	6	5	5	5	5	5	25	5
57	9	9	9	9	8	7	51	9	9	9	9	9	9	45	9
58	10	10	10	10	10	10	60	10	10	10	10	10	10	50	10
59	8	8	9	8	8	8	49	8	8	6	6	6	6	32	6
60	7	8	8	8	8	7	46	8	7	7	7	8	8	37	7
61	9	8	9	8	9	9	52	9	9	9	8	9	9	44	9

62	9	9	9	9	9	9	54	9	9	9	9	8	8	43	9
63	6	8	6	8	8	8	44	7	8	8	6	6	6	34	7
64	9	10	9	9	10	10	57	10	8	8	9	9	8	42	8
65	8	8	8	8	8	8	48	8	8	8	9	8	8	41	8
66	9	9	7	9	9	9	52	9	9	9	9	9	9	45	9
67	5	5	5	8	8	5	36	6	7	7	7	7	7	35	7
68	5	6	6	7	6	5	35	6	6	6	5	5	6	28	6
69	8	8	8	5	8	8	45	8	8	8	8	8	8	40	8
70	8	8	8	8	8	8	48	8	10	10	9	10	9	48	10
71	10	10	10	10	10	10	60	10	10	10	10	10	10	50	10
72	10	10	9	10	10	10	59	10	8	8	8	8	9	41	8
73	8	8	8	8	9	10	51	9	9	8	9	8	8	42	8
74	6	6	6	7	8	7	40	7	6	6	7	6	6	31	6
75	10	10	10	9	9	8	56	9	8	9	10	8	10	45	9
76	7	8	9	9	8	10	51	9	6	7	7	8	8	36	7
77	10	10	10	10	10	10	60	10	10	10	10	10	10	50	10
78	5	8	8	8	8	8	45	8	7	7	7	6	8	35	7
79	7	7	7	7	7	7	42	7	6	6	5	5	5	27	5
80	9	9	9	9	9	9	54	9	9	9	9	9	9	45	9
81	7	8	7	8	7	7	44	7	7	9	8	7	8	39	8
82	6	6	6	7	6	7	38	6	9	7	7	6	7	36	7
83	9	9	9	9	9	9	54	9	9	9	9	9	8	44	9
84	9	9	9	9	9	9	54	9	9	9	9	9	9	45	9
85	5	7	7	7	7	8	41	7	7	7	8	7	7	36	7
86	10	10	10	10	10	10	60	10	10	10	10	10	10	50	10
87	8	8	8	9	9	9	51	9	8	8	6	8	7	37	7
88	10	10	10	10	10	10	60	10	10	10	10	10	10	50	10
89	8	9	8	8	9	8	50	8	8	8	8	9	8	41	8
90	9	9	7	9	8	8	50	8	8	8	9	9	9	43	9
91	9	8	8	9	7	7	48	8	8	8	7	9	8	40	8
92	10	10	10	10	10	10	60	10	8	9	8	9	9	43	9
93	10	10	10	10	9	10	59	10	10	9	10	9	10	48	10
94	6	6	7	9	9	8	45	8	8	9	8	8	9	42	8
95	6	7	7	8	8	7	43	7	8	8	8	8	7	39	8
96	8	5	9	10	5	9	46	8	4	6	4	7	7	28	6
97	5	5	5	5	5	5	30	5	6	5	6	5	6	28	6
98	8	8	8	8	8	7	47	8	9	10	10	10	10	49	10
99	8	8	7	9	8	9	49	8	8	8	8	8	8	40	8
100	8	9	9	9	9	9	53	9	9	9	7	9	9	43	9
101	9	10	9	8	9	8	53	9	9	8	9	8	9	43	9
102	7	7	7	7	7	7	42	7	7	7	7	7	7	35	7
103	8	8	8	9	9	9	51	9	9	9	9	9	9	45	9
104	5	5	5	5	5	5	30	5	7	7	7	7	7	35	7
105	9	9	9	9	9	9	54	9	9	9	9	9	8	44	9
106	10	8	9	8	9	9	53	9	9	9	9	9	9	45	9
107	7	7	6	8	6	7	41	7	5	6	8	7	6	32	6
108	9	9	8	10	10	10	56	9	10	8	7	9	8	42	8
109	6	6	6	6	6	6	36	6	6	6	6	6	6	30	6
110	9	9	9	8	8	9	52	9	8	9	8	8	9	42	8
111	7	7	6	7	8	7	42	7	7	6	7	8	7	35	7
112	8	9	9	9	8	8	51	9	9	9	9	9	8	44	9
113	6	6	5	5	5	5	32	5	5	6	6	5	5	27	5
114	8	9	8	9	9	8	51	9	7	8	8	8	8	39	8
115	5	6	5	6	6	6	34	6	5	6	5	5	6	27	5
116	8	8	8	8	6	8	46	8	8	8	7	7	7	37	7
117	7	7	7	7	7	7	42	7	7	7	7	7	7	35	7

No	Persepsi Sikap Kegunaan (X4)				Jumlah (X4)	Mean (X4)	Minat Menggunakan (Y)								Jumlah (Y)	Mean (Y)
	1	2	3	4			1	2	3	4	5	6	7	8		
1	9	9	9	5	32	8	7	7	7	9	7	7	5	6	55	7
2	9	9	9	9	36	9	7	9	7	7	7	6	6	7	56	7
3	7	8	6	7	28	7	8	8	6	7	8	8	9	9	63	8
4	8	8	9	8	33	8	8	8	6	8	7	6	9	5	57	7
5	7	8	8	7	30	8	8	7	8	8	7	7	7	7	59	7
6	7	7	7	7	28	7	8	7	3	7	5	3	5	6	44	6
7	9	7	6	5	27	7	7	6	4	8	6	3	6	8	48	6
8	10	5	9	5	29	7	6	7	6	7	7	5	5	6	49	6
9	6	6	7	6	25	6	7	6	6	6	7	6	7	6	51	6
10	5	5	5	5	20	5	4	4	5	5	5	5	5	4	37	5
11	9	9	9	9	36	9	8	8	9	9	9	9	9	9	70	9
12	9	9	10	7	35	9	6	7	5	8	8	5	5	6	50	6
13	10	9	10	8	37	9	7	7	5	7	7	4	6	6	49	6
14	10	10	10	10	40	10	10	10	10	10	10	10	10	10	80	10
15	10	10	10	10	40	10	10	10	10	10	10	10	10	10	80	10
16	10	10	10	10	40	10	10	10	10	10	10	10	10	10	80	10
17	9	8	8	8	33	8	7	7	4	6	6	4	5	7	46	6
18	7	5	5	4	21	5	5	4	3	2	1	2	3	6	26	3
19	9	8	9	9	35	9	8	9	9	9	9	7	8	8	67	8
20	8	9	9	8	34	9	8	9	8	8	7	8	8	8	64	8
21	8	9	10	10	37	9	9	9	9	9	9	9	9	8	71	9
22	10	8	9	8	35	9	9	8	7	9	8	7	8	8	64	8
23	10	10	9	10	39	10	10	9	9	8	10	10	9	10	75	9
24	10	10	10	10	40	10	10	10	10	10	10	10	10	10	80	10
25	8	8	7	7	30	8	7	7	7	7	7	7	7	7	56	7
26	10	8	9	6	33	8	7	8	8	7	7	9	8	8	62	8
27	6	6	6	4	22	6	4	6	7	6	4	6	8	6	47	6
28	9	9	10	10	38	10	9	9	8	9	7	7	9	9	67	8
29	9	8	8	8	33	8	8	8	6	6	6	5	7	7	53	7
30	10	10	10	10	40	10	10	10	10	10	10	10	10	10	80	10
31	9	8	8	9	34	9	8	9	8	8	9	8	9	9	68	9
32	8	8	8	9	33	8	9	7	8	9	9	6	8	9	65	8
33	10	8	8	7	33	8	7	8	5	7	7	7	8	7	56	7
34	10	10	10	10	40	10	9	8	9	8	9	8	9	9	69	9
35	8	8	7	6	29	7	7	7	8	8	7	7	8	7	59	7
36	9	9	9	9	36	9	9	9	9	9	9	9	9	9	72	9
37	9	8	9	9	35	9	8	6	5	6	4	4	4	4	41	5
38	10	9	10	9	38	10	9	9	10	10	10	10	10	10	78	10
39	8	8	8	8	32	8	8	7	7	7	7	7	7	8	58	7
40	9	9	9	9	36	9	9	9	9	9	9	9	9	9	72	9
41	8	7	7	7	29	7	4	4	3	5	2	3	3	5	29	4
42	7	6	7	6	26	7	6	7	5	5	7	7	6	6	49	6
43	10	10	10	10	40	10	10	10	10	10	10	10	10	10	80	10
44	10	9	10	8	37	9	9	10	9	8	10	9	10	10	75	9
45	8	8	9	7	32	8	6	7	6	8	7	7	7	7	55	7
46	7	7	7	7	28	7	7	8	7	7	7	5	5	7	53	7
47	9	10	9	9	37	9	9	9	9	9	10	9	9	8	72	9
48	7	7	7	7	28	7	7	7	7	7	7	7	7	7	56	7
49	9	9	9	9	36	9	9	9	9	9	9	9	9	9	72	9
50	9	9	9	10	37	9	9	8	9	9	10	9	9	9	72	9
51	9	9	9	9	36	9	9	9	8	8	9	8	8	9	68	9
52	9	7	9	10	35	9	10	9	9	8	7	9	9	8	69	9
53	10	9	9	10	38	10	8	8	9	8	8	9	9	7	66	8
54	6	6	6	6	24	6	6	6	6	6	6	6	7	7	50	6
55	9	9	8	8	34	9	8	9	7	9	7	7	8	8	63	8
56	7	8	7	7	29	7	4	4	7	4	8	5	7	5	44	6
57	9	9	9	9	36	9	9	9	9	9	9	9	9	9	72	9
58	10	10	10	10	40	10	10	10	10	10	10	10	10	10	80	10
59	8	8	8	8	32	8	8	8	5	8	8	5	6	8	56	7
60	10	8	8	8	34	9	7	7	7	9	8	7	8	8	61	8
61	9	8	10	8	35	9	9	9	8	9	9	9	8	9	70	9
62	9	9	9	9	36	9	8	8	8	8	8	7	7	8	62	8

63	7	6	8	5	26	7	5	5	4	7	5	3	3	5	37	5
64	10	9	10	8	37	9	9	9	9	9	9	9	8	8	70	9
65	10	9	9	8	36	9	7	7	6	7	6	6	7	8	54	7
66	9	10	9	9	37	9	9	9	9	8	8	9	9	9	70	9
67	8	8	8	8	32	8	8	8	8	8	8	5	5	5	55	7
68	5	5	5	5	20	5	4	5	2	3	4	4	2	6	30	4
69	8	9	8	7	32	8	6	6	3	5	5	5	8	5	43	5
70	10	8	8	8	34	9	9	8	6	9	8	6	7	8	61	8
71	10	10	10	10	40	10	10	10	10	10	10	10	10	10	80	10
72	10	9	10	9	38	10	9	9	6	8	9	7	8	8	64	8
73	9	8	9	8	34	9	8	8	8	9	9	8	9	8	67	8
74	8	7	8	8	31	8	7	8	6	7	7	6	8	8	57	7
75	9	8	10	9	36	9	9	10	9	9	9	10	10	9	75	9
76	10	5	8	8	31	8	6	6	8	7	10	8	9	8	62	8
77	10	10	10	10	40	10	10	10	10	10	10	10	10	10	80	10
78	9	7	7	7	30	8	8	7	5	7	7	7	9	8	58	7
79	8	8	8	8	32	8	6	6	6	6	6	6	7	6	49	6
80	9	9	9	9	36	9	9	9	9	9	9	9	9	9	72	9
81	9	8	9	8	34	9	5	4	5	4	3	4	5	4	34	4
82	8	7	7	8	30	8	9	8	9	8	9	8	8	8	67	8
83	10	9	10	7	36	9	9	9	7	9	10	7	8	7	66	8
84	9	9	9	9	36	9	9	9	9	9	9	9	9	9	72	9
85	8	7	7	7	29	7	7	7	7	7	7	6	7	8	56	7
86	10	10	10	10	40	10	10	10	10	10	10	10	10	10	80	10
87	10	8	8	7	33	8	7	8	6	7	8	8	8	8	60	8
88	10	10	10	10	40	10	10	10	10	10	10	10	10	10	80	10
89	8	8	8	9	33	8	8	8	8	8	8	9	8	8	65	8
90	9	7	7	8	31	8	7	7	7	9	8	8	9	8	63	8
91	9	8	9	8	34	9	9	8	8	9	9	9	9	8	69	9
92	10	9	10	6	35	9	8	6	6	7	8	6	8	8	57	7
93	10	9	10	8	37	9	10	10	8	8	9	8	7	10	70	9
94	10	8	9	7	34	9	9	8	4	9	6	4	7	6	53	7
95	8	8	7	8	31	8	8	7	8	8	8	8	7	7	61	8
96	10	7	8	3	28	7	3	5	5	7	4	4	7	7	42	5
97	7	7	7	7	28	7	6	6	6	6	6	6	6	6	48	6
98	10	8	9	7	34	9	8	9	6	9	9	6	8	8	63	8
99	8	7	7	8	30	8	9	8	7	8	8	7	9	8	64	8
100	9	9	9	9	36	9	6	7	6	7	7	7	8	8	56	7
101	9	8	8	9	34	9	9	8	9	9	8	9	9	9	70	9
102	7	7	7	7	28	7	7	8	7	7	7	7	7	7	57	7
103	9	9	9	9	36	9	9	9	9	9	9	9	9	9	72	9
104	8	8	8	8	32	8	6	6	6	6	6	6	6	6	48	6
105	10	9	9	9	37	9	9	9	8	8	9	8	9	9	69	9
106	9	9	9	9	36	9	8	9	8	7	7	7	7	8	61	8
107	7	6	6	7	26	7	7	6	5	6	5	6	7	6	48	6
108	9	10	9	9	37	9	7	7	6	10	9	9	9	8	65	8
109	8	6	5	5	24	6	8	9	8	8	7	8	8	8	64	8
110	9	9	9	8	35	9	9	8	9	8	9	9	8	9	69	9
111	8	7	6	6	27	7	8	7	4	6	5	4	4	7	45	6
112	8	8	9	9	34	9	10	10	7	10	8	8	8	8	69	9
113	5	5	6	6	22	6	5	6	5	5	6	6	5	5	43	5
114	10	10	10	10	40	10	10	8	8	8	8	8	8	8	66	8
115	5	6	6	5	22	6	5	6	6	6	5	6	6	6	46	6
116	9	8	8	8	33	8	7	7	6	8	8	5	8	8	57	7
117	7	7	6	7	27	7	6	7	5	6	6	5	6	6	47	6

LAMPIRAN 3

Hasil Pengumpulan Data

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Prosentase (%)
1	Laki-laki	35	29,60%
2	Perempuan	82	70,40%
Total		117	100

No	Usia	Jumlah	Prosentase (%)
1	17- 19 Tahun	2	1,80%
2	20 - 22 Tahun	83	71,30%
3	23 - 25 Tahun	32	26,90%
Total		117	100

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah	Prosentase (%)
1	SMA/SMK/MA/Sederajat	62	53,90%
2	Diploma 1/2/3	2	1,70%
3	S1	50	43,50%
4	S2	1	0,90%
Total		117	100%

No	Domisili	Jumlah	Prosentase (%)
1	Sleman	80	69,60%
2	Yogyakarta	22	19,10%
3	Bantul	8	7%
4	Kulon Progo	3	2,60%
5	Gunung Kidul	2	1,70%
Total		117	100%

No	Pekerjaan	Jumlah	Prosentase (%)
1	Mahasiswa/Pelajar	87	75,70%
2	Pegawai Swasta	8	7,00%
3	Pengusaha	1	0,90%
4	Lainnya	19	16,50%
Total		117	100%

No	Pendapatan/Penghasilan	Jumlah	Prosentase (%)
1	<Rp 1.000.000	46	40,00%
2	Rp 1.000.001 - Rp 1.500.000	30	26,10%
3	Rp 1.500.001 - Rp 2.500.000	22	19%
4	Rp 2.500.001 - Rp 4.000.000	11	9,60%
5	>Rp 4.000.000	6	5,20%
Total		117	100%

No	Sudah menjad investor emas di Pegadaian Digital	Jumlah	Prosentase (%)
1	Iya	12	10,30%
2	Belum	105	89,70%
Total		117	100

No	Investasi emas selain di Pegadaian Digital	Jumlah	Prosentase (%)
1	Iya	28	23,90%
2	Tidak	89	76,10%
Total		117	100

No	Pilihan jenis investasi	Jumlah	Prosentase (%)
1	Tabungan Emas	108	92,30%
2	Cicil Emas	22	18,80%
3	Cicil Emas Arisan	2	2%
4	Cicil EmasKu	2	1,70%
Total		134	115%

No	Pengeluaran rutin setiap bulan	Jumlah	Prosentase (%)
1	<Rp 1.000.000	44	37,60%
2	Rp 1.000.001 - Rp 1.500.000	44	37,60%
3	Rp 1.500.001 - Rp 2.500.000	25	21%
4	Rp 2.500.001 - Rp 4.000.000	4	3,40%
Total		117	100%

No	Besarnya Investasi Emas	Jumlah	Prosentase (%)
1	<1 gram	22	18,80%
2	1-10 gram	84	71,80%
3	10-25 gram	6	5%
4	>25 gram	5	4,30%
Total		117	100%

No	Aplikasi yang akan digunakan responden untuk berinvestasi emas	Jumlah	Prosentase (%)
1	Pegadaian Digital	51	43,60%
2	Shopee	35	29,90%
3	Bukalapak	6	5%
4	Dana Emas	40	34%
5	Tokopedia	22	19%
4	Pluang	8	6,80%
Total		162	138%

No	Frekuensi Transaksi Emas	Jumlah	Prosentase (%)
1	Setiap hari	3	2,60%
2	Sekali dalam seminggu	12	10,30%
3	Sekali dalam sebulan	49	42%
4	Pada saat tertentu	53	45,30%
Total		117	100%

LAMPIRAN 4

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Pengetahuan Keuangan Syariah(X1)

No Pertanyaan	Hasil Uji Validitas	Measure	S.E.Measure	Infit	Outfit
1	0.867	2.322	0.568	1.186	2.064
2	0.967	3.922	1.034	1.146	5.208
3	0.967	3.922	1.034	0.969	0.463
4	0.900	2.682	0.636	1.045	1.975
5	0.933	3.158	0.755	0.998	0.684
6	0.867	2.322	0.568	0.866	0.539
7	0.533	0.217	0.417	0.756	0.724
8	0.667	0.931	0.432	0.837	0.709
9	0.933	3.158	0.755	0.995	0.622
10	0.967	3.922	1.034	1.068	0.931
11	0.900	2.682	0.636	1.079	2.015
12	0.633	0.747	0.426	0.865	0.735
13	0.533	0.217	0.417	0.739	0.694
14	0.633	0.747	0.426	1.213	1.348
15	0.900	2682	0.636	1.092	0.975
16	0.767	1535	0.471	1.109	0.984
17	0.933	3158	0.755	1.082	2.641
18	0.700	1121	0.442	0.990	0.792
19	1.233	3157	0.755	1.071	2.095
20	0.533	12.925	2.094	2.417	0.130

Model Fit	
	Person Reliability
scale	0.737

2. Persepsi Kegunaan(X2)

No Pertanyaan	item-rest correlation	If item dropped	
		Cronbach's	McDonald's
1	0.703	0.938	0.939
2	0.837	0.923	0.924
3	0.827	0.924	0.926
4	0.819	0.926	0.926
5	0.849	0.921	0.923
6	0.852	0.921	0.922

	Mean	SD	Cronbach's	McDonald's
scale	7.99	1.58	0.937	0.938

3. Persepsi Kemudahan Penggunaan (X3)

No Pertanyaan	item-rest correlation	If item dropped	
		Cronbach's	McDonald's
1	0.905	0.914	0.927
2	0.900	0.915	0.929
3	0.767	0.949	0.951
4	0.842	0.929	0.939
5	0.853	0.926	0.926

	Mean	SD	Cronbach's	McDonald's
scale	7.92	1.53	0.940	0.948

4. Persepsi Sikap Kegunaan (X4)

No Pertanyaan	item-rest correlation	If item dropped	
		Cronbach's	McDonald's
1	0.710	0.913	0.921
2	0.865	0.862	0.881
3	0.863	0.861	0.880
4	0.793	0.896	0.899

	Mean	SD	Cronbach's	McDonald's
scale	8.92	1.46	0.910	0.918

5. Minat Menggunakan (Y)

No Pertanyaan	item-rest correlation	If item dropped	
		Cronbach's	McDonald's
1	0.823	0.955	0.959
2	0.900	0.948	0.952
3	0.886	0.948	0.955
4	0.862	0.951	0.956
5	0.911	0.944	0.951
6	0.881	0.951	0.955

	Mean	SD	Cronbach's	McDonald's
scale	7.42	1.78	0.958	0.962

LAMPIRAN 5
Hasil Analisis Deskriptif

Keterangan	N	Minimum	Maximum	Mean	Median	Std. Deviation
Pengetahuan Keuangan Syariah	117	10	20	16	16	2.33
Persepsi Kegunaan	117	5	10	8.10	8	1.35
Persepsi Kemudahan Penggunaan	117	4	10	7.91	8	1.38
Persepsi Sikap Penggunaan	117	5	10	8.37	9	1.21
Minat Menggunakan	117	3	10	7.67	8	1.56

LAMPIRAN 6
Hasil Analisis Data

Model Tests			
Label	X ²	df	p
User Model	13.3	3	0.004
Baseline Model	278.7	7	< .001

Fit Indices				
RMSEA	CFI	TLI	GFI	adj. GFI
0.172	0.962	0.911	0.999	0.150

R-squared	
Variable	R ²
Persepsi Sikap Penggunaan (X4)	0.749
Minat Menggunakan (Y)	0.587

Parameter Estimates					
Dep	Pred	Estimate	SE	ß	p
Persepsi Sikap Penggunaan (X4)	Persepsi Kegunaan (X2)	0.376	0.0673	0.4197	< .001
Persepsi Sikap Penggunaan (X4)	Persepsi Kemudahan Penggunaan (X3)	0.435	0.0659	0.4957	< .001
Minat Menggunakan (Y)	Pengetahuan Keuangan Syariah (X1)				0.463
Minat Menggunakan (Y)	Persepsi Sikap Penggunaan (X4)	0.982	0.0762	0.7660	< .001

Variances and Covariances					
Variable 1	Variable 2	Estimate	SE	ß	P
Persepsi Sikap Penggunaan (X4)	Persepsi Sikap Penggunaan (X4)	0.36666	0.0479	0.25058	< .001
Minat Menggunakan (Y)	Minat Menggunakan (Y)	0.99303	0.99303	0.41319	< .001
Persepsi Kegunaan (X2)	Persepsi Kegunaan (X2)	181.854	0.0000	100.000	
Persepsi Kegunaan (X2)	Persepsi Kemudahan Penggunaan(X3)	146.263	0.0000	0.78745	
Persepsi Kegunaan (X2)	Pengetahuan Keuangan Syariah (X1)	0.00942	0.0000	0.07591	
Persepsi Kemudahan Penggunaan(X3)	Persepsi Kemudahan Penggunaan(X3)	189.714	0.0000		
Persepsi Kemudahan Penggunaan(X3)	Pengetahuan Keuangan Syariah (X1)		0.0000		
Pengetahuan Keuangan Syariah (X1)	Pengetahuan Keuangan Syariah (X1)	0.00847	0.0000		

Defined Parameter						
Label	Description	Parameter	Estimate	SE	ß	p
IE1	Persepsi Kegunaan (X2) > Persepsi Sikap Penggunaan (X4)> Minat Menggunakan (Y)	p1*p3	0.370	0.072	0.321	<.001
IE2	Persepsi Kemudahan penggunaan (X3) > Persepsi Sikap penggunaan (X4) > Minat menggunakan	p2*p3	0.427	0.073	0.380	<.001



RIWAYAT HIDUP

Penulis Bernama Amelia Puspita Widiawati, lahir di Cilacap, 03 Desember 2000 sebagai anak pertama dari 3 bersaudara. Saat ini bertempat tinggal di Desa Wanareja, Cilacap. No Hp (082134345812). Alamat e-mail ameliapuspita442@gmail.com. Pendidikan SD ditempuh di SDN Wanareja 06, Cilacap pada tahun 2012, Pendidikan SMP ditempuh di SMPN 1 Wanareja lulus pada tahun 2015, Pendidikan SMA bersekolah di SMAN 1 Majenang dan lulus pada tahun 2018. Pendidikan selanjutnya pada tahun 2017 penulis diterima di Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia. Selama di bangku perkuliahan penulis aktif dalam berbagai kegiatan kepanitiaan yang berada di kampus.

