

**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

*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

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
	تَنْسَى	Ditulis	<i>tansā</i>
3.	<i>kasrah</i> + ya' mati	Ditulis	ī
	كَرِيمٌ	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

**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 Allah SWT 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-dosen 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 kehadirat 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. Sochimim, 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

COVER	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
ABSTRAC	vi
ABSTRAK	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA	viii
PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	9

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	10
D. Sistematika Penulisan.....	11
BAB II LANDASAN TEORI	
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
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
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 Uj 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
Gambar 4.3 Hasil Uji Heterokedastisitas	58





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 semain 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 Pegadaian). 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 II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Teori

1. Pegadaian

a. Pengertian Pegadaian

Pegadaian ialah salah satu lembaga keuangan yang menjalankan usaha gadai. Gadai sendiri merupakan suatu bentuk aktivitas memberikan barang jaminan kepada pihak pegadaian dengan tujuan untuk menerima sejumlah uang tertentu. Barang ini nantinya akan ditembus kembali dari pegadaian berdasarkan kesepakatan bersama antara pelanggan dan pegadaian (Cahya, 2020). Dari adanya pengertian di atas, menurut Kasmir dalam bukunya dituliskan pelaksanaan usaha gadai memiliki beberapa ciri khas, yaitu: adanya barang yang berharga untuk dijadikan sebagai jaminan; nilai total pinjaman tergantung pada nilai agunan; barang agunan dapat diperoleh kembali sesuai dengan kesepakatan (Kasmir, 2016: 231).

Tujuan utama lembaga pegadaian adalah memberikan layanan dan bantuan untuk masyarakat yang membutuhkan dana, dengan menyediakan prosedur penjaminan yang mudah dan cepat, sedangkan tujuan lain didirikannya pegadaian adalah mencegah masyarakat supaya tidak menggunakan jasa rentenir, yaitu seseorang yang melakukan bisnis dengan produk jasa peminjaman uang akan tetapi disertai tingkat bunga yang sangat tinggi, sehingga jika nasabah nya mengembalikan uang pinjaman akan lebih dari nominal awal yang dipinjamkan. Walaupun pegadaian memberikan tingkat bunga yang lebih tinggi dari pada bunga yang ditetapkan di bank, namun tetap lebih rendah jika dibandingkan dengan tingkat bunga yang diberikan rentenir (Kosim, 2016: 127).

Adapun manfaat pegadaian yang dapat dirasakan baik dari nasabah maupun perusahaan pegadaian itu sendiri (Soemitra, 2016: 408) :

1) Bagi nasabah, proses perolehan dana akan terasa lebih sederhana, juga waktu yang diperlukan lebih terasa cepat jika dibandingkan

dengan pengajuan kredit atau pembiayaan diperbankan. selain itu, nasabah juga akan memperoleh *benefit* dalam penaksiran jumlah pada barang

bergerak yang bekerja secara kompeten, sekaligus mendapatkan pelayanan penitipan barang bergerak yang aman dan dapat diandalkan.

- 2) Bagi pegadaian, akan mendapatkan keuntungan yang berasal dari pinjaman modal atas barang yang sudah dilunasi oleh peminjam dana. Sedangkan perolehan keuntungan di pegadaian syariah berasal dari penyewaan tempat penitipan barang gadai. Bentuk salah satu misi dari Pegadaian selaku lembaga keuangan yang berbasis Badan Usaha Milik Negara yang memiliki otoritas dibidang jasa dengan menghasilkan produk pembiayaan dana kepada masyarakat yang membutuhkan relatif mudah sekaligus aman.

Pegadaian memiliki beberapa produk yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat, salah satunya adalah tabungan emas yang digunakan sebagai pilihan untuk investasi dengan harapan dimasa yang akan datang akan memperoleh hasil yang optimal. Di bawah ini merupakan beberapa produk layanan yang disediakan oleh PT. Pegadaian untuk masyarakat (sahabat pegadaian, 08 Oktober 2021):

- 1) Mulia, produk ini merupakan jenis layanan yang menyediakan sistem cicilan untuk pembiayaan emas batangan. Cicilan emas ini dapat menjadi solusi dan pilihan dalam berinvestasi emas dengan tujuan mewujudkan kebutuhan masa depan.
- 2) Tabungan emas, merupakan fasilitas yang menawarkan penitipan emas dalam bentuk saldo dengan harapan masyarakat dapat dengan mudah, aman, sekaligus terpercaya berinvestasi emas.
- 3) Konsinyasi emas, adalah salah satu produk investasi emas yang menggunakan skema titip jual yaitu dengan pemanfaatan emas yang dimiliki supaya menjadi menghasilkan.

b. Perbedaan Antara Pegadaian Konvensional dan Syariah

Pegadaian ialah lembaga keuangan modern yang jasanya banyak dibutuhkan oleh masyarakat. Hal ini terlihat pada kegiatan sehari-hari yang dilakukan oleh banyak masyarakat mulai dari membeli atau membayar berbagai keperluan hingga investasi. Pegadaian juga merupakan lembaga keuangan yang bertugas sebagai badan penyalur jasa berupa pemberian kredit yang prosesnya mudah serta cepat kepada masyarakat yang membutuhkan dana dengan landasan hukum gadai (Khalid, 2013). Pegadaian di Indonesia memiliki dua jenis lembaga, yaitu pegadaian konvensional dan pegadaian syariah. Berikut ini adalah beberapa hal yang menjadi pembeda antara pegadaian sistem konvensional dan pegadaian sistem syariah:

Tabel 2.1
Perbedaan Pegadaian Konvensional Dan Syariah

Karakteristik	Pegadaian konvensional	Pegadaian syariah
Segi prinsip	Gadai konvensional menggunakan prinsip hukum perdata.	Gadai syariah/ <i>rahn</i> menggunakan prinsip hukum islam
Segi hukum	Gadai konvensional merujuk pada KUHPerdata.	Gadai syariah/ <i>rahn</i> bersumber pada Alqur'an, Hadits, Ijtihad, dan Fatwa Dewan Syariah Nasional.
Segi bagi hasil	Menggunakan bunga pinjaman.	Menggunakan bagi hasil (<i>Mudharabah</i>) atau <i>fee based income</i> dengan sistem <i>ijarah</i> .
Kerangka bisnis	Menggunakan satu perjanjian yaitu hutang piutang dengan penyerahan barang sebagai jaminan.	Menggunakan akad yang disesuaikan dengan kebutuhan serta menjadikan harta sebagai barang jaminan
Tujuan	Untuk menolong ekonomi masyarakat yang membutuhkan serta berorientasi pada menarik keuntungan melalui bunga atas sewa modal.	Dilakukan dengan suka rela atas dasar tolong menolong (<i>ta'awun</i>) dan berfungsi sebagai sosial atau akad <i>tabarru'</i>

Objek jaminan	Barang atau harta yang bergerak	Seluruh barang atau harta yang bergerak maupun tidak
Perhitungan bunga	Bunga dapat dihitung per 15 hari, dengan presentase yang berdasarkan pada golongan barang.	Biaya pemeliharaan dapat dihitung per 10 hari, yang dihitung berdasarkan jumlah besarnya jumlah atau nilai objek barang
Kompensasi jatuh tempo	Jika pinjaman sudah masuk pada waktu jatuh tempo tetapi tidak dilunasi maka barang jaminan akan dijual kepada masyarakat.	Jika pinjaman sudah masuk pada waktu jatuh tempo tetapi tidak dilunasi maka objek jaminan akan dilelang kepada masyarakat
Penjualan objek jaminan	Jika pada penjualan objek jaminan terdapat sisa maka akan menjadi hak milik perusahaan sebagai keuntungan.	Jika pelelangan objek jaminan terdapat sisa maka akan diserahkan pada lembaga ZIS (Zakat, Infak, dan Shadaqah)
Administrasi	Pada awal transaksi tidak dikenakan biaya administrasi tetapi di akhir yang digabungkan dengan bunga.	Nasabah akan dikenakan biaya administrasi minimum Rp. 1.000 dan maksimum Rp.60.000 pada saat akad baru dilakukan atau perpanjangan
Penyelesaian sengketa	Penyelesaian sengketa dilakukan pada jalur non litigasi melalui lembaga BAN (Badan Arbitrase Nasional). Jika melalui jalur litigasi maka menjadi kewenangan Pengadilan Negeri.	Penyelesaian sengketa dilakukan melalui lembaga <i>tahkim</i> yakni BASYARNAS (Badan Arbitrase Syariah Nasional). Dan jika melalui jalur litigasi menjadi kewenangan Pengadilan Agama.

Sumber : (Khalid, 2013)

2. Investasi

a. Pengertian Investasi

Definisi etimologi dari investasi ialah *investment* artinya menanam, dan jika dikaitkan dengan kegiatan ekonomi membuat para ahli mengemukakan pendapatnya seperti Salim dan Budi Sutrisno dalam (Bening, 2018) berpendapat bahwa investasi adalah bentuk kegiatan penanaman modal yang dilakukan oleh investor, baik investor luar negeri ataupun investor dalam negeri yang memiliki bidang usahanya terbuka

untuk dilakukan investasi, dengan tujuan akhirnya ialah memperoleh keuntungan (Bening, 2018).

Investasi ialah sebuah komitmen terhadap seperangkat aset dalam bentuk uang atau sumber daya lainnya yang sedang dibuat untuk menghasilkan keuntungan dimasa yang mendatang. Bentuk sumber daya yang diinvestasikan bisa berupa sektor riil seperti bangunan, emas, tanah, atau mesin. Ataupun sektor finansial seperti, saham, obligasi, dan deposito dengan tujuan utamanya yaitu meningkatkan kesejahteraan investor atau pelaku investasi, sumber dana Investasi bisa berupa uang yang saat ini dimiliki, tabungan yang dimiliki, maupun pinjaman dari pihak lain (Endardus Tandelilin, 2001).

Investasi diartikan sebagai salah satu aktivitas yang terkait dengan pengalokasian modal dimana modal tersebut dalam pengolahannya di dapat pada perolehan aset tetap termasuk di dalamnya ekspansi usaha, akuisisi entitas lain, pembentukan produk atau unit baru, atau peremajaan aset-aset tetap yang saat ini dimiliki entitas. Definisi lain dari investasi adalah suatu bentuk kegiatan pendanaan dengan tujuan menghasilkan kekayaan yang akan mendatangkan keuntungan bersama, dimasa sekarang dan dimasa mendatang (Herliyanto, 2013:2).

Manfaat yang diperoleh umumnya akan dirasakan untuk beberapa periode atau tahun (Ikatan Akuntansi Indonesia, 2019 :86) penanaman modal dalam negeri yang berhasil oleh pelaku ekonomi tentunya akan memberikan kontribusi yang baik dan positif bagi pemulihan kondisi perekonomian daerah, terutama pada masa krisis ekonomi. Dalam hal ini pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat memiliki peran penting dalam mengatasi berbagai kendala ekonomi, supaya kegiatan investasi dapat berjalan sebagai mana mestinya dan jika terjadi pemulihannya mampu di atasi dengan baik. Keynes memberikan pendapatnya bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi nilai investasi menjadi besar, di antaranya ada pada suku bunga, kondisi ekonomi yang ada pada masa kini, tingkat pendapatan nasional, luasnya perkembangan teknologi,

pandangan perkembangan ekonomi dimasa yang akan datang sekaligus keuntungan yang diperoleh perusahaan.

Apabila pandangan terhadap perekonomian dimasa yang akan datang mengalami kemajuan yang pesat ditambah dengan keadaan ekonomi masa kini yang mengalami kemajuan dan tingkat suku bunga sedang tinggi, maka para pelaku usaha akan tetap melakukan kegiatan banyak investasi. Sebaliknya, pada tingkat suku bunga rendah, pelaku usaha akan mengurangi kegiatan investasi pada barang modal yang terkandung dalam perekonomian pada tingkat yang jauh dibawah kapasitas maksimumnya.

b. Investasi Dalam Perspektif Islam

Agama Islam mendefinisikan investasi sebagai penyertaan modal atau penanaman dana atas kegiatan usaha tertentu dengan pertimbangan bahwa objek investasi dan prosesnya tidak bertentangan dengan hukum dan prinsip syariah yang berlaku (Pardiansyah, 2017). Investasi memiliki beberapa tujuan dan manfaat sendiri bagi perekonomian suatu negara dan mengingat banyaknya manfaat yang diperoleh melalui investasi maka dalam Islam menganjurkan umatnya melakukan kegiatan tersebut. Selain itu, Islam juga mengajarkan bahwa harta benda yang kita miliki saat ini jangan hanya untuk disimpan saja melainkan untuk diproduktifitaskan supaya mendapatkan hasil yang lebih optimal dimasa yang akan datang (Mashuri, 2013). Kebutuhan dan keinginan manusia akan bertambah seiring dengan berjalannya waktu, baik dari segi kebutuhan primer maupun kebutuhan sekundernya, dengan melakukan kegiatan investasi maka kebutuhan dan keinginan dimasa yang akan datang dapat terpenuhi tanpa adanya memikul beban yang lain.

DSN-MUI mengeluarkan beberapa fatwa yaitu DSN-MUI No.80/DSN-MUI/III/2011 tentang Penerapan Prinsip Syariah dalam Mekanisme Perdagangan Efek Bersifat Ekuitas di Pasar Reguler Bursa Efek, yang tepatnya mengenai beberapa peraturan yang berkaitan

dengan pemilihan kegiatan investasi yang dianjurkan oleh syariat Islam serta larangan melakukan kegiatan ekonomi lain yang dilarang oleh syariat Islam, diantaranya adalah:

- 1) *Maysir*, adalah bentuk kegiatan yang di dalamnya melibatkan perjudian, di mana jika ada pihak yang menang maka akan mengambil uang taruhan yang dikumpulkan.
- 2) *Gharar*, adalah segala bentuk ketidak pastian dalam melakukan salah satu mula dari kualitas, kuantitas hingga penyerahan objek akad.
- 3) *Riba*, yaitu segala bentuk tambahan yang diperoleh dari pertukaran barang ribawi dan hutang yang disertai dengan penganggahan imbalan yang ditetapkan secara mutlak.
- 4) *Bathil*, yaitu kegiatan perdagangan yang tidak sesuai dengan rukun dan perjanjian atau segala sesuatu yang tidak diperbolehkan dalam syariat Islam.
- 5) *Bay'i ma'dum*, yaitu kegiatan perdagangan yang dilakukan terhadap objek yang belum menjadi hak miliknya.
- 6) *Ihtikar*, yaitu pembelian barang yang sedang dibutuhkan oleh masyarakat dalam jumlah skala besar lalu menimbunnya kemudian dijual kembali dengan harga yang sangat tinggi.
- 7) *Taghrir*, yaitu bentuk upaya mempengaruhi orang lain agar seseorang tersebut melakukan transaksi, upaya tersebut dapat berupa ucapan maupun tindakan yang mengandung unsur kebohongan.
- 8) *Ghabn*, yaitu adanya ketidakseimbangan dari segi kualitas dan kuantitasnya pada objek objek yang ditukarkan dalam suatu akad.
- 9) *Talaqqi al-rukban*, yaitu bagian dari *ghabn* perdagangan yang dilakukan dengan menetapkan harga barang jauh dari harga pasar karena pihak penjual tersebut tidak mengetahui harga yang ditetapkan.

- 10) *Tadlis*, yaitu suatu perbuatan manipulasi atau kebohongan untuk menutupi kecacatan yang ada pada objek akad dengan tujuan supaya pembeli tersebut tetap menyelesaikan kegiatan jual beli tanpa mengetahui kecacatan dalam objek tersebut.
- 11) *Gishsh*, merupakan bagian dari *tadlis* dimana penjual hanya menjelaskan keunggulan dari objek yang ditawarkan serta menutupi kecacatannya.
- 12) *Tanajash*, yaitu suatu tindakan tawar menawar dengan menetapkan harga yang tinggi pada calon pembeli lainnya supaya terkesan menimbulkan banyak pihak yang minat dengan barang tersebut.
- 13) *Dharar*, adalah segala tindakan yang memiliki dampak merugikan ataupun bahaya bagi pihak lain.
- 14) *Rishwah*, adalah suatu pemberian yang di dalamnya terdapat tujuan supaya dapat mengambil hak yang tentunya bukan miliknya.
- 15) Maksiat dan alim, yaitu suatu perbuatan yang menimbulkan kerugian, seperti mengambil atau pun menghalangi hak orang lain, sehingga perbuatan ini dianggap sebagai salah satu bentuk penganiayaan.

Dari penjelasan tersebut, dapat diambil kesimpulannya bahwa selama dalam melakukan kegiatan ekonomi atau muamalah tidak mengandung unsur-unsur yang dilarang oleh syariat, maka hukumnya akan boleh, seperti halnya dalam kegiatan investasi.

3. Logam Mulia

a. Pengertian Logam Mulia

Emas merupakan bagian dari jenis logam mulia yang secara alamiah memiliki sifat kokoh atau *indestructible* dengan kata lain sifat tersebut tidak dapat terjadi korosi asam yang berada dialam, dan jika terendam didasar lautan selama rentang waktu yang lama, emas akan tetap menunjukkan warna kilaunya (Iman, 2009: 58). Emas merupakan logam mulia yang bernilai tinggi, sampai dahulunya emas dijadikan sebagai alat tukar, sama halnya dengan uang saat ini. Seiring

berjalannya waktu, emas akhirnya dapat diperjual belikan dalam bentuk sertifikat emas maupun diperdagangkan sama halnya seperti saham, akan tetapi cakupannya secara global. Emas menjadi salah satu komoditas yang menarik untuk dijadikan objek investasi, dengan alasan jika dirupiahkan terbukti naik secara signifikan pada jangka waktu yang lama (Salim, 2010:2). Fatwa DSN-MUI Nomor 77/ DSN-MUI/VI/2010 tentang Jual beli emas secara tidak tunai (Ningsih, 2020:40):

Pertama : Hukum

Jual beli emas secara tidak tunai, baik melalui jual beli biasa atau jual beli murabahah, hukumnya boleh (*mubah, jaiiz*) selama emas tidak menjadi alat tukar yang resmi (uang).

Kedua : Batasan dan Ketentuan

1. Harga jual 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 dijual belikan atau dijadikan obyek akad lain yang menyebabkan perpindahan kepemilikan.

Ketiga : Ketentuan Penutup

Fatwa ini berlaku sejak tanggal ditetapkan dengan ketentuan jika dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan, akan diubah dan disempurnakan sebagaimana mestinya.

Berbagai kalangan masyarakat ada banyak yang memiliki perhiasan terbuat dari emas dengan tujuan menjadikannya sebagai sarana investasi. Selain bisa dijual kembali, memintanginya sebagai sarana investasi dan berbagai jenis sarana prestise. Sementara itu emas

merupakan sumber daya yang tidak dapat diperbaharui, yang mengakibatkan pasokannya terbatas, oleh karena itu harga emas cenderung meningkat setiap tahunnya. Selain alasan utama harga emas yang cenderung meningkat, masih ada banya faktor yang mendorong minat masyarakat untuk berinvestasi emas (Amalia, 2015).

b. Simulasi Investasi Emas

Konsep investasi Emas dengan tabungan emas di Pegadaian hampir sama, jika pada tabungan emas itu melayani penjualan serta pembelian logam mulia dengan tambahan sarana penitipan dengan harga yang dapat dijangkau. Pelayanan ini juga memberikan manfaat berupa kemudahan kepada masyarakat untuk dapat berinvestasi. Kelebihan investasi logam mulia lainnya juga mudah untuk dicairkan mana kala kita memiliki kebutuhan mendesak yang harus terpenuhi (Jeffry Taratang, dkk, 2019: 69). Investasi emas adalah upaya penanaman modal untuk dikemudian hari dengan menggunakan emas sebagai media penanaman modal. Selain nilai harga emas yang cenderung stabil, emas juga mempunyai nilai keuntungan di kemudian hari dalam harga pasaran emas. Berikut adalah prosedur pembukaan produk tabungan emas (www.pegadaian.co.id) :

1) Melalui outlet

- a) Mengisi formulir pengajuan dan membawa kartu identitas (KTP)
- b) Membayar biaya
 - *Administrasi Rp. 10.000
 - *Pengelolaan Rekening Rp. 30.000
 - *Materai Rp.6.000
- c) Membeli emas mulai dari 0,01 gram
- d) Menandatangani buku rekening

2) Melalui Pegadaian Digital

- a) Download aplikasi pegadaian digital melalui playstore atau ap pstore

- b) Lakukan registrasi
 - c) Pilih menu tabungan emas
 - d) Input data dan pilih cabang lokasi pembukaan rekening.
 - e) Pilih metode pembayaran
 - f) Lakukan pembayaran sesuai petunjuk
 - g) Rekening telah aktif, buku tabungan dapat diambil di cabang pendaftaran.
- 3) Biaya transaksi tabungan emas

Tabel 2.2
Biaya Transaksi Tabungan Emas

Transaksi	Biaya (Rupiah)	Keterangan
Transfer emas ke rekening lain	Rp. 2.000,-/ transaksi	Melalui outlet pegadaian
Transfer emas ke rekening lain	Rp. 0,-	Melalui pegadaian digital
Pencetakan rekening koran tabungan emas	Rp. 2.000,- /lembar	Melalui outlet pegadaian
Penggantian buku tabungan emas yang hilang atau rusak	Rp. 10.000,- /buku	Melalui outlet pegadaian
Penitipan emas per tahun dibayar di muka	Rp. 30.000,- /rekening	-
Penutupan rekening	Rp. 30.000,- /rekening	Melalui outlet pegadaian

Sumber: (<https://www.pegadaian.co.id> , 2021)

c. Risiko dan Keuntungan Investasi Emas

Weston dan Copeland dalam (Septyanto, 2013) berpendapat bahwa risiko investasi merupakan bentuk penyimpangan dari keuntungan yang diharapkan. Sama halnya dengan investasi emas yang keberadaannya memang sedang banyak digemari oleh masyarakat karena sifatnya yang *zero inflation* atau non inflasi, dan masuk ke dalam kategori aman untuk dilakukan investasi. Akan tetapi, investasi emas ini tetap memiliki beberapa risiko yang harus diketahui sebagai upaya dalam mengamankan objek investasi, diantaranya adalah (Iman, 2009:49-50) :

- 1) Turunnya nilai investasi, setiap kegiatan ekonomi yang dilakukan akan mengandung sebuah risiko, tentunya jika kita melakukan investasi maka risikonya adalah turunnya nilai investasi pada jangka waktu yang belum menentu.
- 2) Sulitnya produk investasi dijual, sebelum memutuskan untuk melakukan kegiatan investasi maka harus kenali serta pahami dahulu objek apa yang akan diinvestasikan. Dengan kata lain, sebagai investor harus lebih teliti terhadap segala risiko yang kemungkinan akan terjadi pada objek investasi, apakah objek tersebut mudah dijual kembali dan memberikan *feedback* yang baik atau sebaliknya.
- 3) Hasil investasi, pengembalian investasi kemungkin dapat menurun karena harga komoditas bisa naik sewaktu-waktu. penjualan kembali emas di masa yang akan datang. Meskipun, harga emas pada saat itu sedang naik, tetap ada beberapa selisih karena jumlah nilai pada uang hari ini dengan jumlah yang sama bisa saja akan mengalami penurunan.

Selain adanya resiko yang terdapat pada investasi emas, investasi ini tetap ada keuntungan salah satunya adalah emas merupakan barang yang dikenal oleh bahkan diminati oleh banyak orang, sehingga kita tidak perlu khawatir jika dalam keadaan terdesak dan akan menjual

investasi kita (Salim, 2010: 22), adapun keuntungan lain yang menjadikan investasi emas ini layak dan dianjurkan untuk dilakukan, berikut merupakan keuntungan yang diperoleh dari investasi emas:

- 1) Mewujudkan niat mulia guna:
 - a) Tabungan emas dapat digunakan menjadi salah satu pilihan dalam mempersiapkan biaya untuk ibadah haji.
 - b) Tabungan logam mulia juga dapat digunakan untuk persiapan biaya pendidikan anak dimasa yang akan datang.
 - c) Dapat dijadikan sebagai bentuk warisan untuk anak cucu dimasa yang akan datang
 - d) *Multiple use* atau memiliki banyak kegunaan diantaranya dapat dijadikan tabungan, simpanan, dijual bahkan digadaikan.
- 2) Preferensi investasi yang aman untuk menjaga portofolio aset, seperti:
 - a) Mengamankan aset yang dimiliki, harta yang kita miliki akan tetap terjaga nilainya bahkan akan berkembang
 - b) Mengontrol sikap konsumtif yang ada pada diri sendiri seperti menjadi rem diri untuk membeli hal yang tidak terlalu penting.
 - c) Menjadi aset terbaik, karena akan menambah nilai aset yang kita miliki seiring dengan jalannya waktu dan nilai emas yang cenderung naik setiap tahunnya.
- 3) Menjadi produk investasi yang nilainya meningkat atau tetap walaupun kondisi pasar sedang tidak stabil.
- 4) Tersedia pilihan logam mulia mulai dari gramasi kecil hingga gramasi besar yaitu 1 kilogram.

Dengan adanya resiko dan keuntungan dalam investasi emas, masyarakat dan calon nasabah pegadaian harus lebih pintar dalam memilih produk atau obyek yang akan dijadikan sebagai investasi.

4. Perilaku Konsumen

- a. Pengertian perilaku Konsumen

Perilaku konsumen adalah sebuah studi yang menjelaskan tentang bagaimana orang, organisasi, dan kelompok bertindak untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka dengan memilih dan menggunakan produk, ide, layanan, dan pengalaman (Kotler & Keller, 2009:166). Jika menurut Setiadi, perilaku konsumen adalah proses yang dilakukan secara langsung oleh seseorang, mulai dari memperoleh, menggunakan, hingga memanfaatkan suatu produk secara optimal baik berupa barang atau jasa (Setiadi, 2008: 3).

Dalam penafsiran lain, perilaku konsumen adalah segala bentuk kegiatan yang secara langsung dilakukan oleh individu sebagai proses persiapan dalam penentuan pengambilan keputusan untuk mendapatkan serta menggunakan suatu barang dan jasa (Suntoyo,2012: 251). Perilaku konsumen sendiri dipengaruhi oleh beberapa faktor yang menjadikannya sebagai bentuk tindakan dari konsumen terhadap apa yang diminatinya. Beberapa faktor tersebut adalah faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis.

b. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen

Kepeminatan masyarakat terhadap investasi emas di latar belakang oleh perilaku konsumen untuk bisa memenuhi kebutuhan dan keinginannya, perilaku konsumen ialah studi yang mempelajari tentang bagaimana seseorang organisasi dan kelompok dalam memilih, menggunakan, membeli, serta hasil dari proses jasa, pengalaman atau ide dalam memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Kotler dan Keller di dalam bukunya menyebutkan bahwa, perilaku konsumen dimiliki oleh beberapa faktor, yaitu:

- 1) Faktor budaya, ialah cara hidup yang dikembangkan, dimiliki, dan diwariskan secara turun temurun oleh sekelompok orang perilaku pembelian konsumen didasari oleh kultur, sub budaya, dan sosial:
 - a) Kultur..merupakan determinan yang mendasar dari keinginan dan tindakan seseorang yang dituangkan melalui keluarga serta institusi lainnya sehingga nilai, persepsi, preferensi, dan perilaku

individu dengan individu lainnya yang tinggal pada daerah tertentu dapat berbeda dengan individu yang berada pada lingkungan lain.

- b) Subkultur, merupakan pemberian identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik terhadap anggota mereka. Subkultur meliputi wilayah geografis, kebangsaan, kelompok ras, dan agama. Ketika subkultur tersebut berkembang pemarkas akan menyiapkan beberapa rencana dalam bentuk produk yang disesuaikan dengan kebutuhan.
- 2) Kelas sosial, Amerika Serikat mendefinisikan kelas sosial dengan membagi tujuh tingkatan, yaitu : bawah rendah bawah tinggi kelas pekerja kelas menengah menengah ke atas atas rendah dan atas tinggi. Sementara itu, kelas sosial juga mempunyai beberapa karakteristik. *Pertama*, individu yang berada pada suatu kelas cenderung memiliki paralelisme dalam cara berpakaian preferensi rekreasi serta format dalam bicara. *Kedua*, seseorang akan dianggap memegang jabatan yang lebih rendah atau lebih tinggi berdasarkan kelas sosial. *Ketiga*, dikelompokkan seperti pendidikan, profesi, pendapatan dan kekayaan. *Keempat*, lingkungan kelas sosial dapat bergerak naik atau turun sepanjang hidup mereka.
- 3) Faktor sosial, memiliki beberapa kelompok yang mempengaruhi perilaku pembelian konsumen di antaranya adalah:
 - a) Kelompok referensi ialah semua kelompok yang secara langsung atau tidak langsung mempengaruhi sikap dan perilaku seseorang, adanya kelompok referensi maka konsumen akan lebih mudah menilai sekaligus mengambil keputusan untuk membeli.
 - b) Keluarga, keberadaan keluarga akan menjadi faktor penting sekaligus memiliki pengaruh dalam kegiatan konsumen untuk menentukan pilihannya.
 - c) Peran dan status sosial, merupakan orang yang berpartisipasi dalam banyak kelompok, organisasi, dan klub. Peran tersebut

terdiri dari kegiatan yang diharapkan dapat dilakukan oleh seseorang, setiap peran yang diambil akan menyanggah sebuah status (Kotler & Keller, 2009: 166-172).

- 4) Faktor pribadi, faktor ini menjadi pendorong keputusan seorang pembeli yang ruang lingkupnya adalah profesi, siklus hidup, kondisi ekonomi, usia pembeli, dan gaya hidup pembeli. Dalam hal ini *lifestyle*, kepribadian serta konsepsi diri pembeli masuk ke dalam faktor pribadi konsumen yang dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.
- 5) Faktor psikologis, faktor ini masuk ke dalam aspek pribadi, tetapi aspek psikologis masuk ke dalam bagian yang mempunyai peran signifikan. Kebutuhan yang bersifat psikologis merupakan kebutuhan yang muncul akibat kondisi fisiologis tertentu seperti kebutuhan ingin diakui, harga diri atau kebutuhan ingin diterima di lingkungannya. Beberapa sub faktor yang menjadi faktor utama dari faktor psikologis ialah:
 - a) Motivasi, setiap individu memiliki motivasi masing-masing untuk tetap melakukan pemenuhan kebutuhan dan keinginan. Motivasi juga memiliki arti sebagai dorongan untuk memenuhi satu kebutuhan atau keinginan serta muncul karena adanya kebutuhan yang dirasakan oleh konsumen, dan jika terpenuhi maka akan merasakan kepuasan tersendiri.
 - b) Persepsi, adalah proses individu dalam memilih, merumuskan serta menafsirkan informasi untuk menciptakan suatu gambaran dalam mengenal dunia. Semua proses inilah yang nantinya akan mempengaruhi konsumen dalam upaya pemenuhan kebutuhan.
 - c) Proses pembelajaran, merupakan proses perubahan dimana konsumen memahami betul dengan kebutuhan yang diinginkan melalui pengalaman dan hasil pembelajaran yang menciptakan beberapa perilaku manusia

d) Kepercayaan dan sikap, kepercayaan dapat berupa pengetahuan, pendapat atau sekedar percaya sehingga dapat terbentuk citra produk dan merek yang baik. Sedangkan sikap ialah hal yang mendeskripsikan suatu kelompok atau organisasi dari segi motivasi, persepsi, serta proses pembelajaran terhadap suatu aspek yang dinilai secara konsisten (Kotler dan Keller, 2009: 166-172).

5. Minat

Minat merupakan keadaan dimana hati memiliki tingkat kecenderungan yang tinggi terhadap hal sesuatu. Sedangkan dari sudut pandang umum, pengertian minat ialah bentuk afeksi terhadap sesuatu yang memuat unsur perasaan. Minat sendiri muncul karena adanya dorongan yang ada pada diri manusia pada suatu objek. Misalnya minat terhadap pelajaran, hobi dan lain-lain, minat sendiri bersifat persona (individual) yang artinya setiap diri akan memiliki minat yang berbeda dengan diri yang lain (Fatimah, 2019). Sedangkan, dalam kamus Psikologi minat (*interest*) memiliki makna sebagai salah satu tindakan yang dilakukan secara rutin. Menimbulkan *attention* seseorang yang akhirnya menimbulkan sikap selektif terhadap objek tertentu. (Chaplin, 2008: 19).

Menurut Hurlock dalam (Hani, 2008) minat merupakan keadaan dimana seseorang memiliki sumber motivasi untuk memilih dalam keadaan yang bebas memilih. Loudon memberikan pernyataan bahwa minat adalah hasil dari pemikiran atau keputusan seseorang setelah melihat spesifikasi pada suatu produk ataupun jasa, serta memiliki keinginan untuk mencoba memenuhi kebutuhannya. Dalam bentuk praktiknya calon konsumen akan menimbang kembali tentang produk tersebut dan akhirnya akan memilih produk tersebut untuk pemenuhan kebutuhan sekaligus keinginannya. Jika dikaitkan dengan kasus ini, adanya berbagai manfaat yang dimiliki oleh investasi emas membuat calon konsumen memilih langkah tersebut untuk menjadikannya sebagai bentuk pengelolaan keuangannya dengan tujuan untuk memperoleh manfaat dalam jangka pendek maupun jangka panjang.

B. Kajian pustaka

Kajian pustaka adalah suatu bentuk kegiatan mencermati, memahami, mendalami sekaligus mengidentifikasi hal-hal yang berkaitan dengan pengetahuan ataupun beberapa hal yang sudah ada guna mengetahui apa yang ada dan apa yang belum ada (Suharsimi, 2000). Kajian ini akan diisi dengan beberapa teori dari sumber serta literatur baik yang berupa buku ataupun referensi yang lain:

Tabel 2.3
Penelitian Terdahulu

No.	Nama	Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
1.	Indra Aji Perdana	2019	“Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi Investasi Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Prodi Manajemen)”.	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel <i>financial literacy</i>, <i>Personal Interest</i>, dan lingkungan memiliki pengaruh terhadap kesadaran investasi. 	<ul style="list-style-type: none"> • Sama-sama menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi seseorang untuk berinvestasi. • Perbedaan : variabel bebas yang berbeda, tempat penelitian, tahun dan obyek penelitian.
2.	Dinni Apriliyani	2014	“Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi minat Investasi Nasabah Terhadap Logam Mulia (Studi Kasus di BNI Syari’ah	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis tidak memiliki pengaruh yang 	<ul style="list-style-type: none"> • sama-sama membahas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat dalam investasi logam mulia atau emas. • Perbedaan : perbedaan terletak

			Cabang Semarang)”	signifikan terhadap minat nasabah dalam investasi logam mulia di BNI Syari’ah cabang Semarang.	pada tempat, tahun serta obyek penelitian dan penggunaan uji hipotesis, penelitian ini tidak menggunakan uji koefisien determinasi (R square).
3.	Daniel Teguh T.S dan Endang Purwati	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”	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel faktor budaya dan sosial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada operator Indosat-M3, namun memiliki arah hubungan yang positif. • Variabel faktor pribadi dan faktor psikologis memiliki pengaruh yang signifikan, namun memiliki arah hubungan yang negatif terhadap keputusan pembelian konsumen dalam memilih Indosat-M3 sebagai 	<ul style="list-style-type: none"> • Persamaan yang dimiliki ialah variabel dependen. • Perbedaan terletak pada variabel independen, tempat, tahun serta obyek penelitian. Di mana obyek penelitian ini ada pada konsumen yang memilih menggunakan operator Indosat-M3 sebagai operator selulernya.

				operator seluler nya.	
4.	Abdul Ghoni dan Tri Bodroastuti	2012	“Pengaruh Budaya, Sosial, Pribadi, dan Psikologi Terhadap Perilaku Konsumen (Studi Pada Pembelian Rumah di Perumahan Griya Utama .Banjardow Semarang)	<ul style="list-style-type: none"> •Faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen. •Faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis secara bersama memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian rumah di perumahan Griya Utama Banjardow Semarang. 	<ul style="list-style-type: none"> • sama-sama meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen. • Perbedaan terletak pada tahun penelitian, tempat serta obyek penelitian.
5.	Ketut Indah P dan Kastawan M	2015	“Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, Psikologis dan Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Kebaya Pada Jegeg Ayu Boutique di Kuta)”	<ul style="list-style-type: none"> •Faktor budaya, sosial, pribadi, psikologis, dan bauran.pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kebaya bordir pada Jegeg Ayu Boutique di Kuta. 	<ul style="list-style-type: none"> • Persamaan terletak pada variabel independen: Faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis. • Perbedaan terletak pada salah satu variabel independen dan variabel dependennya. Selain itu tahun, tempat, dan obyek penelitian pun berbeda.

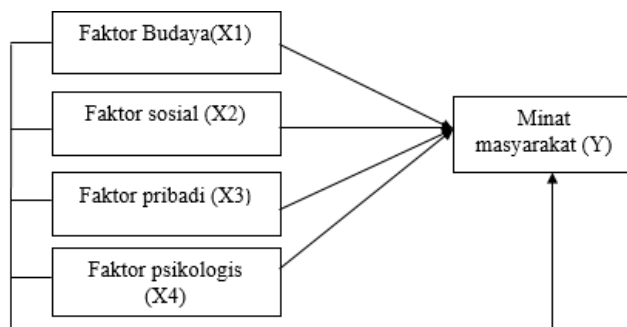
Sumber: *Data sekunder yang diolah*

C. Kerangka pemikiran

Berdasarkan kajian pustaka yang telah dipaparkan penulis, kerangka pemikiran pada penulisan ini dapat diilustrasikan sebagai berikut:

Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran



Berdasarkan kerangka di atas dapat disimpulkan bahwa variabel terikat atau *dependent* dalam penelitian ini variabel tersebut adalah minat masyarakat (Y) dipengaruhi oleh variabel bebas atau *independent* dalam observasi ini variabelnya adalah faktor budaya (X1), faktor sosial (X2), faktor pribadi (X3) dan faktor psikologis (X4).

D. Hipotesis

Menurut Sugiyono pengertian hipotesis ialah:

“Hipotesis penelitian adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian yang telah dinyatakan dituangkan dalam bentuk kalimat pertanyaan”.

Disebut dengan sementara, disebabkan jawaban yang dituangkan masih berdasarkan pada *theory* yang sesuai atau belum berdasarkan pada fakta yang ada di lapangan melalui pengumpulan data. Jadi, hipotesis juga dapat disebut sebagai jawaban yang bersifat teori terhadap rumusan masalah dan belum sebagai jawaban yang sesuai dengan data (Sugiyono, 2017: 96). Berdasarkan kajian pustaka serta kerangka teori di atas maka peneliti mengajukan beberapa hipotesis, yaitu :

1. H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari faktor budaya terhadap minat masyarakat dalam melakukan investasi emas di PT. Pegadaian cabang Purwokerto.
 H_a : Terdapat pengaruh yang signifikan dari faktor budaya terhadap minat masyarakat dalam melakukan investasi emas di PT. Pegadaian cabang Purwokerto.

2. H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari faktor sosial terhadap minat masyarakat dalam melakukan investasi emas di PT. Pegadaian cabang Purwokerto.
 H_a : Terdapat pengaruh yang signifikan dari faktor sosial terhadap minat masyarakat dalam melakukan investasi emas di PT. Pegadaian cabang Purwokerto.
3. H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari faktor pribadi terhadap minat masyarakat dalam melakukan investasi emas di PT. Pegadaian cabang Purwokerto.
 H_a : Terdapat pengaruh yang signifikan dari faktor pribadi terhadap minat masyarakat dalam melakukan investasi emas di PT. Pegadaian cabang Purwokerto.
4. H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari faktor psikologis terhadap minat masyarakat dalam melakukan investasi emas di PT. Pegadaian cabang Purwokerto.
 H_a : Terdapat pengaruh yang signifikan dari faktor psikologis terhadap minat masyarakat dalam melakukan investasi emas di PT. Pegadaian cabang Purwokerto.
5. H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis secara bersama-sama terhadap minat masyarakat dalam melakukan investasi emas di PT. Pegadaian cabang Purwokerto.
 H_a : Terdapat pengaruh yang signifikan dari faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis secara bersama-sama terhadap minat masyarakat dalam melakukan investasi emas di PT. Pegadaian cabang Purwokerto.

E. Landasan Teologis

1. Pegadaian dalam Islam

Landasan hukum gadai di dalam Al-Qur'an terdapat pada surat Al-Baqarah: 283 :

وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَى سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرِهْنَ مَقْبُوضَةً فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُمْ بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي أُؤْتِمِنَ أَمَانَتَهُ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا تَكْتُمُوا الشَّهَادَةَ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ آثِمٌ قَلْبُهُ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ (283)

Artinya: “dan jika kamu dalam perjalanan sedang kamu tidak mendapatkan seorang penulis, maka hendaklah ada barang jaminan yang dipegang. Tetapi, jika sebagian kamu memercayai sebagian yang lain, hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (utangnya) dan hendaklah dia bertakwa kepada Allah, Tuhannya. Dan janganlah kamu menyembunyikan kesaksian karena barang siapa menyembunyikannya, sungguh hatinya kotor (berdosa). Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan” (Q.S Al-Baqarah:283).

Penjelasan luas dari arti Q.S Al-Baqarah ayat 283 yang bersumber dari *Rawai’u Al-Bayani* Juz I menyatakan bahwa ketika sedang melakukan perjalanan dan ingin melakukan transaksi namun tidak menemukan juru tulis yang biasa menulis, transaksi hutang piutang, atau tidak mendapat kertas, tinta atau benda lain yang bisa dipakai untuk menulis. Maka perkuatlah perjanjian ini dengan jaminan, yang kemudia saling memegangnya. Selanjutnya diperjelas kembali dengan *tafsir Al-Maraghi* Jilid III hal ini merupakan tentang dibolehkannya *udzur* yang memperbolehkan tidak memakai tulisan. Sebagai gantinya adalah jaminan sebagai kepercayaan dari pihak yang berhutang kepada orang yang memberi hutang. Jaminan tersebut bukan berarti menjadi milik orang yang memberi hutang, dan orang yang berhutang dapat mengambil kembali jaminannya setelah melunasi hutangnya, dan jika tidak sanggup untuk melunasinya maka jaminan tersebut menjadi hak milik orang yang memberikan hutang (Shofiyun, 2014).

2. Investasi dalam Islam

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, 2017) hal ini menunjukkan bahwa kegiatan investasi yang di lakukan pada saat sekarang

akan sangat bermanfaat dalam memenuhi kehidupan di masa mendatang, Allah SWT befirman dalam Q.S Yusuf : 47-49:

قَالَ تَزْرَعُونَ سَبْعَ سِنِينَ دَابًّا فَمَا حَصَدْتُمْ فَذَرُوهُ فِي سُنْبُلِهِ إِلَّا قَلِيلًا مِمَّا تَأْكُلُونَ ثُمَّ يَأْتِي مِنْ بَعْدِ ذَلِكَ سَبْعُ شِدَادٍ يَأْكُلْنَ مَا قَدَّمْتُمْ لَهُنَّ إِلَّا قَلِيلًا مِمَّا تَحْصِنُونَ ثُمَّ يَأْتِي مِنْ بَعْدِ ذَلِكَ عَامٌ فِيهِ يُغَاثُ النَّاسُ وَفِيهِ يَعْرِضُونَ (47)

ثُمَّ يَأْتِي مِنْ بَعْدِ ذَلِكَ سَبْعُ شِدَادٍ يَأْكُلْنَ مَا قَدَّمْتُمْ لَهُنَّ إِلَّا قَلِيلًا مِمَّا تَحْصِنُونَ (48)
(ثُمَّ يَأْتِي مِنْ بَعْدِ ذَلِكَ عَامٌ فِيهِ يُغَاثُ النَّاسُ وَفِيهِ يَعْرِضُونَ (49))

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 (47) kemudian setelah itu akan datang tujuh (tahun) yang sangat sulit, yang menghabiskan apa yang kamu simpan untuk menghadapinya (tahun sulit), kecuali sedikit dari apa (bibit gandum) yang kamu simpan (48) setelah itu akan datang tahun, dimana manusia diberi hujan (dengan cukup) dan pada masa itu mereka meremas (anggur) (49)" (Q.S Yusuf : 47-49).

Penjelasan tentang Q.S Yusuf ayat 47-49 dalam bahasa *tafsir Al-Jalalain* yang menyebutkan bahwa tanamlah oleh kalian yakni secara terus-menerus; hal ini merupakan takbir daripada tujuh ekor sapi betina yang gemuk-gemuk dan biarkanlah ia supaya jangan rusak. Sesudah tujuh musim yang subur-subur itu kekeringan dan masa sulitakan memakan semua biji-bijian dari hasil panen yang selama tujuh tahun subur itu; dalam hal ini yang dimaksud adalah musim paceklik pada saat itu kalian dapat memakan apa yang selama ini kalian simpan, dengan tetap menyisakkan sedikit untuk disimpan guna dijadikan sebagai benih pada musim tanam berikutnya. Setelah tujuh tahun musim paceklik itu akan datang musim hujan yang cukup dan dimasa itu mereka dapat memeras anggur dan buah-buahan lainnya karena suburnya musim (Resky, 2020).

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif dapat disebut juga dengan metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, dan digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk mengetahui hipotesis yang ditetapkan. Penelitian ini pada umumnya dilakukan pada sampel atau populasi tertentu yang bersifat representative, pengambilan sampel dilakukan secara random sehingga kesimpulan hasil penelitian dapat digeneralisasikan pada populasi dimana sampel tersebut di ambil (Sugiyono, 2015: 8).

B. Tempat dan waktu penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di daerah Purwokerto Kabupaten Banyumas Provinsi Jawa Tengah, yang mana penelitian ini dimulai sejak tanggal 23 bulan Juni 2021 sampai 15 Desember 2021. Adapun peneliti tertarik untuk mengambil studi kasus di sini karena ingin mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat masyarakat terhadap investasi emas (studi kasus nasabah Pegadaian Cabang Purwokerto Kabupaten Banyumas).

C. Populasi dan sampel penelitian

1. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek dan subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jenis populasi bukan hanya orang saja melainkan obyek dan benda-benda alam yang lain termasuk kedalam populasi juga. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek dan subyek yang dipelajari, melainkan seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh obyek dan subyek tersebut (Sugiyono, 2015: 20). Dalam penelitian ini, jumlah sasaran yang menjadi populasi mencakup 12.721 nasabah PT. Pegadaian Cabang Purwokerto

(berdasarkan data nasabah per tanggal 23 Juni 2021) (Laporan Keuangan, 2021).

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah sekaligus karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apabila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu. Maka bisa menggunakan sampel yang di ambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dai populasi harus betul-betul representatif atau mewakili (Sugiyono, 2019: 127).

Teknik sampling atau teknik pengambilan data pada penelitian ini adalah dengan metode *incidental sampling*, *incidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan atau siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel (Sugiyono, 2019: 133). Penentuan sampel pada penelitian ini yaitu setiap nasabah yang pada saat itu berada di ruang tunggu dan ruang konsultasi menabung emas PT. Pegadaian Cabang Purwokerto berpeluang menjadi responden dengan tidak menunjukkan unsur keterpaksaan dan di anggap cocok untuk mengisi kusioner. Dalam menentukan sampel, peneliti menggunakan rumus Slovin, yaitu (Sugiyono, 2019: 137) :

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

Keterangan :

n : jumlah sampel

N : jumlah populasi

e^2 : presentase batas ketelitian (10%)

$$n = \left(\frac{12.721}{1 + 12.721(0,10)^2} \right)$$

$$n = \left(\frac{12.721}{1 + 12.721 (0,01)} \right)$$

$$n = \left(\frac{12.721}{1 + 127,21} \right)$$

$$n = \left(\frac{12.721}{128,21} \right)$$

$n = 99,22$ dibulatkan menjadi 100.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah responden yang menjadi nasabah PT. Pegadaian Cabang Purwokerto yang berada di wilayah Purwokerto, Banyumas. Dengan sampel sebanyak 100 orang dari jumlah populasi nasabah PT. Pegadaian sebanyak 12.721 nasabah (per tanggal 23 Juni 2021). Dengan adanya keterbatasan waktu, tenaga dan biaya maka teknik *incidental sampling* ini dapat dibidang teknik terbaik untuk dilakukan dalam perolehan data.

D. Variabel dan Indikator Penelitian

1. Variabel Penelitian

Variabel adalah apapun yang dapat dibedakan atau mengubah nilai. Nilai dapat berbeda pada berbagai waktu untuk objek atau orang yang sama, atau pada waktu yang sama untuk orang atau objek yang berbeda (Wiley & Sons, 2017: 77). Variabel berdasarkan korelasinya dibedakan menjadi dua jenis, yaitu variabel dependen (Y) dan variabel independen (X).

a. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen adalah variabel yang menjadi pusat perhatian bagi peneliti, tujuannya adalah untuk memahami dan mendeskripsikan variabel terikat dengan maksud lain, variabel terikat adalah variabel utama yang sesuai dalam penelitian melalui analisis variabel terikat, maka terdapat beberapa kemungkinan menemukan solusi untuk masalah yang diambil (Wiley & Sons, 2017: 77). Dikatakan variabel dependen atau terikat karena variabel ini dipengaruhi oleh variabel independen atau bebas variabel dependen atau terikat pada penelitian ini adalah:

1) Minat Masyarakat (Y)

Secara umum, minat memiliki arti sebagai perhatian yang mengandung unsur-unsur perasaan. Minat juga bisa diartikan sebagai dorongan atau keinginan dalam diri seseorang pada objek tertentu. Misalnya, minat terhadap dunia kesenian, olahraga, atau hobi yang dimiliki. Minat juga berkaitan erat dengan motivasi seseorang terhadap sesuatu yang dipelajari. Keadaan lingkungan atau mode yang sedang trend, kebutuhan, serta pengalaman seseorang dapat mempengaruhi berubahnya minat seseorang (Fatimah, 2019).

b. Variabel Independen (X)

Secara umum, variabel independen atau variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi variabel terikat atau variabel bebas, baik secara positif ataupun negatif. Jika terdapat variabel bebas, variabel terikat juga hadir dan dengan setiap unit kenaikan dalam variabel bebas, terdapat pula kenaikan atau penurunan pada variabel terikat atau variabel dependen. Dengan kata lain, varians dalam variabel terikat disebabkan oleh variabel bebas (Wiley & Sons, 2017: 79) variabel independen atau variabel bebas pada penelitian ini meliputi:

1) Faktor Budaya

Budaya adalah determinan dasar keinginan dan perilaku seseorang (Kotler & Keller, 2009: 166). Budaya juga diartikan sebagai pola atau cara hidup yang terus berkembang oleh sekelompok orang dan diturunkan pada generasi berikutnya (Abdi, 2021). Adapun indikator yang digunakan adalah :

- a. Budaya
- b. Sub budaya
- c. Kelas sosial

2) Faktor Sosial

Faktor sosial merupakan sebuah perilaku dari konsumen yang dipengaruhi oleh kelompok sosial seperti keluarga, lingkungan, dan

status sosial konsumen (Kotler & Keller, 2009: 170). Adapun indikator yang digunakan oleh faktor sosial ini adalah:

- a. Kelompok referensi
- b. Keluarga
- c. Peran dan status sosial

3) Faktor pribadi

Faktor pribadi juga menjadi pendorong seseorang dalam melakukan keputusan pembelian. Faktor pribadi juga didefinisikan sebagai karakteristik psikologis seseorang yang menyebabkan tanggapan yang relatif konsisten dan betahan lama terhadap lingkungan (Kotler & Keller, 2009: 172) indikator yang digunakan faktor pribadi meliputi :

- a. Usia dan tahap siklus hidup
- b. Pekerjaan
- c. Keadaan ekonomi
- d. Gaya hidup
- e. Kepribadian dan konsep diri

4) Faktor Psikologis

Faktor psikologis merupakan bagian dari pengaruh lingkungan di mana seseorang tinggal dan hidup pada waktu sekarang tanpa mengabaikan pengaruh masa lampau pada waktu yang akan datang (Ghoni & Bodroastuti, 2016) adapun indikator yang digunakan meliputi:

- a. Persepsi
- b. Motivasi

E. Pengumpulan Data

1. Sumber data penelitian
 - a. Sumber Data Primer

Data primer yaitu data yang mengacu pada informasi yang diperoleh langsung (dari tangan pertama) oleh peneliti terkait dengan variabel ketertarikan untuk tujuan tertentu dari studi (Wiley & Sons, 2017:130). Data primer dalam penelitian ini adalah dengan mengunjungi kantor pegadaian yang diteliti untuk melakukan observasi, wawancara, sekaligus menyebarkan angket. Sehingga memperoleh data dan informasi terkait minat masyarakat terhadap investasi emas di pegadaian.

b. Sumber Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber-sumber yang sudah ada, bisa berupa buku atau majalah, laporan tahunan perusahaan, publikasi pemerintah mengenai indikator ekonomi (Wiley dan Sons, 2017:131). Data sekunder dalam penelitian ini adalah dengan mengunjungi website resmi pegadaian (www.pegadaian.co.id) yang berisi tentang profil kerja pegadaian dan mengunjungi website kantor pegadaian cabang Purwokerto melalui akun salah satu pegawai di Pegadaian, sehingga mendapatkan laporan keuangan tahunan PT. Pegadaian Cabang Purwokerto.

c. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah upaya yang digunakan untuk mengumpulkan informasi atau fakta-fakta yang ada di lapangan dalam rangka mencapai tujuan penelitian sesuai dengan yang diharapkan (Sugiyono, 2019:194). Teknik pengumpulan data dapat dilakukan melalui cara:

1) Wawancara

Wawancara adalah kumpulan informasi yang diambil melalui tanya jawab lisan dan percakapan di sehari-hari, atau suatu teknik pengumpulan data dengan interview pada satu atau beberapa orang yang bersangkutan dalam wawancara ini yaitu bisa dengan mengadakan suatu pertemuan tatap muka secara langsung antara

suatu orang yang meneliti dengan orang yang diteliti atau orang yang menjadi sumber data ataupun suatu objek penelitian (Sugiyono, 2019:195). Pada penelitian ini, peneliti menyusun wawancara terstruktur, yaitu secara langsung atau pun tatap muka dengan Ibu Rustiani, S.E dan Ibu Retno, S.E selaku *sales head* di kantor Pegadaian cabang Purwokerto, guna mendapatkan data yang terkait dengan penelitian.

2) Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden (Sugiyono, 2019: 199).

Tekni yang digunakan dalam peneliti ini untuk mengumpulkan data adalah kuesioner. Kuesioner untuk masyarakat yang menjadi nasabah di PT. Pegadaian cabang Purwokerto yang. Kuesioner disusun dengan menyediakan lima pilihan jawaban. Kuesioner hanya perlu mengisi salah satu jawaban yang sesuai dengan pendapat masing-masing yaitu:

- a. Sangat tidak setuju : skor 1
- b. Tidak setuju : skor 2
- c. Kurang setuju : skor 3
- d. Setuju : skor 4
- e. Sangat setuju : skor 5

Kuesioner dalam penelitian ini digunakan untuk menggali data tentang pengaruh faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis terhadap minat masyarakat terhadap investasi emas (studi kasus nasabah pegadaian cabang Purwokerto).

F. Analisis data

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Suatu kuesioner dapat dikatakan memiliki validitas tinggi jika kuesioner tersebut menjalankan fungsi ukurnya, atau memberikan hasil ukur yang tepat dan akurat sesuai dengan maksud dikenakannya tes tersebut (Ghozali, 2009: 17). Berikut merupakan rumusan dari uji validitas:

$$r_{xy} = \frac{n\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N\sum X^2 - (\sum x)^2\}\{N\sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

keterangan :

r_{xy} : koefisien Korelasi

X : Nilai total jawaban dari masing-masing nomor responden

Y: total butir dari jawaban responden

x: jumlah skor butir

y: jumlah skor total

N: jumlah sampel

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

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari perubahan atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban responden terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2009: 20). Pengujian tingkat reliabilitas terhadap kuesioner dilakukan menggunakan rumus koefisien *cronbach's Alpha* sebagai berikut:

$$r_{ii} = \left\{ \frac{k}{(k-1)} \right\} \left\{ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right\}$$

keterangan:

rii: Reliabilitas instrumen

K: banyak butir pertanyaan

$\Sigma\sigma_b^2$: jumlah varians butir

σ_t^2 : varians total skor

Penentuan tingkat reliabilitas, suatu instrumen dapat dikatakan reliabilitas atau handal apabila *Cronbach's Alpha* bernilai minimum 0,60 sampai dengan 0,80. Sedangkan jika nilai dari *cronbach's Alpha* kurang dari 0,60 maka suatu instrumen kuesioner dikatakan tidak reliabel atau handal.

3. Uji Asumsi Klasik

Untuk mendapatkan regresi yang baik harus memenuhi beberapa asumsi yang disyaratkan untuk memenuhi uji asumsi normalitas, multikolonieritas, dan heteroskedastisitas.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas berfungsi untuk menguji apakah pada satu model regresi suatu variabel independen dan variabel dependen atau pun keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak normal. Pada uji normalitas ini data dapat dilakukan dengan menggunakan analisis grafik dan uji statistik. Metode yang lebih handal adalah dengan melihat normal *probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal, dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya. Dasar pengambilan keputusan:

- 1) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- 2) Jika data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola

distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas (Ghozali, 2016 : 156).

b. Uji Multikolonieritas

Pengujian multikolonieritas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi ditentukan adanya korelasi antar variabel independen atau variabel bebas. Untuk menemukan terdapat atau tidaknya multikolonieritas pada model regresi dapat diketahui dari nilai toleransi dan nilai *Variance Inflation Factor*. Dasar pengambilan keputusan pada uji multikolonieritas:

- 1) Jika nilai Tolerance lebih besar dari 0,10 maka artinya tidak terjadi multikolonieritas atau jika nilai VIF kurang dari 10,0 maka artinya tidak terjadi multikolonieritas.
- 2) Jika nilai Tolerance lebih kecil dari 0,10 maka artinya terjadi multikolonieritas atau jika nilai VIF lebih dari 10,0 maka artinya terjadi multikolonieritas (Ghozali, 2016: 104).

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk melakukan apakah pada sebuah model regresi terjadi ketidaknyamanan varian dari residual dalam suatu pengamatan ke pengamatan lainnya. Apabila varian berbeda, maka disebut heteroskedastisitas. Salah satu cara untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model regresi linear berganda yaitu dengan melihat grafik scatterplot atau dari nilai variabel terikat yaitu SRESID dengan residual error yaitu ZPRED. Dasar pengambilan keputusan:

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka dapat dindikasikan telah terjadi heterokedastisitas.
- 2) Jika ada pola yang jelas, serta titiktitik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y maka dapat dikatakan tidak terjadi heterokedastisitas (Ghozali, 2016: 134).

4. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda digunakan apabila peneliti bermaksud untuk meramalkan bagaimana keadaan naik turunnya variabel dependen, bila dua atau variabel independen sebagai prediktor dimanipulasi atau dinaik turunkan nilainya. Peneliti menggunakan uji statistik ini karena penelitian ini bertujuan untuk menguji obyek yang memiliki dua kategori mutual eksklusif yang berdasarkan pada beberapa variabel independen, maka pengujian ini cocok menggunakan uji statistik ini karena jumlah variabel lebih dari dua macam (Warto, 2013:319-320). Persamaan umum regresi berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n + e$$

Di mana :

Y: Minat Masyarakat

X₁: Faktor Budaya

X₂: Faktor Sosial

X₃: Faktor Pribadi

X₄: Faktor Psikologis

a: konstanta

b: koefisien regresi

e: faktor pengganggu

5. Pengujian Hipotesis

Tujuan dari adanya pengujian hipotesis adalah untuk dapat menentukan secara akurat jika hipotesis nol dapat ditolak arena hipotesis alternatif. Berdasarkan data sampel, penelitian dapat menolak hipotesis nol (H₀) sehingga dapat menerima hipotesis alternatif (H_a) dengan tingkat keyakinan tertentu. Pengujian hipotesis menggunakan:

a. Uji Koefisien Regresi Secara Bersama (Uji F)

Uji statistik ini pada dasarnya menunjukkan apakah variabel bebas yang dimasukkan dalam model memiliki pengaruh secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel terikat (Kuncoro, 2007: 82).

Hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$H_0 : b_1 = B_0$$

Di mana: variabel independen secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

$$H_a : b_1 \neq 0$$

Di mana : variabel independen secara simultan atau bersama-sama memiliki berpengaruh terhadap variabel dependen.

Perumusan dalam pengambilan keputusan:

- 1) Jika nilai signifikansi $> 0,005$ maka H_0 diterima
- 2) Jika nilai signifikansi $\leq 0,005$ maka H_0 ditolak

b. Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji T)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen atau variabel terikat (Kuncoro, 2007: 81).

Hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$H_0 : b_1 = B_0$$

Di mana : variabel independen tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.

$$H_a : b_1 \neq 0$$

Di mana : variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.

Perumusan dalam pengambilan keputusan :

- 1) Jika nilai signifikansi $> 0,005$ maka H_0 diterima
- 2) Jika nilai signifikansi $\leq 0,005$ maka H_0 ditolak

c. Uji Koefisien Determinasi/ R Square (R^2)

Ketepatan model R square dilakukan untuk mendeteksi ketepatan yang paling baik dari garis regresi, dengan melihat besarnya nilai koefisien determinasinya. Besarnya nilai koefisien determinasi adalah antara angka nol sampai dengan angka satu ($0 \leq R^2 \leq 1$), apabila nilai yang diperoleh R^2 dari hasil perhitungan adalah mendekati satu, maka semakin kuat model tersebut dapat menerangkan variabel terikatnya.

Begitu pula sebaliknya, jika nilai yang diperoleh R^2 dari hasil perhitungan adalah mendekati nol, maka hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen tidak signifikan (Kuncoro, 2007: 85) .



BAB IV

PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Umum PT. Pegadaian

Sejarah berdirinya pegadaian dimulai pada tahun 1746 yang diawali dengan *Vereenigde Oostindische Compagnie* mendirikan lembaga keuangan yang disebut *Bank Van Leening* yang berfungsi sebagai penyedia layanan kredit dengan sistem regulasi berbentuk simpanan. Lembaga keuangan tersebut didirikan di Batavia bertepatan pada tanggal 20 Agustus 1746, dari tahun 1811 hingga 1816, Inggris merebut kekuasaan Indonesia dari tangan Belanda dan akhirnya membubarkan bank *Van Leening* tersebut sekaligus memberikan keleluasaan kepada masyarakat untuk mengatur kembali fungsi lembaga keuangan dan diganti dengan pergadaian dengan syarat berlakunya lisensi atau *licentie stelsel* dari pemerintah daerah. Pemberlakuan lisensi tersebut dianggap berdampak negatif karena menimbulkan pemegang lisensi justru menjalankan praktik renternir dan lebih menguntungkan pemerintah yang pada saat itu dipimpin oleh Inggris. Oleh karenanya, pemberlakuan lisensi tersebut diubah menjadi hak milik secara umum atau dikenal dengan *pacht stelsel*, di mana selain menjadi milik umum pemberlakuan membayar pajak yang tinggi pun ditetapkan dan disetorkan kepada pemerintah daerah (www.pegadaian.co.id).

Pada saat memasuki tahun 1901 kekuasaan Hindia Belanda menerapkan pemberlakuan kebijakan baru yang disebut dengan *cultur stelsel*, di mana kebijakan tersebut berisi tentang pegadaian sebaiknya dikelola sendiri oleh pemerintah. supaya dapat melindungi dan memanfaatkan yang banyak untuk masyarakat. Hal inilah yang menjadi awal berdirinya Pegadaian negara pertama yang didirikan di Sukabumi Jawa Barat pada tanggal 1 April 1901 (www.pegadaian.co.id).

Selanjutnya pada kisaran tahun 1905, lembaga keuangan pegadaian kemudian menjadi lembaga keuangan yang secara resmi menjadi Jawatan

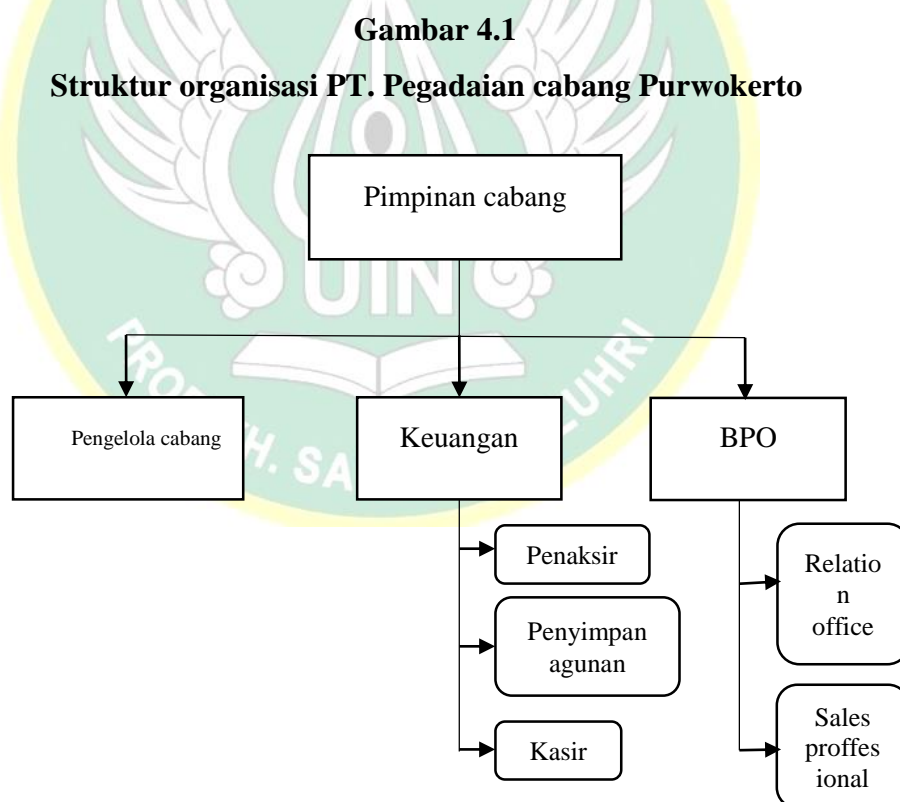
Pegadaian yang disebut dengan Jawatan Pegadaian. Selanjutnya, pada tahun 1961 bentuk badan hukum yang dimiliki pegadaian berubah menjadi PN atau Perusahaan Negara yang disesuaikan dengan peraturan Undang-undang (perpu) No.19 tahun 1960 tentang Perusahaan Negara Jo Peraturan Pemerintah (PP) No. 18 tahun 1961 tentang Pendirian Perusahaan Kehutanan Jawa Timur . Tidak hanya sampai itu, pada tahun 1969 badan hukum pegadaian berubah kembali dari Perusahaan Negara (PN) menjadi Perusahaan Jawatan (Perjan) hal ini disesuaikan berdasarkan Peraturan Pemerintah (PP) No. 7 tahun 1969 tentang Perubahan Bentuk Perusahaan Negara Pegadaian menjadi Jawatan Pegadaian. Selanjutnya sesuai pada Peraturan Pemerintah (PP) No. 103 tahun 2000 tentang Perusahaan Umum (Perum) Pegadaian badan hukum Pegadaian berubah menjadi Perum atau Perusahaan Umum. Sekaligus pada tahun 2021 tepatnya pada tanggal 23 September 2021 badan hukum Pegadaian berubah menjadi Perseroan Terbatas yang didasari pada Peraturan Pemerintah (PP) No. 73 tahun 2021 tentang Penambahan Penyertaan Modal Negara Republik Indonesia ke dalam Modal Saham Perusahaan Perseroan (Persero) (www.pegadaian.co.id).

Pada saat ini kantor Pegadaian tersebar di seluruh wilayah Indonesia, dengan jumlah 3.579 kantor unit pelayanan cabang, 642 kantor cabang, 59 kantor area, dan 12 kantor wilayah. Salah satu kantor cabang di Indonesia terletak pada wilayah Purwokerto dengan alamat lengkap PT. Pegadaian cabang Purwokerto beralamat di Jl. Jend. Soedirman No.299, Kauman Lama, Purwokerto Lor, Kec. Purwokerto Timur, Kab. Banyumas, Jawa Tengah.

2. Visi Dan Misi PT. Pegadaian Cabang Purwokerto
 - a. Visi : Menjadi *the most valuable financial company* di Indonesia dan sebagai agen inkusi keuangan pilihan utama masyarakat.
 - b. Misi :

- 1) Membangun bisnis yang lebih beragam dengan mengembangkan bisnis baru untuk menambah proporsisi nilai ke nasabah dan stakeholder.
 - 2) Memberikan manfaat dan keuntungan yang optimal bagi seluruh *stakeholder* dengan mengembangkan bisnis inti
3. Struktur Organisasi PT. Pegadaian Cabang Purwokerto

Struktur organisasi merupakan sebuah tingkatan atau hirark yang ada pada suatu perusahaan atau organisasi guna memberikan gambaran komponen terkait pembagian tugas serta tanggung jawab perorangan dalam suatu wewenang dengan tujuan agar tidak terjadi tumpang tindih dalam melaksanakan hak dan kewajiban di dalam perusahaan (Gie, 2021). Di bawah ini merupakan gambaran struktur organisasi yang ada pada PT. Pegadaian cabang Purwokerto:



Sumber: PT. Pegadaian Cabang Purwokerto

B. Profil Responden

Penguraian data profil responden dimaksudkan untuk dapat melihat profil responden sendiri serta hubungan antar variabel yang ada dalam penelitian ini.

Hasil rekapitulasi data ini mendeskripsikan suatu kondisi responden sebagai bentuk informasi untuk memahami hasil penelitian. Pada penelitian ini responden mempunyai beberapa karakteristik, yang di antaranya adalah:

1. Profil Responden Berdasarkan Jenis kelamin

Berpanduan pada hasil evidensi kuesioner penelitian yang diolah, maka karakteristik jenis kelamin responden adalah:

Tabel 4. 1

Jenis kelamin responden

Jenis kelamin	Jumlah	Persentase
Perempuan	61	61%
Laki-laki	39	39%
Total	100	100%

Sumber: data kusioner penelitian, 2021

Merujuk pada tabel di atas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa mayoritas responden berjenis kelamin perempuan, dengan jumlah sebanyak 61 orang, sedangkan sisanya berjenis kelamin laki-laki yang berjumlah 39 orang.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berpanduan hasil data kuesioner observasi yang diolah, maka karakteristik yang berdasarkan usia responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 2

Usia responden

Usia	Jumlah	Persentase
18 – 28	38	38%
29 – 38	29	29%
39 – 48	19	19%
49 – 58	12	12%
59 – 70	2	2%
Total	100	100%

Sumber: data kusioner penelitian, 2021

Berpanduan pada tabulasi di atas, kesimpulannya adalah mayoritas responden yang memberikan informasi berusia 18–28 tahun yaitu sebanyak 38 orang, yang berusia 29–38 tahun yaitu sebanyak 29 orang, sedangkan yang berusia 39–48 sebanyak 19 orang, usia mulai 49–58 sebanyak 12 orang, dan mulai usia 59–70 sebanyak 2 orang.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan hasil kusioner penelitian yang direkap serta diolah, maka karakteristik pekerjaan nasabah adalah:

Tabel 4.3
Pekerjaan responden

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
PNS	10	10%
Guru	14	14%
Mahasiswa	8	8%
Swasta	31	31%
Wiraswasta	37	37%
Total	100	100%

Sumber: data kusioner yang diolah, 2021

Berpanduan pada hasil tabulasi di atas, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden yang memberikan informasi mempunyai pekerjaan wiraswasta dengan total 37 orang, selanjutnya pekerjaan swasta dengan total 31 orang, guru 14 orang, PNS (Pegawai Negeri Sipil) berjumlah 10 orang, dan mahasiswa sebanyak 8 orang.

4. Analisis Frekuensi Persepsi Responden

Untuk dapat mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi minat masyarakat dalam investasi emas, yaitu dengan peneliti menyebar kusioner kepada tiap responden yang telah masuk ke dalam kriteria sebagai responden. Seluruh jawaban responden selanjutnya dianalisis supaya dapat melihat jumlah atas jawaban yang telah diberikan. Sehingga dari 21 pernyataan yang disediakan dapat menghasilkan

skor rata-rata. Berikut merupakan tabel interpretasi nilai rata-rata tanggapan responden (Sudjana, 2005: 47):

Tabel 4.4
Kriteria hasil tanggapan responden

Nilai	Keterangan
1,00 – 1,79	sangat tidak baik
1,80 – 2,59	Tidak baik
2,60 – 3,39	Kurang baik
3,40 – 4,19	Baik
4,20 – 5,00	Sangat baik

Sumber: Sudjana (2005:47)

5. Variabel penelitian

a. Persepsi Responden Terhadap Variabel Faktor Budaya (X1)

Jawaban responden terhadap faktor budaya yang di isi dengan nilai kisaran antara sangat setuju (5) sampai dengan sangat tidak setuju (1). Berikut merupakan tabel yang menampilkan tinggi rendahnya jawaban narasumber:

Tabel 4.5
Persepsi Responden Terhadap Variabel Faktor Budaya

Butir pernyataan	Frekuensi					Total (skor x frekuensi)	Rata-rata
	SS	S	KS	TS	STS		
Nomor 1	5	4	3	2	1	416	4,16
Nomor 2	28	65	3	3	1	400	4,00
Nomor 3	26	57	10	5	2	315	3,15
Nomor 4	5	38	31	19	7	340	3,40
Total	12	43	26	11	8	1.471	3,67

b. Persepsi Responden Terhadap Variabel Faktor Sosial (X2)

Jawaban narasumber terhadap faktor sosial yang di isi dengan nilai kisaran antara sangat setuju (5) sampai dengan sangat tidak

setuju (1). Berikut merupakan tabel yang menampilkan tinggi rendahnya jawaban narasumber:

Tabel 4.6

Persepsi Responden Terhadap Variabel Faktor Sosial (X2)

Butir pernyataan	Frekuensi					Total (skor x frekuensi)	Rata-rata
	SS	S	KS	TS	STS		
	5	4	3	2	1		
Nomor 1	14	53	21	7	5	364	3,64
Nomor 2	20	44	20	14	2	366	3,66
Nomor 3	5	35	32	21	7	310	3,10
Nomor 4	53	43	3	0	1	449	4,49
Total	92	175	76	42	15	1489	3,72

Sumber: data penelitian yang diolah, 2021

Berpanduan pada tabulasi di atas, kesimpulan yang diambil adalah tanggapan responden mengenai faktor sosial adalah baik dengan nilai rata-rata sebesar 3,72.

c. **Persepsi Responden Terhadap Variabel Faktor Pribadi (X3)**

Jawaban narasumber terhadap faktor pribadi yang di isi dengan nilai kisaran antara sangat setuju (5) sampai dengan sangat tidak setuju (1). Berikut merupakan tabel yang menampilkan tinggi rendahnya jawaban narasumber:

Tabel 4.7

Persepsi Responden Terhadap Variabel Faktor Pribadi (X3)

Butir pernyataan	Frekuensi					Total (skor x frekuensi)	Rata-rata
	SS	S	KS	TS	STS		
	5	4	3	2	1		
Nomor 1	15	65	14	5	1	388	3,88
Nomor 2	13	57	21	7	2	372	3,72
Nomor 3	14	71	8	5	2	390	3,90
Nomor 4	6	57	18	13	6	344	3,44
Nomor 5	25	59	11	5	0	404	4,04
Total	73	309	72	35	11	1.898	3,80

Sumber: data penelitian yang diolah, 2021

Berpanduan pada hasil tabulasi di atas, dapat diambil kesimpulannya mengenai faktor pribadi ialah “Baik” dengan nilai rata-rata 3,80.

d. Persepsi Responden Terhadap Variabel Faktor Psikologis (X4)

Jawaban narasumber terhadap faktor psikologis yang di isi dengan nilai kisaran antara sangat setuju (5) sampai dengan sangat tidak setuju (1). Berikut merupakan tabel yang menampilkan tinggi rendahnya jawaban narasumber:

Tabel 4.8

Persepsi responden terhadap variabel faktor psikologis (X4)

Butir pernyataan	Frekuensi					Total (skor x frekuensi)	Rata-rata
	SS	S	KS	TS	STS		
	5	4	3	2	1		
Butir 1	67	31	1	1	0	454	4,54
Butir 2	7	52	25	13	3	347	3,47
Butir 3	40	53	5	2	0	432	4,32
Butir 4	19	73	5	2	1	407	4,07
Total	133	209	36	18	4	1640	4,10

Sumber: data penelitian yang diolah

Berpanduan pada hasil tabulasi di atas, dapat. Diambil kesimpulannya ialah “baik” dengan nilai rata-rata yang diperoleh sebesar 4,10.

e. Persepsi Responden Terhadap Variabel Minat (Y)

Jawaban narasumber terhadap minat yang di isi dengan nilai kisaran antara sangat setuju (5) sampai dengan sangat tidak setuju (1). Berikut merupakan tabel yang menampilkan tinggi rendahnya jawaban narasumber:

Tabel 4.9
Persepsi responden terhadap variabel minat

Butir pernyataan	Frekuensi					Total (skor x frekuensi)	Rata-rata
	SS	S	KS	TS	STS		
	5	4	3	2	1		
Nomor 1	36	55	8	1	0	426	4,26
Nomor 2	22	67	8	3	0	408	4,08
Nomor 3	45	49	5	1	0	438	4,38
Nomor 4	19	75	3	3	0	410	4,10
Total	122	246	24	8	0	1682	4,20

Sumber: data penelitian yang diolah

Berpanduan pada hasil tabulasi di atas, dapat diketahui kesimpulannya ialah “Sangat Baik” dengan nilai rata-rata yang diperoleh ialah sebesar 4,20.

C. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Hasil Uji Validitas

Hasil pengujian validitas ini didapatkan dengan bantuan aplikasi SPSS 16, dimana hasil tersebut adalah:

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Kriteria
Faktor Budaya (X1)	X1.1	0,515	0,1966	Valid
	X1.2	0,610	0,1966	Valid
	X1.3	0,702	0,1966	Valid
	X1.4	0,759	0,1966	Valid
Faktor Sosial (X2)	X2.1	0,684	0,1966	Valid
	X2.2	0,792	0,1966	Valid
	X2.3	0,652	0,1966	Valid
	X2.4	0,310	0,1966	Valid
Faktor Pribadi (X3)	X3.1	0,744	0,1966	Valid
	X3.2	0,834	0,1966	Valid
	X3.3	0,678	0,1966	Valid
	X3.4	0,622	0,1966	Valid
	X3.5	0,526	0,1966	Valid
Faktor Psikologis (X4)	X4.1	0,445	0,1966	Valid
	X4.2	0,549	0,1966	Valid
	X4.3	0,473	0,1966	Valid
	X4.4	0,596	0,1966	Valid
Minat (Y)	Y1.1	0,681	0,1966	Valid
	Y1.2	0,652	0,1966	Valid
	Y1.3	0,547	0,1966	Valid
	Y1.4	0,516	0,1966	Valid

Sumber: hasil SPSS 16 yang telah diolah, 2021

Ditentukan dengan nilai r tabel sebesar 0,1966 yang didapatkan melalui pengamatan nilai sampel $(N) = 100 - 2 = 98$, dan menurut ketentuan r tabel dinyatakan sebesar 0,1966. Berdasarkan tabel di atas, mulai dari variabel faktor budaya (X1), faktor sosial (X2), faktor pribadi (X3), faktor psikologis (X4), dan minat masyarakat (Y) dinyatakan semuanya valid dengan penjelasan r hitung > r tabel sebesar 0,1966. Dengan kesimpulan bahwa semua instrumen pada penelitian ini adalah valid, artinya seluruh data tersebut benar dan dapat diterima oleh responden karena telah sesuai dengan standarisasi tolak ukur pengambilan keputusan.

2. Hasil Uji Reliabilitas

Hasil pengujian reliabilitas ini didapatkan melalui bantuan program aplikasi SPSS 16, dimana hasil tersebut adalah:

Tabel 4.11
Hasil Pengujian Reliabilitas Data Penelitian

Variabel	Alpha Cronbach	Nilai Alpha Cronbach yang disyaratkan	Keterangan
Faktor Budaya (X1)	0,754	0,60	Reliabel
Faktor Sosial (X2)	0,729	0,60	Reliabel
Faktor Pribadi (X3)	0,769	0,60	Reliabel
Faktor Psikologis (X4)	0,639	0,60	Reliabel
Minat (Y)	0,716	0,60	Reliabel

Sumber: hasil SPSS 16 yang telah diolah, 2021

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas di atas diketahui nilai cronbach alpha semua variabel memiliki nilai lebih besar dari nilai ketetapan yaitu 0,60. Sehingga instrumen pada variabel faktor budaya (X1), faktor sosial (X2), faktor pribadi (X3), faktor psikologis (X4), dan minat masyarakat (Y) adalah reliabel atau handal. Dengan kesimpulan akhir seluruh instrumen kusioner pada penelitian ini adalah reliabel atau data tersebut telah sesuai dengan kenyataan yang ada.

D. Hasil Uji Analisis Data

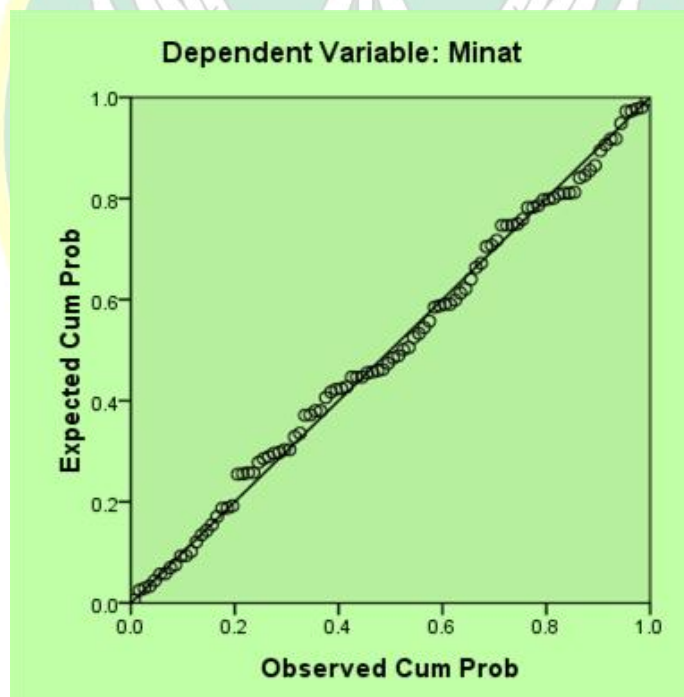
1. Uji Asumsi Klasik

Dilakukannya pengujian uji asumsi klasik sebagai syarat agar memperoleh nilai regresi yang baik, beberapa pengujian tersebut diantaranya adalah uji normalitas, uji multikolonieritas, dan uji heterokedastisitas yang disajikan sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Dilakukannya pengujian uji normalitas dengan fokus pada data yang berupa titik-titik di grafik normal plot yang tersebar disekitaran garis diagonal serta arahnya mengikuti grafik histogram. Pada keadaan tersebut maka data bisa dikatakan asumsi normalitas terpenuhi. Di bawah ini merupakan hasil uji normalitas:

Gambar 4.2
Grafik Uji Normalitas



Sumber: hasil SPSS 16 yang telah diolah, 2021

Berpanduan pada gambar di atas dapat disimpulkan bahwa data yang berbentuk titik-titik menyebar disekitaran garis diagonal dan

membentuk pola yang berdistribusi normal, maka dapat disimpulkan bahwa pola tersebut memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolonieritas

Pengambilan keputusan uji multikolonieritas dengan cara melihat nilai *tolerance* dan VIF nya yang tersedia pada hasil tabulasi uji multikolonieritas. Berikut merupakan rangkuman dari hasil uji melalui program bantuan SPSS:

Tabel 4.12
Hasil Uji Multikolonieritas

Variabel	Collinearity statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Faktor budaya (X1)	0,593	1.686	Tidak terjadi multikolonieritas
Faktor sosial (X2)	0,461	2.168	Tidak terjadi multikolonieritas
Faktor pribadi (X3)	0,691	1.446	Tidak terjadi multikolonieritas
Faktor psikologis(X4)	0,814	1.229	Tidak terjadi multikolonieritas

Sumber: hasil SPSS 16 yang telah diolah, 2021

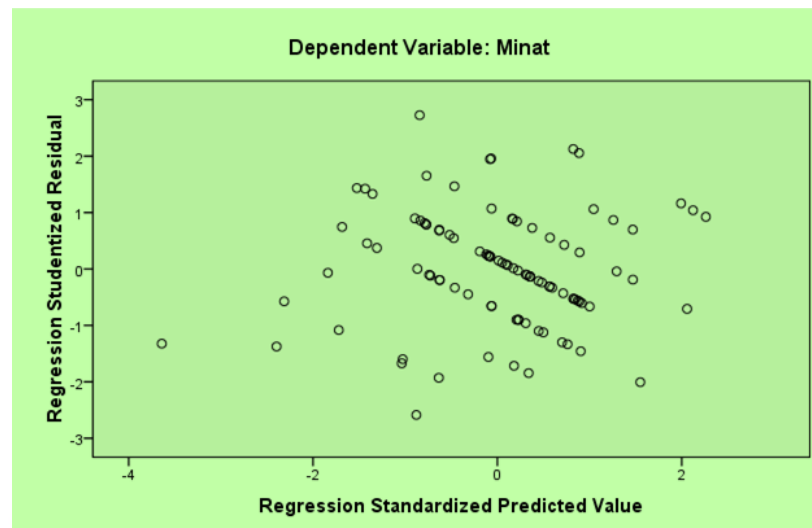
Berpanduan pada hasil tabulasi data di atas, dapat kita simpulkan dengan merujuk pada ketentuan syarat yang ditetapkan, yaitu jika melihat nilai *tolerance* $> 0,10$ artinya data tersebut tidak mengalami gejala multikolonieritas, dan jika melihat nilai VIF $< 10,0$ artinya data tersebut juga tidak mengalami gejala multikolonieritas. Dari data di atas masing-masing variabel menunjukkan nilai *tolerance* melebihi dari nilai yang ditentukan dan nilai VIF kurang dari nilai ketentuan, maka dapat diambil kesimpulannya bahwa seluruh data yang diinput dinyatakan tidak mengalami gejala multikolonieritas.

c. Uji Heterokedastisitas

Interpretasi hasil pengujian dari uji heterokedastisitas yaitu dengan cara melihat beberapa pola tertentu yang tersedia di gambar. Apabila tidak ada pola tertentu yang jelas, dan data yang berupa *dot* tersebut tersebar dari atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y, maka

data yang diinput tidak mengalami heterokedastisitas. Berikut merupakan hasil uji heterokedastisitas:

Gambar 4.3
Hasil Uji Heterokedastisitas



Sumber: hasil SPSS 16 yang telah diolah, 2021

Pada gambar *scatterplot* di atas, tampak bahwa *dot* atau beberapa titik tersebar secara acak mulai dari atas hingga di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan data yang diinput tidak mengalami heterokedastisitas.

2. Uji Regresi Linear Berganda

Pengujian uji analisis regresi linear. berganda. bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen yaitu: faktor budaya (X1), faktor sosial (X2), faktor pribadi (X3), dan faktor psikologis (X4) serta variabel dependen yaitu minat masyarakat (Y). Di bawah ini adalah hasil uji regresi linear berganda:

Tabel 4.13
Hasil uji regresi linear berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.439	1.425		5.221	.000
	Faktor Budaya	.015	.063	.025	.241	.810
	Faktor Sosial	-.140	.076	-.214	-1.843	.069
	Faktor Pribadi	.260	.050	.493	5.184	.000
	Faktor Psikologis	.382	.090	.371	4.241	.000

Sumber: hasil SPSS yang diolah,2021

Dari hasil uji tabel di atas jika dibuat rumus regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n + e$$

atau

$$Y = 7.439 + 0.015X_1 + -0,140X_2 + 0.260X_3 + 0,382X_4 + e$$

Di mana :

Y: Minat Masyarakat

X₁: Faktor Budaya

X₂: Faktor Sosial

X₃: Faktor Pribadi

X₄: Faktor Psikologis

a: konstanta

b: koefisien regresi

e: faktor pengganggu

Sehingga dari hasil hitung menggunakan regresi linear berganda, dapat disimpulkan bahwa :

- Pada bagian koefisien konstanta bernilai sebesar 7.439 dan bertanda positif menandakan bahwa yang dihitung menggunakan regresi linear

regresi berganda lebih besar dari yang diharapkan. Konstanta tersebut menyebutkan apabila variabel dianggap tetap atau nol, maka konstanta akan menaikkan minat nasabah sebesar 74,39%.

- b. Pada bagian faktor budaya (X1) nilai koefisien regresi adalah sebesar 0,015 yang berarti pada setiap peningkatan atau penambahan variabel X1 sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan nilai Y sebesar 0,015 satuan, asumsinya variabel bebas akan konstan. Jika faktor budaya meningkat maka akan meningkat pula minat masyarakat untuk melakukan investasi emas, dan jika faktor budaya menurun maka minat masyarakat akan investasi emas akan menurun juga. Dengan hal ini dapat disimpulkan bahwa faktor budaya memiliki arah hubungan positif terhadap minat masyarakat.
- c. Pada bagian faktor sosial (X2) nilai koefisien regresi adalah sebesar -0,140 yang berarti untuk setiap peningkatan atau penambahan variabel X2 sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan nilai variabel Y sebesar -1,843 satuan, asumsinya variabel bebas lainnya akan konstan. Jika faktor sosial meningkat maka akan meningkat pula minat masyarakat untuk melakukan investasi emas, dan jika nilai faktor sosial menurun maka minat masyarakat akan menurun juga. Dengan hal ini dapat disimpulkan bahwa faktor sosial memiliki arah hubungan negatif terhadap minat masyarakat.
- d. Pada bagian faktor pribadi (X3) nilai koefisien regresi sebesar 0,260 yang berarti untuk setiap penambahan variabel X3 sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan nilai variabel Y sebesar 0,260 satuan, asumsinya variabel bebas lainnya akan konstan. Jika faktor pribadi meningkat maka akan meningkat pula minat masyarakat untuk melakukan investasi emas, dan jika faktor pribadi menurun maka akan menurun pula minat masyarakat terhadap investasi emas. dengan hal ini maka dapat diambil kesimpulan bahwa variabel faktor pribadi memiliki arah hubungan yang positif terhadap minat masyarakat.

e. Pada bagian faktor psikologis (X4) nilai koefisien regresi sebesar 0,382 yang maknanya untuk setiap peningkatan variabel X4 sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan nilai Y sebesar 0,382 satuan, asumsinya variabel bebas lainnya akan konstan. Jika faktor psikologis meningkat maka akan meningkat pula minat masyarakat untuk investasi emas, dan jika faktor psikologis mengalami penurunan maka akan menurun pula minat masyarakat untuk investasi emas. dengan hal ini maka dapat diambil kesimpulan bahwa faktor psikologis memiliki arah hubungan yang positif atas minat masyarakat.

3. Uji T (Uji Parsial)

Pengujian uji parsial ini dilakukan untuk mengetahui apakah pada model regresi variabel *independent* secara parsial memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel *dependent* atau variabel terikat (Kuncoro, 2007: 81).

Tabel 4.14
Hasil uji t (uji parsial)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.439	1.425		5.221	.000
	Faktor Budaya	.015	.063	.025	.241	.810
	Faktor Sosial	-.140	.076	-.214	-1.843	.069
	Faktor Pribadi	.260	.050	.493	5.184	.000
	Faktor Psikologis	.382	.090	.371	4.241	.000

Sumber: hasil data SPSS 16 yang diolah, 2021

Berpanduan pada hasil tabulasi di atas maka dapat disimpulkan pengujian hipotesis 1, tingkat pengaruh variabel faktor budaya terhadap minat masyarakat. Hasil analisis regresi berganda diperoleh nilai sebanyak 0,015 dan nilai t sebanyak 0,241 serta tingkat signifikansi bernilai sebesar 0,810 yang artinya lebih besar dari nilai signifikansi yang ditetapkan yaitu 0,005. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengujian pada variabel faktor

budaya tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat dalam melakukan investasi emas di Pegadaian cabang Purwokerto. Dalam hal ini, H_0 diterima dan H_a ditolak.

Hasil pengujian hipotesis 2, tingkat pengaruh variabel faktor sosial terhadap minat masyarakat. Hasil analisis regresi bernilai -0,140 dan nilai t sebesar -1,843 dan nilai signifikansi sebesar 0,069 yang artinya nilai tersebut lebih besar dari nilai standar signifikansi yang ditetapkan yaitu 0,005. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa variabel faktor sosial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat dalam melakukan investasi emas di Pegadaian cabang Purwokerto. Hal ini juga menyimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak.

Hasil pengujian hipotesis 3, tingkat pengaruh variabel faktor pribadi terhadap minat masyarakat. Hasil analisis regresi bernilai 0,260 dan nilai t sebesar 5.184 serta nilai signifikansi bernilai 0,00 yang artinya nilai tersebut lebih kecil dari nilai standar signifikansi yang ditetapkan yaitu 0,005. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa pengujian pada variabel faktor pribadi memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat dalam melakukan investasi emas di Pegadaian cabang Purwokerto. Dalam hal ini juga maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Hasil pengujian hipotesis 4, tingkat pengaruh variabel faktor psikologis terhadap minat masyarakat. Hasil analisis regresi bernilai 0,382 dan nilai t sebesar 4.241 serta nilai signifikansi bernilai 0,00 yang artinya nilai tersebut lebih kecil dari nilai standar signifikansi yang ditetapkan yaitu 0,005. Sehingga kesimpulan yang didapat adalah variabel faktor psikologis memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat. Dalam hal ini juga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima.

4. Uji F (Uji Simultan)

Pengujian uji statistik ini dilakukan guna mengetahui apakah variabel *dependent* yang terdapat pada model regresi secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat atau sebaliknya (Kuncoro, 2007:82). Berikut merupakan tabel hasil analisis SPSS :

Tabel 4.15
Hasil uji F (uji simultan)

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	88.975	4	22.244	16.282	.000 ^a
Residual	129.785	95	1.368		
Total	218.760	99			

Sumber: data yang diolah SPSS 16, 2021

Berdasarkan pada tabel di atas uji regresi secara keseluruhan dengan menggunakan uji F serta menggunakan tingkat signifikansi 5% atau 0,005. Hasil dari pengujian uji F sebesar 16.282 serta nilai signifikansi 0,00. Hal ini dapat disimpulkan bahwa faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap minat masyarakat dalam melakukan investasi emas di Pegadaian cabang Purwokerto. Dalam hal ini juga kesimpulannya adalah H_0 ditolak dan H_a diterima.

5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4.16
Hasil uji koefisien determinasi

Model	R	R square	Adjusted square	R	Std. Error of the estimate
1	.638	.407	.382		1.169

Sumber: data yang diolah SPSS 16, 2021

Uji koefisien determinasi dilakukan supaya dapat mengetahui berapa persen pengaruh yang diberikan variabel independen secara simultan terhadap variabel Y. Pengambilan keputusan dalam uji koefisien determinasi dilihat pada nilai R square, berdasarkan data di atas diperoleh nilai R square sebesar 40,7% yang artinya tingkat persentase faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis dalam mempengaruhi minat masyarakat untuk melakukan investasi emas adalah sebesar 40,7% dan selebihnya yaitu

59,3% dipengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak masuk ke dalam penelitian ini.

E. Pembahasan Hasil

1. Pengaruh variabel faktor budaya terhadap minat masyarakat dalam melakukan investasi emas di PT. Pegadaian cabang Purwokerto

Variabel faktor budaya tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat dalam melakukan investasi emas. melalui uji parsial diperoleh nilai t sebesar 0,241 serta nilai Sig. 0,810 yang artinya nilai tersebut lebih besar dari ketetapan nilai Sig. 0,005. Sehingga kesimpulannya adalah faktor budaya tidak memiliki pengaruh namun memiliki arah hubungan yang positif yang signifikan terhadap minat masyarakat dalam melakukan investasi emas di PT. Pegadaian cabang Purwokerto. Hasil rekapitulasi tanggapan responden pada kuesioner, jawaban tertinggi terletak pada kriteria setuju (S) dengan total skor 203.

Faktor budaya ialah suatu cara hidup yang dikembangkan dan diturunkan dari generasi ke generasi (Kotler dan Keller, 2009:166). Budaya dapat dilihat dari kepercayaan, pandangan dan kebiasaan konsumen terhadap suatu produk. Semakin tinggi kepercayaan terhadap produk, maka semakin tinggi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian. Hasil dari pengujian regresi linear menunjukkan nilai koefisien faktor budaya bersifat positif (+) yaitu sebesar 0,015. Dengan kata lain, semakin tinggi nilai faktor budaya maka akan semakin tinggi pula minat masyarakat. Namun dalam penelitian ini menunjukkan bahwa faktor budaya tidak memiliki pengaruh namun memiliki arah hubungan yang positif. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Dinni, 2014) yang menyatakan bahwa faktor budaya tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat dalam investasi emas.

2. Pengaruh variabel faktor sosial terhadap minat masyarakat dalam melakukan investasi emas di PT. Pegadaian cabang Purwokerto

Variabel faktor sosial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat. Hal ini berdasarkan hasil uji parsial yang

memperoleh nilai t sebesar -1,843 serta tingkat signifikansi 0,06 yang berarti nilai tersebut lebih besar dari ketetapan nilai signifikansi, yaitu 0,005. Maka kesimpulannya adalah faktor sosial tidak memiliki pengaruh secara signifikan dan memiliki arah hubungan yang negatif terhadap minat masyarakat dalam melakukan investasi emas di PT. Pegadaian cabang Purwokerto. Hasil dari rekapitulasi jawaban responden, jawaban tertinggi terletak pada kriteria setuju (S) dengan total skor 175.

Faktor sosial merupakan sekelompok orang yang sama-sama mempertimbangkan secara dekat persamaan didalam status atau penghargaan komunitas yang secara terus menerus bersosialisasi di antara mereka sendiri, baik secara formal ataupun informal (Kotler dan Keller, 2009: 170). Semakin tinggi hubungan dengan teman, keluarga dan orang tua, maka semakin tinggi pula keputusan konsumen untuk melakukan investasi emas. Namun, dalam penelitian ini faktor sosial tidak memiliki pengaruh yang signifikan dan memiliki arah hubungan yang negatif, yang dibuktikan dengan hasil uji regresi linear berganda bahwa nilai koefisien faktor sosial sebesar -0,140. Dengan artian responden tidak menyetujui adanya pengaruh faktor sosial terhadap minat untuk melakukan investasi emas. hal ini sesuai dengan hasil penelitian (Dinni, 2014) yang menyatakan bahwa faktor sosial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat dalam melakukan investasi emas.

3. Pengaruh variabel faktor pribadi terhadap minat masyarakat dalam melakukan investasi emas di PT. Pegadaian cabang Purwokerto

Variabel faktor pribadi menunjukkan adanya memiliki pengaruh yang signifikan. terhadap minat masyarakat. Hal ini dikuatkan dengan hasil uji analisis regresi berganda diperoleh hasil sebesar 0,260 dan t senilai 5.184 serta tingkat signifikansi 0,00 yang berarti nilai tersebut lebih kecil dari ketetapan nilai signifikansi yaitu 0,005. Sehingga hal ini dapat disimpulkan bahwa faktor pribadi mempunyai pengaruh secara signifikan serta memiliki arah hubungan yang positif terhadap minat masyarakat dalam melakukan investasi emas di PT. Pegadaian cabang Purwokerto. Hasil dari rekapitulasi

jawaban responden, jawaban tertinggi terletak pada kriteria setuju (S) dengan total skor 309.

Kepribadian seseorang terbentuk disebabkan oleh bermacam-macam indikator, seperti pekerjaan orang tua, keadaan ekonomi dan gaya hidup. Semakin tinggi jabatan orang tua dalam bekerja, mapan dari segi ekonomi dan gaya hidup yang semakin meningkat, maka semakin tinggi keputusannya untuk membeli suatu produk. Ini disebabkan oleh karena masyarakat menganggap usia, gaya hidup, dan kemampuan investasi merupakan faktor utama yang menyebabkan seseorang melakukan investasi emas. Ketika seseorang memasuki usia yang matang dan sudah produktif dalam mengatur keuangan serta pekerjaan yaitu mulai dari rentang usia 18-60 tahun menganggap bahwa dengan usia tersebut kemampuan daya minat dalam melakukan investasi semakin meningkat, dengan diiringi gaya hidup yang relatif membuat seseorang memutuskan untuk melakukan investasi guna memperoleh keuntungan yang sesuai dengan harapan. Hal ini yang menyebabkan faktor pribadi memiliki pengaruh yang positif terhadap minat masyarakat. Sesuai dengan penelitian (Ghoni, 2012) yang menyatakan bahwa faktor pribadi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat dalam investasi emas.

4. Pengaruh variabel faktor psikologis terhadap minat masyarakat dalam melakukan investasi emas di PT. Pegadaian cabang Purwokerto

Variabel faktor psikologis menunjukkan adanya memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat Hal ini dikuatkan dengan hasil uji analisis regresi berganda diperoleh hasil sebesar 0,382 dan t senilai 4,241 serta tingkat signifikansi 0,00 yang berarti nilai tersebut lebih kecil dari ketetapan nilai signifikansi yaitu 0,005. Sehingga hal ini dapat disimpulkan bahwa faktor psikologis mempunyai pengaruh yang signifikan serta mempunyai arah hubungan yang positif terhadap minat masyarakat dalam melakukan investasi emas di PT. Pegadaian cabang Purwokerto. Hasil dari rekapitulasi jawaban responden, jawaban tertinggi terletak pada kriteria setuju (S) dengan total skor 209.

Faktor psikologis merupakan cara yang digunakan untuk mengenali perasaan mereka, mengumpulkan dan menganalisis informasi, merumuskan pikiran dan pendapat dalam mengambil tindakan. 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. Jika dikaitkan dengan lapangan yang ada, masyarakat memiliki motivasi kuat untuk melakukan investasi emas karena memiliki persepsi yang kuat bahwa emas adalah objek investasi yang aman sekaligus *zero inflation* sehingga merasa aman untuk dijadikan tabungan masa depan. Hal inilah yang menyebabkan faktor psikologis mempunyai pengaruh yang signifikan sekaligus arah hubungan yang positif. Semakin tinggi motivasi, persepsi, pengetahuan, keyakinan dan sikap seseorang terhadap suatu produk, maka semakin tinggi minat masyarakat untuk melakukan investasi emas. Hal ini sesuai dengan penelitian (Ghoni, 2012) yang menyatakan bahwa faktor psikologis memiliki pengaruh terhadap minat masyarakat dalam investasi emas.

5. Pengaruh variabel faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis terhadap minat masyarakat dalam melakukan investasi emas di PT. Pegadaian cabang Purwokerto

Pegujian variabel secara simultan, faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis secara bersama-sama menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat dalam melakukan investasi emas di PT. Pegadaian cabang Purwokerto. Dengan tingkat signifikansi yaitu sebesar 0,00 yang artinya nilai tersebut lebih kecil dari nilai signifikansi yang ditetapkan. Hal ini pula yang menjadikan acuan bahwa variabel *independent* secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel *dependen*.

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 asyarakat 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 Syaria.h", *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.
- Fauziyah, 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 UIISI” 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 : BPF.
- 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.

