

**PENGARUH FAKTOR BUDAYA, SOSIAL, PRIBADI DAN PSIKOLOGIS  
TERHADAP MINAT MASYARAKAT DALAM INVESTASI EMAS  
(STUDI KASUS NASABAH PT. PEGADAIAN CABANG PURWOKERTO)**



**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri  
Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Untuk Memperoleh Salah Satu Syarat Guna  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S. E)

**Oleh:**

**ANNISA NURUL KHOLID  
NIM. 1717201058**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARI'AH  
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K.H. SAIFUDIN ZUHRI  
PURWOKERTO  
2022**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini, saya :

Nama : Annisa Nurul Kholid

NIM : 1717201058

Jenjang : S-1

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi dan Keuangan Syariah

Program Studi : Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologis Terhadap Minat Masyarakat Dalam Investasi Emas (Studi Kasus Nasabah PT. Pegadaian cabang Purwokerto)

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali dalam bentuk bagian-bagian yang dirujuk sumbernya

Purwokerto, 25 Januari 2022

Saya yang menyatakan,



**Annisa Nurul Kholid**  
**NIM. 1717201058**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

**LEMBAR PENGESAHAN**

Skripsi Berjudul

**PENGARUH FAKTOR BUDAYA, SOSIAL, PRIBADI DAN PSIKOLOGIS  
TERHADAP MINAT MASYARAKAT DALAM INVESTASI EMAS (Studi  
Kasus Nasabah Pt. Pegadaian Cabang Purwokerto)**

Yang disusun oleh Saudara **Annisa Nurul Kholid NIM 1717201058**  
Jurusan/Program Studi **Ekonomi Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN  
Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Rabu** tanggal **02  
Februari 2022** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar  
**Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I  
NIP. 19851112 200912 2 007

Sekretaris Sidang/Penguji

Ma'ruf Hidayat, M.H.  
NIP. 19940604 201903 1 015

Pembimbing/Penguji

H. Sochim, Lc., M.Si.  
NIP. 19691009 200312 1 001

Purwokerto, 10 Februari 2022

Mengetahui/Mengesahkan

Dekan



**Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.**

NIP. 19730921 200212 1 004

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth: Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri

di-

Purwokerto.

*Assalamu'alaikum Wr.Wb*

Setelah melakukan bimbingan, telah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudara Annisa Nurul Kholid NIM. 1717201058 yang berjudul:

**Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologis Terhadap Minat Masyarakat dalam Investasi Emas (Studi Kasus Nasabah PT. Pegadaian Cabang Purwokerto)**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah sapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomu Syari'ah (S.E)

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Purwokerto, 17 Januari 2022

Pembimbing,



**H. Sochim, Lc., M.Si**

NIP.19691009 200312 1 001

## **MOTTO**

“Hidup hanya sekali, berikanlah yang terbaik”

“ Apapun yang menjadi takdirmu, akan mencari jalannya menemukanmu”

**(Ali bin Abi Thalib)**



**THE EFFECT OF CULTURAL, SOCIAL, PERSONAL AND  
PSYCHOLOGICAL FACTORS ON COMMUNITY INTEREST IN GOLD  
INVESMENT**

*(Case Study Of Customers Of PT. Pegadaian Purwokerto Branch)*

**Annisa Nurul Kholid**  
**NIM. 1717201058**

Email: [anisanurulkholid29@gmail.com](mailto:anisanurulkholid29@gmail.com)

*Islamic Economics Department, Faculty Of Islamic Economics And Business  
State Islamic University Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto*

**ABSTRACT**

*Each individual has their own way of managing their finances, apart from being used to meet economic needs, they are also allocated in the form of savings to be used for future results or long-term needs. Gold investment is an investment that protects the value of currency because gold is zero inflation (anti-inflation), if you pay attention to the rate of inflation, the price of gold is always directly proportional. Seeing the phenomenon of the choice of gold investment types and the increasing number of people who are interested in investing in gold, PT. Pegadaian offers several products to the public regarding gold investment.*

*The type of research is quantitative population in this study is a sufficient number of targets to serve as a population of 12.721 customers of PT. Pegadaian Purwokerto Branch (based on customer data as of June 23, 2021). The sampling technique was carried out using incidental sampling and obtained 100 respondents who were registered as customers of PT. Pegadaian Purwokerto Branch. The variables on this study consisted of the independent variables cultural factors (X1), social factors (X2), personal factors (X3) and psychological factors (X4), and community interest (Y) as variables dependent. The method of data collection in this research is by distributing questionnaires and interviews with several sources. The data analysis technique used is the multiple linear regression test.*

*Based on multiple linear regression analysis, it can be seen that cultural, social, personal, and psychological factors simultaneously affect the public interest in investing in gold at PT. Pegadaian Purwokerto Branch. While cultural factors and social factors partially have no influence on public interest in gold investment. However, personal and psychological factors partially have a significant influence on public interest in gold investment.*

**Keywords: Customer Behavior Factors, Gold Investment.**

**PENGARUH FAKTOR BUDAYA, SOSIAL, PRIBADI DAN PSIKOLOGIS  
TERHADAP MINAT MASYARAKAT DALAM INVESTASI EMAS  
(Studi Kasus Nasabah PT. Pegadaian cabang Purwokerto )**

**Annisa Nurul Kholid**  
**NIM. 1717201058**

Email: [anisanurulkholid29@gmail.com](mailto:anisanurulkholid29@gmail.com)

Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonmi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

**ABSTRAK**

Setiap individu memiliki caranya sendiri untuk mengelola keuangannya, selain digunakan untuk pemenuhan kebutuhan ekonomi, juga dialokasikan dalam bentuk simpanan untuk bisa dimanfaatkan hasilnya pada waktu yang akan datang atau kebutuhan jangka panjang. Investasi emas merupakan bentuk investasi yang melindungi nilai mata uang karena emas sifatnya *zero inflation* (anti inflasi), jika diperhatikan dengan laju inflasi, harga emas selalu berbanding lurus. Melihat fenomena pemilihan jenis investasi emas dan jumlah masyarakat yang tertarik melakukan investasi emas semakin meningkat, maka PT. Pegadaian menawarkan beberapa produk kepada masyarakat tentang investasi emas.

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dan populasi dalam penelitian ini, merupakan jumlah populasi yang mencakup sebesar 12.721 nasabah PT. Pegadaian Cabang Purwokerto (berdasarkan data nasabah per tanggal 23 Juni 2021). Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan *incidental sampling* dan dihitung dengan menggunakan rumus Slovin sehingga diperoleh sebesar 100 responden yang tercatat sebagai nasabah PT. Pegadaian cabang Purwokerto. Variabel penelitian ini terdiri dari variabel bebas Faktor Budaya (X1), Faktor Sosial (X2), Faktor pribadi (X3), Faktor Psikologis (X4), dan Minat Masyarakat (Y) sebagai variabel terikat. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menyebar kuesioner dan wawancara dengan beberapa narasumber. Teknik analisis data yang digunakan yaitu dengan uji regresi linear berganda.

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda dapat diketahui bahwa Faktor Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologis secara simultan berpengaruh terhadap Minat Masyarakat dalam melakukan investasi emas di PT. Pegadaian cabang Purwokerto. Sedangkan faktor budaya dan faktor sosial secara parsial tidak memiliki pengaruh terhadap minat masyarakat dalam investasi emas, namun faktor pribadi dan psikologis secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat dalam investasi emas.

**Kata kunci: Faktor Perilaku Konsumen, Investasi Emas**

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

### A. Konsonan Tunggal

Huruf arab	Nama	Huruf latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	S a	S	Es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	H}a	H}	Ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Z al	Z	Zet (dengan titik diatas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	S}ad	S}	Es (dengan titik di bawah)
ض	D}ad	D}	De (dengan titik di bawah)
ط	T}a	T}	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Z}a	Z}	Zet (dengan titik di bawah)
ع	'Ain	'	Apostrof terbalik
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qof	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye



**B. Konsonan rangkap karena *syaddah* ditulis rangkap**

مُتَعَدِّدَةٌ	ditulis	<i>muta'addidah</i>
عِدَّةٌ	ditulis	<i>iddah</i>

**C. *Ta' Marbutah* di akhir kata bila dimatikan tulis *h***

حِكْمَةٌ	ditulis	<i>ḥikmah</i>
جِزْيَةٌ	ditulis	<i>Jizyah</i>

(Ketentuan ini tidak diperlukan pada kata-kata arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti zakat, shalat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya)

1. Bila diikuti dengan kata sandang “*al*” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan *h*.

كِرَامَةُ الْأَوْلِيَاءِ	ditulis	<i>kāramah al-auliya'</i>
--------------------------	---------	---------------------------

2. Bila *ta' marbutah* hidup atau dengan harakat, *fathah* atau *kasrah* atau *ḍammah* ditulis dengan *t*.

زَكَاةُ الْفِطْرِ	ditulis	<i>zakāt al-fiṭr</i>
-------------------	---------	----------------------

**D. Vokal Pendek**

◌َ	<i>fathah</i>	Ditulis	A
◌ِ	<i>kasrah</i>	Ditulis	I
◌ُ	<i>ḍammah</i>	Ditulis	U

**E. Vokal Panjang**

1.	<i>fathah + alif</i>	Ditulis	ā
	جَاهِلِيَّةٌ	Ditulis	<i>ḥahiliyyah</i>

2.	<i>fathah</i> + ya' mati	Ditulis	ā
	تَنَسَّى	Ditulis	<i>tansā</i>
3.	<i>kasrah</i> + ya' mati	Ditulis	ī
	كَرِيمٍ	Ditulis	<i>karīm</i>
4.	<i>dammah</i> + wau mati	Ditulis	ū
	فُرُوضٌ	Ditulis	<i>furūd</i>

### F. Vokal Rangkap

1.	<i>fathah</i> + ya' mati	Ditulis	Ai
	بَيْنَكُمْ	Ditulis	<i>Bainakum</i>
2.	<i>fathah</i> + wau mati	Ditulis	Au
	قَوْلٌ	Ditulis	<i>Qaul</i>

### G. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أَنْتُمْ	Ditulis	<i>a'antum</i>
أَعِدَّتْ	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لِئِنْ شَكَرْتُمْ	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

### H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*

الْقُرْآنُ	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
الْقِيَاسُ	Ditulis	<i>al-Qiyās</i>

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf *l (el)* nya

الْقُرْآنُ	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
الْقِيَاسُ	Ditulis	<i>al-Qiyās</i>

### I. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya

دَوَى الْفُرُوضِ	Ditulis	<i>zawī al-furūd</i>
------------------	---------	----------------------



## PERSEMBAHAN

Dengan segenap cinta, ketulusan dan keikhlasan hati, penulis mempersembahkan skripsi in kepada:

1. Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah-Nya dan kesempatan untuk belajar.
2. Orang yang paling saya hormati dan sangat saya cintai yaitu kedua orang tua saya dan kakek nenek saya Bapak Abdul Kholid, Ibu Sofuroh, Bapak H. Aspuri dan Ibu Hj. Kamiah yang sedari dulu sudah membantu mengasuh, mendidik, serta membiayai segala fasilitas saya dan selalu mengiringi langkah penulis dengan bantuan do'a beserta curahan kasih sayang yang tulus. Semoga AllahSWT senantiasa memberikan kesehatan, kebahagiaan, panjang umur, lapang dada dan selalu diberikan rezeki yang lancar serta berkah.
3. Adik yang tercinta dan tersayang, Alfi Fauziah atas iringan do'a dan dukungannya yang tiada henti untuk saya, semoga Allah SWT selalu memberikan kemudahan disetiap langkah mu dan memberikan rezeki yang lancar dan berkah.
4. Terima kasih kepada dosen-desen saya atas segala ilmu yang telah diberikan untuk saya selama menimba ilmu di UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto baik tentang ilmu pengetahuan ataupun ilmu kehidupan.
5. Almamater Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto khususnya teman-teman seperjuanganku jurusan Ekonomi Syariah B angkatan 2017, yang selalu membantu, memberikan motivasi, berbagi keceriaan, dan melewati setiap suka dan duka selama kuliah, terima kasih banyak sehingga tersusunlah skripsi ini.

## **KATA PENGANTAR**

Segala puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi, yang berjudul “Pengaruh faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis terhadap minat masyarakat dalam investasi emas (studi kasus nasabah PT. Pegadaian cabang Purwokerto)”. Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan Studi Jenjang Strata 1 (S1) Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

Penulis menyadari sepenuhnya, telah banyak mendapatkan dukungan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, dengan setulus hati penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Dr. H. Moh. Roqib, M.Ag. Rektor UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
2. Prof. Dr. Fauzi, M.Ag. Wakil Rektor I UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
3. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag. Wakil Rektor II UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
4. Dr. H. Sulkhan Chakim, M.Ag. Wakil Rektor III UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
6. Yoiz Shohwa Shafrani, M.Si. Ketua Jurusan Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
7. Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.Si. Koordinator Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
8. Bapak H. Sochim, Lc., M.Si. Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan arahan, masukan dan saran dalam penyusunan skripsi ini
9. Seluruh dosen Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan yang sangat berguna serta akhlak yang tidak ternilai harganya

10. Seluruh staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. Saifuddin Zuhri Purwokerto dan perpustakaan Universitas yang telah direpotkan selama pembuatan skripsi ini
11. Seluruh keluarga besar penulis Bapak Abdul Kholid, Ibu Sofuroh, Bapak H. Aspuri, Ibu Hj.Kamiah, dan Alfi Fauziah serta semua keluarga penulis yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, kalian semua adalah semangat hidup bagi penulis yang telah memberikan doa agar selalu melangkah dengan optimis dan penuh Ridho
12. Untuk teman-teman seperjuangan Jurusan Ekonomi Syariah B angkatan 2017, terima kasih atas kebersamaan kita dalam suka maupun duka
13. Terima kasih kepada para sahabat penulis yang paling tersayang terkhusus, Savira Berliana Febrianti, Indah Febri Lestari, Latif Fatimah, Nur Afifah, Nur Rahmawati, Anisa Mahasari, Nurul Faisah dan sahabat-sahabat lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang selalu memberikan semangat dan kebersamaannya
14. Terima kasih untuk kakak sepupu penulis, Sartika Devi yang sudah menemani saya sampai akhir tahun 2012 karena memang harus dipisahkan dengan takdir
15. Terima kasih untuk tante sepupu saya, Iyas Sulastri dan dede Asma' karena selalu membantu, mendoakan, menyemangati saya selama ini
16. Terima kasih untuk seluruh angkatan 17 pondok Mahasiswa Modern Zam-zam Purwokerto
17. Terima kasih untuk seluruh karyawan yang sekaligus menjadi keluarga di tempat PPL Badan Pertanahan Nasional Purbalingga
18. Terima kasih untuk Ibu Rustiani dan Ibu Retno selaku narasumber di PT. Pegadaian cabang Purwokerto
19. Terima kasih untuk semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu
20. *Last but not least*, terima kasih banyak untuk diriku sendiri karena sudah bertahan dan berjuang selama ini, meskipun dalam keadaan yang bisa dibilang tidak ramah, namun aku memilih bertahan. *I love me and i'm so proud of me*

Semoga amal kebaikan semua pihak yang memberikan bantuan dan bimbingannya dalam penyusunan skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya pembaca pada umumnya.

Purwokerto, 25 Januari  
2022



**Annisa Nurul Kholid**  
NIM. 1717201058



#### DAFTAR ISI

<b>COVER</b> .....	i
<b>PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	ii
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING</b> .....	iii
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	iv

<b>MOTTO</b> .....	v
<b>ABSTRAC</b> .....	vi
<b>ABSTRAK</b> .....	vii
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA</b> .....	viii
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	ix
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xv
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xvii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xviii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	9
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	10
D. Sistematika Penulisan.....	11
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Pegadaian .....	12
B. Investasi.....	16
C. Logam mulia .....	20
D. Perilaku konsumen .....	25
E. Minat .....	28
F. Kajian pustaka .....	29
G. Kerangka pemikiran .....	32
H. Hipotesis penelitian .....	33
I. Landasan teologis .....	34
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
A. Jenis penelitian .....	37
B. Tempat dan Waktu penelitian .....	37
C. Populasi dan Sampel penelitian.....	38



D. Variabel dan indikator penelitian .....	39
E. Pengumpulan data .....	42
F. Metode analisis data .....	44

**BAB IV HASIL PENELITIAN**

A. Gambaran umum objek penelitian .....	50
B. Profil responden .....	52
C. Hasil uji analisis data.....	60
D. Pembahasan .....	68

**BAB V PENUTUPAN**

A. Kesimpulan.....	73
B. Saran .....	75

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**



**DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 Jumlah Nasabah PT. Pegadaian Cabang Purwokerto .....	8
Tabel 2.1 Perbedaan Pegadaian Konvensional Dan Syariah .....	11
Tabel 2.2 Biaya Transaksi Tabungan Emas .....	20
Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu .....	27

Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden .....	49
Tabel 4.2 Usia Responden.....	49
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden .....	50
Tabel 4.4 Kriteria Hasil Tanggapan Responden .....	51
Tabel 4.5 Persepsi Responden Terhadap Faktor Budaya.....	51
Tabel 4.6 Persepsi Responden Terhadap Faktor Sosial .....	52
Tabel 4.7 Persepsi Responden Terhadap Faktor Pribadi .....	52
Tabel 4.8 Persepsi Responden Terhadap Faktor Psikologis .....	53
Tabel 4.9 Persepsi Responden Terhadap Minat .....	54
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas.....	54
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas .....	55
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolonieritas .....	57
Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	59
Tabel 4.14 Hasil Uji Parsial (T) .....	61
Tabel 4.15 Hasil Uji Simultan (F).....	63
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	63

#### **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 Grafik Harga Emas Selama 5 Tahun Terakhir .....	4
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran .....	29
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. Pegadaian Cabang Purwokerto.....	48
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas.....	56



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Setiap individu memiliki caranya sendiri untuk mengelola keuangannya, selain digunakan untuk pemenuhan kebutuhan ekonomi, juga dialokasikan dalam bentuk simpanan untuk bisa dimanfaatkan hasilnya pada waktu yang akan datang atau kebutuhan jangka panjang. Lembaga-lembaga yang dipilih dan dipercayakan untuk mengelola dananya pun beragam, salah satunya adalah PT. Pegadaian dan cara yang dipilih adalah dengan Investasi Emas. Perihal inilah yang menjadikan dan membuktikan dunia investasi yang semakin berkembang di tengah masyarakat yang kemudian para pihak pengelola menciptakan berbagai produk untuk ditawarkan (Yudho & Jogiyanto, 2015) investasi emas masuk ke dalam pasar modal, dimana pasar modal itu sendiri berfungsi sebagai lembaga perantara (*intermediaries*) yang menunjang perekonomian, selain itu pasar modal juga dapat mendorong terciptanya alokasi dana yang efisien (Tandelin, 2001:13). Dalam hukum Islam, kegiatan berinvestasi masih termasuk ke dalam kegiatan muamalah, di mana hukum asal muamalah itu adalah *mubah* (boleh), sehingga hukum investasi dikatakan boleh sampai ada dalil atau nas syarak yang melarangnya atau mengharamkannya (Ahmad Dahlan M: 2017) hal ini menunjukkan bahwa kegiatan investasi yang di lakukan pada saat sekarang akan sangat bermanfaat untuk memenuhi kehidupan di masa yang akan datang, Allah SWT befirman dalam Q.S Yusuf :

47

قَالَ تَزْرَعُونَ سَبْعَ سِنِينَ دَابًّا فَمَا حَصَدْتُمْ فَذَرُوهُ فِي سُنْبُلَةٍ إِلَّا قَلِيلًا مِمَّا تَأْكُلُونَ

(47)

*Artinya : "Dia (Yusuf) berkata, agar kamu bercocok tanam tujuh tahun (berturut-turut) sebagaimana biasa; kemudian apa yang kamu tuai hendaklah kamu biarkan di tangkainya kecuali sedikit untuk kamu makan" (Q.S Yusuf : 47).*

Pelajaran dan hikmah yang dapat diambil dari ayat di atas adalah, supaya kita mampu mengelola harta yang dimiliki, dalam ayat tersebut bentuk hartanya adalah lahan untuk ditanam tanaman selama tujuh tahun berturut-turut dan ketika setiap tangkai yang ditanam berbuah atau panen maka biarkan tangkainya atau hasilnya dan ambil sedikit untuk dijadikan bahan konsumsi sehari-hari, sisanya untuk menjadi bahan persediaan (Pardiansyah, 2017:345).

Adanya persaingan pemasaran yang berada di antara beberapa lembaga keuangan, membuat masing-masing instansi menciptakan sistem pemasarannya sendiri demi menarik perhatian calon nasabah. Menurut Kotler dan Keller di dalam bukunya menyebutkan bahwa pemasaran (*marketing*) adalah pengidentifikasian dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial dengan cara yang menguntungkan. Konsep pemasaran beranggapan bahwa kunci untuk mencapai tujuan organisasi adalah menjadi lebih efektif daripada pesaing dalam menciptakan, menghantarkan, dan mengomunikasikan nilai pelanggan melalui produk yang lebih baik kepada pasar sasaran yang dipilih (Kotler dan Keller, 2009: 5).

Perkembangan Perum Pegadaian telah berjasa serta ikut andil yang besar dalam membina kesejahteraan masyarakat. Hal ini sesuai dengan peraturan pemerintah No. 10 tahun 1983 tentang sifat utama Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yaitu tentang Perusahaan Umum (Perum) disyaratkan berusaha dalam penyediaan jasa bagi masyarakat (Agustin, 2020 : 15).

Investasi emas merupakan bentuk investasi yang melindungi nilai mata uang karena emas sifatnya *zero inflation* (anti inflasi), jika diperhatikan dengan laju inflasi, harga emas selalu berbanding lurus. Dengan istilah lain, jika laju inflasi tinggi maka akan semakin tinggi pula kenaikan harga emas (Apriliyani, 2014). Emas merupakan salah satu komoditas investasi yang populer di kalangan masyarakat, perkembangan investasi logam mulia di Indonesia saat ini sedang mengalami peningkatan yang sangat pesat dan investasi logam mulia juga dianggap sebagai instrumen yang tidak pernah lekang oleh waktu (Habibah, 2017). Investor dapat menjual emas kapan saja dan mendapatkan keuntungan yang besar karena harga emas yang cenderung stabil dan bertambah

atau naik tiap tahunnya sehingga cocok untuk dijadikan investasi jangka panjang (Dahlan, 2017) hal inilah yang mendasari minat masyarakat untuk melakukan investasi emas sebagai pilihan untuk tabungan di masa yang akan datang.

Melihat fenomena pemilihan jenis investasi emas dan jumlah masyarakat yang tertarik melakukan investasi emas semakin meningkat, maka PT. Pegadaian menawarkan beberapa produk kepada masyarakat tentang investasi emas. Produk-produk pegadaian yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat salah satunya adalah investasi emas, investasi emas bisa melalui beberapa jenis diantaranya adalah: Mulia, Tabungan Emas, dan Konsinyasi Emas (Profil Pedaian). Kebanyakan masyarakat cenderung menggunakan produk tabungan emas sebagai bentuk investasi emas. Pembukaan tabungan emas sendiri bisa dilakukan melalui loket, aplikasi yang disediakan, dan *marketplace* yang menyediakan jasa investasi emas (berdasarkan wawancara Ibu Rustini selaku *head sales* pegadaian cabang Purwokerto, 21 Juni 2021). Perusahaan gadai milik negara, PT. Pegadaian (Persero) mencatatkan peningkatan jumlah nasabah Tabungan Emas menjadi 4,8 Juta pada Januari 2020, seiring trend meroketnya harga emas dunia, yang mendorong minat masyarakat untuk berinvestasi di logam mulia tersebut (Lumanaow, 2020).

Harga emas yang naik turun membuat para konsumen harus pintar-pintar mengatur pembelian dan penjualan emas. Perubahan harga emas yang cenderung naik turun tiap tahunnya akan mempengaruhi permintaan emas yang berada pada kawasan wilayah Indonesia. Dalam analisis ekonomi diasumsikan bahwa permintaan suatu barang sangat dipengaruhi oleh harga barang itu sendiri, sementara faktor bukan harga diasumsikan dalam keadaan *ceteris paribus*. Permintaan terhadap suatu barang akan diikuti oleh kemampuan beli seseorang. Permintaan akan barang terjadi, ketika konsumen memiliki keinginan dan kemampuan membeli (Rizkiyanti, 2015).

### Gambar 1.1



Sumber data: <https://harga-emas-org/grafik/>

Berdasarkan grafik di atas, maka dapat disimpulkan bahwa harga emas per 1 gram tiap tahunnya cenderung meningkat terutama pada akhir tahun 2019 sampai awal tahun 2020, meskipun mengalami penurunan tingkat harga pada bulan Mei 2020 dan langsung melonjak naik pada kisaran bulan Agustus. Dengan demikian nilai harga emas tetaplh stabil baik pada tingkat pembelian maupun *buy back* Antam.

Hukum Islam memberikan pandangan terhadap investasi emas yang mana kegiatan jual beli emas secara tidak tunai, baik melalui jual beli biasa tau jual beli murabahah, hukumnya adalah mubah atau boleh selama emas tidak menjadi alat tukar yang resmi atau sebagai mata uang (Fauziyah, 2019). Berdasarkan syarat sah jual beli emas dalam persepektif muamalah, emas yang dijual oleh pihak bank atau non bank ialah objeknya sudah ada. Dalam artian pihak bank atau non bank sudah memiliki emas tersebut sebelum diperjual belikan lagi kepada konsumen atau nasabah (Ningsih, 2020:36).

Pengertian minat secara bahasa adalah usaha dan keauan untuk mempelajari dan mencari sesuatu. Sedangkan secara istilah minat merupakan suatu keinginan, kesukaan, dan kemauan terhadap sesuatu hal. Misalnya, minat

terhadap pelajaran, hobi dan lain-lain, minat bersifat pribadi (individual) artinya setiap orang memiliki minat yang bisa saja berbeda dengan minat orang lain (Fatimah, 2019). Keadaan minat masyarakat terhadap investasi di pengaruhi oleh beberapa faktor yang mendasarinya, sebuah lembaga keuangan Bapepam menyatakan hasil surveinya mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dalam berinvestasi dikelompokkan menjadi dua yaitu: faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal meliputi kehalalan investasi, diversifikasi investasi, return investsi, dan pengetahuan investor terhadap investasi. Sedangkan faktor eksternal meliputi regulasi, dan kondisi ekonomi atau sosial faktor ekonomi (Ahmad Dahlan M, 2017).

Faktor-faktor di atas masuk ke dalam beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu faktor budaya, sosial, pribadi serta faktor psikologis (Kotler dan Keller, 2009:166). Faktor budaya sendiri terdiri dari budaya, sub budaya, dan kelas sosial. Budaya sendiri merupakan suatu bentuk cara hidup yang berkembang dan dimiliki bersama oleh sebuah kelompok orang yang diwariskan dari generasi ke generasi. Kebudayaan ini merupakan penentu keinginan serta perilaku yang paling mendasar untuk seseorang mendapatkan nilai, persepsi, preferensi dan perilaku konsumen. Selanjutnya adalah faktor sosial, yang terdiri dari kelompok referensi, keluarga dan peran sekaligus status. Kelas sosial merupakan pembagian masyarakat yang relatif homogen dan permanen yang tersusun secara hierarkis dan anggotanya menganut beberapa nilai, minat, dan perilaku yang serupa.

Faktor pribadi di dalamnya meliputi siklus hidup, keadaan ekonomi, kepribadian, dan gaya hidup. Faktor ini disebutkan juga sebagai bentuk karakteristik psikologis seseorang yang berbeda dengan orang lain yang menyebabkan tanggapan yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungan. Faktor psikologis yang terdiri dari motivasi, persepsi, proses pembelajaran, dan kepercayaan sikap, faktor ini merupakan bagian dari pengaruh lingkungan dimana ia tinggal dan hidup pada waktu sekarang tanpa mengabaikan pengaruh dimasa lampau atau antisipasinya pada waktu yang akan datang (Kotler dan Keller, 2009:167-177).



Perkembangan budaya yang terdapat di dalam masyarakat akan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap suatu perilaku konsumen. Dengan melalui budaya yang ada di keluarga serta institusi utama lainnya akan menciptakan sikap perilaku konsumen dalam memahami serta kemauan diri, oleh karenanya pemasar harus memahami nilai-nilai budaya disetiap daerah untuk dapat mengenali cara terbaik dalam memasarkan produk dan minat masyarakat. Sama halnya jika dikaitkan dengan investasi emas, budaya yang terdapat di dalam keluarga seperti sudah terbiasa melakukan investasi maka seluruh garis keturunan ke bawah pun harus melakukan investasi. Hal ini sejalan dengan pendapat Kotler dan Keller (2009) bahwa budaya memberikan pengaruh yang paling luas dan dalam terhadap perilaku konsumen yang diantaranya ialah minat masyarakat.

Pengaruh dari kelompok referensi, keluarga, serta peran status yang melekat pada seseorang akan memberikan pengaruh kepada seseorang untuk membentuk perilaku konsumen, dalam hal ini referensi dari sekelompok atau beberapa orang yang terpercaya akan suatu keuntungan melakukan investasi emas akan menjadi bahan pertimbangan bagi seseorang tersebut untuk ikut melakukan investasi tersebut, keluarga juga merupakan organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat, dan anggota keluarga mempresentasikan kelompok referensi utama yang paling berpengaruh. Semakin baik pengaruh yang diberikan oleh kelompok referensi maka secara perlahan akan menumbuhkan minat pada seseorang untuk melakukan hal yang diyakini. Hal ini sesuai dengan pendapat Kotler dan Keller (2009) bahwa faktor sosial mempengaruhi perilaku konsumen.

Pemilihan suatu produk akan sangat dipengaruhi oleh keadaan ekonomi suatu individu. Artinya, semakin baik keadaan ekonomi dan pekerjaan suatu individu maka mereka akan bertindak sesuai dengan kebutuhan yang mereka miliki. Dalam hal ini bentuk pengelolaan uang mereka akan beragam, misalnya sebagian penghasilan yang didapat akan dibelanjakan, tabungan dan aset, hutang, kekuatan pinjaman, dan sikap terhadap pengeluaran tabungan. Kegiatan investasi seringkali menjadi jalan yang dipilih untuk mengalokasikan sebagian

penghasilannya guna memperoleh keuntungan yang diharapkan. Keadaan ini juga diiringi oleh penambahan usia serta siklus hidup seseorang, dimana pemenuhan kebutuhan seseorang akan berubah sewaktu-waktu mengikuti siklus hidup yang dapat berubah. Hal ini selaras dengan pendapat Kotler dan Keller di dalam bukunya yang menyebutkan bahwa perilaku seseorang dipengaruhi oleh karakteristik pribadi, karena banyak dari karakteristik ini yang mempunyai dampak yang sangat langsung terhadap perilaku konsumen (Kotler dan Keller, 2009: 172).

Keadaan psikologi seseorang seperti motivasi terhadap suatu hal yang ingin dilakukannya sebagai contoh seseorang tersebut memiliki minat untuk melakukan investasi emas karena investasi tersebut hasilnya akan bermanfaat untuk kehidupan selanjutnya, motivasi ini didasari oleh suatu pandangannya tentang situasi, pandangan ini akan menciptakan persepsi seseorang terhadap suatu objek yang dibarengi dengan siap bertindak, dengan arti sempit orang yang termotivasi akan siap bertindak sesuai persepsi. Hal ini sejalan dengan pendapat Kotler dan Keller di dalam bukunya yang menyebutkan bahwa perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor psikologis (Kotler dan Keller, 2009: 179).

Keadaan minat masyarakat terhadap investasi emas di Pegadaian Cabang Purwokerto cenderung mengalami peningkatan. Berdasarkan hasil wawancara menyatakan bahwa jumlah peningkatan nasabah investasi emas di PT. Pegadaian mencapai lebih dari dua puluh persen (20%) dari target yang ditetapkan, karena mengingat investasi emas ini merupakan investasi dengan resiko kerugian yang rendah, bernilai jual yang tinggi dan mudah dalam bertransaksi serta produknya halal atau dibolehkan sesuai dengan syariat Islam. Berikut adalah data laporan keuangan yang menyajikan bahwa jumlah nasabah sekaligus jumlah emas yang diinvestasikan oleh nasabah Investasi Emas di PT. Pegadaian Cabang Purwokerto mengalami kenaikan setiap tahunnya.

**Tabel 1.1**  
**Jumlah nasabah Tahun 2017 – 2020 (per bulan desember)**

No	Tahun	Jumlah Nasabah	Pertumbuhan
----	-------	----------------	-------------

1	2017	3.721	39,11%
2	2018	5.139	
3	2019	11.895	
4	2020	19.536	
Total		40.288	

Sumber: *Laporan Keuangan PT. Pegadaian Cabang Purwokerto*

Berdasarkan data di atas, jumlah nasabah pada tahun 2017 berjumlah 3.721 nasabah, kemudian mengalami pertumbuhan jumlah nasabah pada tahun 2018 menjadi 5.139 nasabah, pada tahun 2019 meningkat secara pesat menjadi 11.895 nasabah, dan pada tahun 2020 mengalami pertumbuhan yang cukup pesat sebesar 7.641 nasabah sehingga jumlah nasabah pada tahun 2020 menjadi 19.536 nasabah, dan jumlah persentase pertumbuhan nasabah pada tahun 2017 hingga 2020 mencapai 39,11%.

Terdapat beberapa faktor yang telah berperan sebagai pengaruh minat masyarakat dalam investasi emas. Faktor lingkungan, *financial literacy*, *personal interest* menunjukkan pengaruh yang positif serta signifikan terhadap minat investasi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Prodi Manajemen (Perdana, 2019). Sedangkan dalam penelitian lainnya menyatakan bahwa pengetahuan umum dan pendidikan memiliki pengaruh yang positif sekaligus signifikan terhadap minat investasi emas masyarakat Kabupaten Jombang (Rahma dan Canggih, 2021). Dalam penelitian lain disebutkan bahwa pengetahuan tentang tingkat keuntungan suatu jenis investasi menunjukkan pengaruh yang positif serta signifikan terhadap minat berinvestasi mahasiswa (Lukman Hidayat, 2019).

Agar lebih terarah, maka penelitian ini dibatasi dengan jenis investasi logam emas. Faktor yang mempengaruhi minat investasi emas dalam penelitian ini adalah faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan psikologis. Dimana faktor tersebut dipilih karena berdasarkan faktor-faktor yang signifikan yang dapat mempengaruhi minat masyarakat terhadap minat investasi emas yang terdapat pada penelitian terdahulu. Menurut Kotler (2009: 166) perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis. Namun, jika dihubungkan dengan dunia investasi secara umum dan

investasi emas secara khusus, pendapat Kotler tersebut masih memunculkan pertanyaan; apakah keempat faktor tersebut benar-benar memiliki pengaruh dan seberapa besar pengaruhnya terhadap keputusan minat masyarakat?

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, Dan Psikologis Terhadap Minat Masyarakat Dalam Investasi Emas (Studi Kasus Nasabah PT. Pegadaian Cabang Purwokerto)”** penelitian ini ditujukan untuk mengetahui apakah faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis memiliki pengaruh terhadap minat masyarakat dalam melakukan investasi emas di PT. Pegadaian cabang Purokerto.

#### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah faktor budaya berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam investasi emas di PT. Pegadaian cabang purwokerto?
2. Apakah faktor sosial berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam investasi emas di PT. Pegadaian cabang purwokerto?
3. Apakah faktor pribadi berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam investasi emas di PT. Pegadaian cabang purwokerto?
4. Apakah faktor psikologis berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam investasi emas di PT. Pegadaian cabang purwokerto?
5. Apakah faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam investasi emas di PT. Pegadaian cabang purwokerto?

#### **C. Tujuan dan Manfaat**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruhnya faktor budaya terhadap minat masyarakat pada investasi emas di PT. Pegadaian cabang Purwokerto
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh faktor sosial pada minat masyarakat terhadap investasi emas di PT. Pegadaian cabang Purwokerto
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh faktor pribadi pada minat masyarakat terhadap investasi emas di PT. Pegadaian cabang Purwokerto.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh faktor psikologi masyarakat terhadap minat investasi emas di PT. Pegadaian cabang Purwokerto
5. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis secara bersama-sama terhadap minat masyarakat dalam berinvestasi emas di PT. Pegadaian cabang Purwokerto.

Adapun penelitian ini memiliki manfaat baik secara teoritis dan praktis yaitu:

1. Secara teoritis, untuk para pihak masyarakat atau nasabah Pegadaian Cabang Purwokerto Kabupaten Banyumas ini sebagai tolak ukur dalam mengelola keuangan melalui investasi Emas di Pegadaian Cabang Purwokerto Kabupaten Banyumas.
2. Secara Praktis, penelitian inidiharapkan memberikan manfaat bagi para pihak yang berkepentingan terhadap hasil penelitian ini, diantaranya:
  - a. Bagi investor
 

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi terkait pengaruh faktor budaya, faktor sosial dan faktor psikologi dalam keputusan berinvestasi emas sehingga menjadi bahan pertimbangan dalam membuat keputusan investasi.
  - b. Bagi perusahaan
 

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan yang berguna dalam menetapkan kebijakan serta pengambilan langkah-langkah yang berhubungan dengan variabel yang mempengaruhi investor dalam melakukan investasi emas.
  - c. Bagi peneliti
 

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber rujukan serta sumber bahan penting bagi peneliti lain yang dapat membantu peneliti

lain melakukan penelitian terkait secara mendalam dan menjadi media penyaluran pengetahuan yang sudah diperoleh selama kuliah.

#### **D. Sistematika Penulisan**

Adanya sistematika penulisan adalah untuk mempermudah pembahasan dalam penulisan. Sistematika penulisan ini adalah:

**BAB I Pendahuluan**, merupakan bagian yang memberikan gambaran mengenai topik penelitian yang hendak disajikan. Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah yang merupakan hal yang diharapkan dapat tercapai. Bab ini terdiri dari latar belakang masalah, definisi operasional, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

**BAB II Landasan teori**, merupakan bagian untuk memperoleh pemahaman dan kerangka yang membangun teori guna dilakukannya penelitian ini. Bab ini berisi landasan teori dan hipotesis yang disesuaikan dengan tema dan objek penelitian. Landasan teori dilengkapi dengan landasan teologis sebagai ciri dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

**BAB III Metode penelitian**, merupakan bagian yang menjadi akar bagaimana untuk melakukan penelitian tersebut. Bab ini menguraikan mengenai metode yang digunakan dalam penelitian. Bab ini terdiri dari jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, populasi dan sampel penelitian, pengumpulan data, serta metode analisis data.

**BAB IV Pembahasan**, merupakan bagian yang menjelaskan hasil penelitian dan dilakukannya pembahasan berdasarkan hasil uji dari analisis penelitian, analisis data secara deskriptif maupun hasil pengujian yang telah dilakukan. Bab ini terdiri dari gambaran umum objek penelitian, analisis data dan hasil penelitian serta pembahasan hasil penelitian.

**BAB V Penutup**, merupakan bagian yang memaparkan kesimpulan dan saran dari hasil analisis data berdasarkan penelitian yang telah dilakukan.



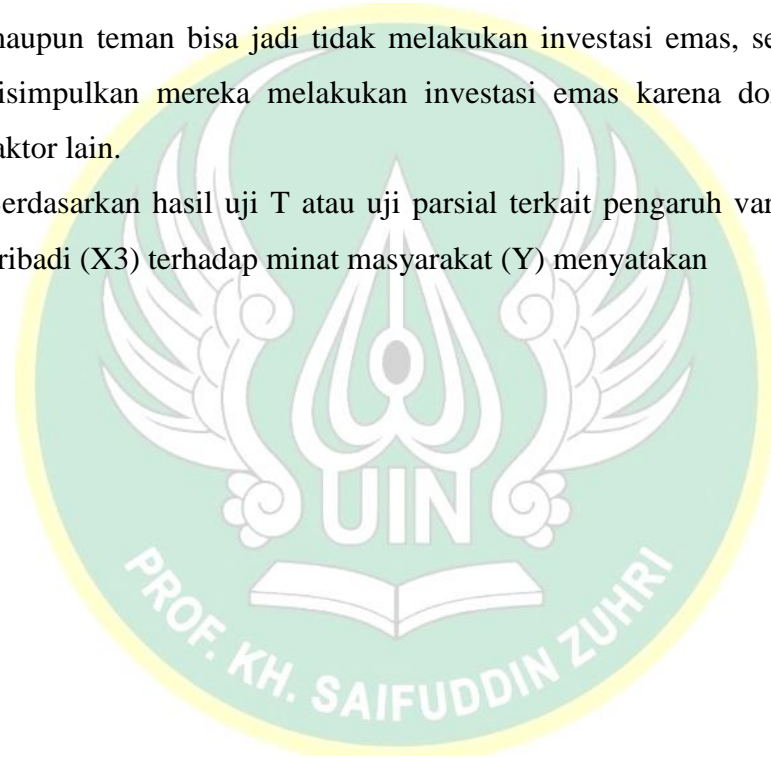
## BAB V PENUTUP

### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis terhadap minat masyarakat dalam melakukan investasi emas di PT.pegadaian cabang Purwokerto, maka dapat disimpulkan melalui beberapa poin yang meliputi:

1. Berdasarkan hasil uji T atau uji parsial terkait pengaruh variabel faktor budaya (X1) terhadap minat masyarakat (Y) menyatakan bahwa variabel faktor budaya tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat. Kesimpulan tersebut diperoleh berdasarkan nilai uji parsial, di mana nilai signifikansi variabel faktor budaya sebesar 0,81 lebih besar dari ketetapan nilai signifikansi yaitu 0,005 dengan nilai korelasi sebesar 0,015. Hal ini disebabkan karena masyarakat memilih melakukan investasi emas bukan karena pengaruh budaya yang ada disekitar mereka baik dari wilayah geografis maupun kebiasaan lingkungan sekitar.

2. Berdasarkan hasil uji T atau uji parsial terkait pengaruh variabel faktor sosial (X2) terhadap minat masyarakat (Y) menyatakan bahwa variabel faktor sosial tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat. Kesimpulan tersebut diperoleh dari hasil uji parsial di mana nilai signifikansi variabel faktor sosial sebesar 0,069 dan lebih besar dari nilai signifikansi yang ditetapkan yaitu 0,005 dengan nilai korelasi sebesar 0,14. Hal ini disebabkan oleh karena masyarakat memilih melakukan investasi emas bukan karena adanya pengaruh sosial, kebanyakan dari mereka tidak terpengaruh oleh teman, keluarga. Disisi lain, keluarga maupun teman bisa jadi tidak melakukan investasi emas, sehingga jika disimpulkan mereka melakukan investasi emas karena dorongan dari faktor lain.
3. Berdasarkan hasil uji T atau uji parsial terkait pengaruh variabel faktor pribadi (X3) terhadap minat masyarakat (Y) menyatakan





bahwa variabel faktor pribadi memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat. Kesimpulan tersebut diperoleh dari hasil uji parsial, di mana nilai signifikansi variabel faktor pribadi 0,00 dan lebih kecil dari 0,005 dengan 0,26. Hal ini disebabkan oleh karena masyarakat menganggap usia, gaya hidup, dan kemampuan investasi merupakan faktor utama yang menyebabkan seseorang melakukan investasi emas. Semakin tinggi gaya hidup, usia dan kemampuan daya untuk melakukan investasi semakin tinggi maka akan semakin banyak pula dana yang disisihkan untuk investasi yang secara otomatis jumlah emas yang diinvestasikan akan semakin bertambah.

4. Berdasarkan hasil uji T atau uji parsial terkait pengaruh variabel faktor psikologis (X4) terhadap minat masyarakat (Y) menyatakan bahwa variabel faktor psikologis memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat. Kesimpulan tersebut diperoleh dari hasil uji parsial, di mana nilai signifikansi variabel faktor psikologis sebesar 0,00 dan lebih kecil dari ketetapan nilai signifikansi yaitu 0,005 serta 0,382. Hal ini disebabkan karena seseorang melakukan investasi emas karena adanya faktor psikologis yang ada di dalam diri sendiri baik dari persepsi sekaligus motivasi. Keadaan persepsi yang baik akan menimbulkan motivasi yang tinggi terhadap suatu hal sehingga rasa minat untuk melakukannya pun ikut bertambah.
5. Berdasarkan hasil uji F atau uji simultan terkait pengaruh variabel faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis terhadap minat masyarakat, menyatakan bahwa variabel independen secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Hasil tersebut diperoleh dari nilai signifikansi sebesar 0,00 dan lebih kecil dari tingkat signifikansi yang digunakan yaitu sebesar 0,05. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan di atas, maka peneliti memberikan saran baik secara akademis maupun praktis adalah sebagai berikut:

### **1. Saran Praktis**

Pemasaran dalam mengenalkan produk investasi emas di PT. Pegadaian cabang Purwokerto diharapkan bisa ditingkatkan lagi, sehingga kemudahan dalam bertransaksi investasi emas ini lebih banyak dikenal dan diminati oleh masyarakat secara luas. Citra perusahaan dan kualitas pelayanan perlu dipertahankan dan ditingkatkan, sehingga semakin menumbuhkan minat masyarakat untuk melakukan transaksi di PT. Pegadaian cabang Purwokerto terutama melakukan investasi emas.

### **2. Saran Akademis**

Peneliti sangat menyadari bahwa dalam penelitian ini masih banyak kekurangan. Namun, peneliti juga berharap hasil penelitian ini bisa dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya dengan menggunakan variabel serta teknik analisis yang berbeda sekaligus dengan fenomena yang lebih banyak di masyarakat terlebih pada instansi yang sama maupun di instansi yang berbeda.

Data yang digunakan dapat berubah seiring berjalannya waktu, maka dari itu untuk penyajian data terutama pada data kenaikan nilai harga emas diharapkan mencari yang terbaru dan sumber yang didapatkan dapat dipercaya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdi, Husnul. 2021. “Pengertian Budaya Menurut Para Ahli Beserta Unsur Dan Fungsinya” diakses 30 September 2021 dari <https://m.liputan6.com/hot/read/4577286/pengertian-budaya-menurut-para-ahli-beserta-unsur-dan-fungsinya> 2021 , diakses pukul 17.08.
- Agustina, Ria. 2020. “Minat Masyarakat Pada Investasi Emas Di Pegadaian Syariah Cabang Ahmad Yani Pekanbaru Dalam Perspektif Ekonomi Syariah”, *Skripsi*, Pekanbaru: UIN Sultan Syarif Kasim.
- Apriliyani, Dinni. 2014. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Investasi Nasabah Terhadap Logam Mulia”, *Skripsi*. Semarang: Universitas Islam Negeri Walisongo.
- Bening, Arsyah. 2018. “Pengaruh Pengetahuan Investor, Persepsi Risiko, Dan Motivasi Terhadap Keputusan Investasi Saham Syariah”, *Skripsi*. Semarang: Universitas Islam Negeri Walisongo.
- Chaidir, Muhammad, Ichsan Iqbal dan Sy. Abdur Razak. 2019. “Etika Investasi Syariah” dalam *jurnal of Islamic Economics: Qus-Qazah*, Vol.1 No.1.
- Chaplin, J. P. 2008. *Kamus Psikologi Lengkap*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Dewi, Ani. 2014, “Analisis pengaruh faktor-faktor yang mempengaruhi kebijakan dividen, suku bunga sertifikat bank indonesia (SBI) dan nilai kurs terhadap risiko investasi di jakarta islamic index (JII) periode 2005-2009”, *Skripsi*. Lampung: Universitas Lampung (Unila).
- Fahreza, Muhammad dan Ngadino Surip, 2018. “Pengaruh Pengetahuan Investasi, Persepsi Risiko, Dan Persepsi Kontrol Perilaku Terhadap Minat Investasi Saham”. dalam *Jurnal SWOT*, Vol. VII No. 2.
- Fatimah, Nur. 2019. “Pengertian Minat, Ciri, dan Contohnya” diakses 26 Agustus 2021 dari <https://pelayananpublik.id/2019/08/26/pengertian-minat-ciri-dan-contohnya/>2021, diakses pukul 16.47.
- Fauziah, Anggriani dan Mintaraga Emas S, 2016 “Peluang Investasi Emas Jangka Panjang Melalui Produk Pembiayaan BSM Cicil Emas Studi Pada Bank Syariah Mandiri K.C. Purwokerto)” dalam *Jurnal Pemikiran Islam : Islamadina*, Vol. XVI, No. 1.

- Fauziah, Mita Rahmawati, 2019. “Investasi Logam Mulia (Emas) di Pegadaian Syariah Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah” dalam *Jurnal Tahkim* Vol. XV, No.1.
- Ghoni, A dan Tri B. 2012. “Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, Dan Psikologi Terhadap Perilaku Konsumen (Studi Pada Pembelian Rumah Di Perumahan Griya Utama Banjardowo Semarang” oleh Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Manggala.
- Ghozali. I, 2018. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gie. 2021. “Pengertian Struktur Organisasi, Fungsi, Jenis dan Faktor Yang Mempengaruhinya” diakses pada tanggal 7 Januari 2022 dari <https://accurate.id/marketing-manajemen/struktur-organisasi/> pukul 11:59 WIB.
- Handoko, Hani T. 2008. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Hanim, Anifatul dan Ragimun. 2010 “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Investasi di Daerah: Studi Kasus di Kabupaten Jember Jawa Timur”, dalam *Jurnal: Kajian Ekonomi dan Keuangan*, Volume 14 No. 3.
- Herlianto, Didit. 2013. *Manajemen Investasi Plus Jurus Mendeteksi Investasi Bodong*. Yogyakarta: Gosyen Publishing.
- Hidayat, L., Muktiadji, N dan Supriyadi, Y. 2019. “Pengaruh Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi Di Galeri Investasi Perguruan Tinggi”, dalam *JAS-PT (Jurnal Analisis Sistem Pendidikan Tinggi Indonesia)*.
- Ikatan Akuntan Indonesia, 2019. *Manajemen Keuangan*. Jakarta Pusat : Ikatan Akuntan Indonesia.
- Isna, Alizar dan Warto. 2013. *Analisis Data Kuantitatif*. Purwokerto: STAIN Press.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia, dalam <https://kbbi.kemendikbud.go.id> diakses pada tanggal 11 Juli 2021.
- Karima, Laili. 2018. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Untuk Melakukan Investasi Di Pasar Modal Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia)”, *Skripsi*. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.
- Kasmir. 2016. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya Edisi Revisi 2014*. Depok: PT. Rajagrafindo Persada.

- Khalid, Zuhriati. Dkk. 2013. “Pelaksanaan Gadai Konvensional Dan Gadai Syariah (Studi Pada PT. Pegadaian Cabang Gaharu Medan dan PT. Pegadaian Syariah Cabang Setia Budi Medan)”, <http://download.garuda.restekdikti.go.id> diakses 10 Oktober 2021, pukul 19.45.
- Kurniawan, Chandra, 2016. “Pengaruh Investasi Terhadap Perekonomian Indonesia” dalam *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, Vol. 12, No.4.
- Malik, Ahmad Dahlan, 2017, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Berinvestasi Di Pasar Modal Syariah Melalui Bursa Galeri Investasi UISI” dalam *Jurnal Ekonom dan Bisnis Islam*, Vol. 3 No.1 Tahun 2017.
- Mulyono, Analisis Uji Asumsi Klasik, 2019. Diakses 19 September 2021, pukul 21:25.
- Nahidloh, Shofiyun, 2014. “Sistem Kredit Dalam Ekonomi Islam Tinjauan Tafsir Ahkam” dalam *Jurnal Et-Tijarie*, Vol. 1 No. 1.
- Nawatmi, Sri. 2010. “Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam” dalam *jurnal : Fokus Ekonomi (FE)*, Vol.9 No.1.
- Ningsih, Lita Ayudha. 2020. “Eksistensi Investasi Emas Sebagai Investasi Ideal Ditinjau Dari Pendekatan Muamalah” dalam *jurnal: Al-Iqtoshad: jurnal ekonomi syariah*, Vol.2 No.11.
- Pardiansyah, Elif. 2017. “Investasi Dalam Perspektif Ekonomi Islam : Pendekatan Teoritis dan Empiris” dalam *jurnal Economica: Jurnal Ekonomi Islam* Vo.8 No.2 .
- Pegadaian. 2021. “Profil Pegadaian” diakses 22 Juni 2021 dari <https://www.pegadaian.co.id> diakses pukul 18.00.
- Perdana, Indra Aji, 2019 “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kesadaran Investasi Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Prodi Manajemen”, *Skripsi*. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.
- Pratama, Cahya D. “Pegadaian: Definisi dan Kegiatan Usaha” diakses 20 November 2020 dari <https://www.kompas.com> 2020 pukul 20:51.
- Pratiwi, Ketut Indah dan Mandala, K. 2015. “Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, Psikologis, Dan Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Kebaya Bordir Pada Jegeg Ayu Boutique Di Kuta” dalam *jurnal: E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 14, No. 11.

- Rahma, Aldra Puspita dan Clarashinta Canggih. 2021. “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Terhadap Investasi Emas” dalam *jurnal: Ekonomika dan Bisnis Islam*, Vol. 4, No. 2.
- Rizkiyanti, Amalia. 2015 “Faktor yang Mendorong Masyarakat Membeli Emas di Kota Singaraja”, dalam *Jurnal Ekonomi*, Vol: 5 Nomor 1.
- Rustiani. 2021, “Sejarah, Profil, dan Kinerja Pegadaian”, (Annisa N.K, Pewawancara). Wawancara dilaksanakan pada tanggal 23 Juni 2021 pukul 10.00 WIB.
- Salim, Joko. 2010. *Jangan Investasi Emas Sebelum Baca Buku Ini*. Jakarta: Visimedia.
- Santoso, Daniel T T dan Purwanti, E. 2013. “Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi, Dan Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Memilih Produk Operator Seluler Indosat-M3 Di Kecamatan Pringapus Kab. Semarang” dalam *Jurnal Among Makarti*, Vol.6, No.12.
- Septyanto, Dihin. 2013. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Investor Individu Dalam Pengambilan Keputusan Investasi Sekuritas di Bursa Efek Indonesia (BEI)” dalam *jurnal : Ekonomi*, Vol.4 No.2.
- Setiadi, Nugroho. 2008. *Perilaku Konsumen Konsep Dan Implikasi Untuk Strategi Dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta : Kencana Prenada Group.
- Sholihatin, Nafiah. 2019. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menggunakan Produk Gadai Emas (Studi Kasus : BPRS Artha Mas Abadi Pati)”, *Skripsi*. Kudus : IAIN Kudus.
- Soemitra, Andri. 2016. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Kencana.
- Sudjana. 2005. *Metode Statistika*. Bandung: Tarsito.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryani, Arna. TT. “Analisis Resiko Investasi Dan Return Saham Pada Industri Telekomunikasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia”, dalam *Jurnal Manajemen Dan Sains*, Vol.4 No.1.
- Tandelilin, Endardus, 2001. *Analisis Investasi dan Manajemen Portofolio*. Edisi 1. Yogyakarta : BPFE.

Tarantang, Jefry, dkk. 2019. *Regulasi dan Implementasi Pegadaian Syariah Di Indonesia*. Yogyakarta : K-Media.

Wiley, 2017. *Metode Penelitian Untuk Bisnis Pendekatan Perkembangan-Keahlian*. Edisi 6 jilid 1. Jakarta: Salemba Empat.

