

Analisis Pengaruh Motivasi, Fluktuasi Harga, dan Layanan Mobile Banking Terhadap Minat Investasi Emas Pada Bank Syariah Indonesia (Studi di BSI KCP Batang)

JPS

4

M. Iskandar^{1*}, Syifa Rohmah², Ardiyan Darutama³, Indah Purwanti⁴

Paper type
Research paper

^{1,2,3,4} UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan

1miskandar@mhs.uingusdur.ac.id, 2syifa.rohmah@uingusdur.ac.id

3ardiyan.darutama@uingusdur.ac.id, 4indah.purwanti@uingusdur.ac.id

Abstract

Gold investment is a financial instrument that protects the value of a currency, especially during inflation or devaluation. Bank Syariah Indonesia (BSI) offers gold savings as a solution for gold ownership with easy transactions. Interest in gold investment is influenced by personal motivation and perception of price stability, although gold fluctuates according to economic conditions. To attract customers, BSI develops strategies through digital services such as Mobile banking, including the e-gold feature that facilitates online gold transactions. This study aims to analyse the influence of motivation, price fluctuations, and Mobile Banking services on interest in gold investment at BSI. This research is included in the type of quantitative research. The data collection method used in this study is secondary data obtained from the results of a questionnaire of 88 research samples. The sampling technique was carried out using the purposive sampling method. This study was processed with the help of SPSS 30. The results of the study indicate that the variables Price Fluctuation (X2), and Mobile Banking Services (X3) partially have a significant positive effect on Gold Investment Interest in Bank Syariah Indonesia (Case Study at BSI KCP Batang), while the Motivation variable (X1) has no effect on Gold Investment Interest in Bank Syariah Indonesia (Case Study at BSI KCP Batang). And simultaneously, Motivation (X1), Price Fluctuation (X2), and Mobile Banking Services (X3) have a significant effect on Gold Investment Interest in Bank Syariah Indonesia.

Keywords: Motivation, Price Fluctuations, Mobile Banking Services, Gold Investment Interest at BSI

 Email korespondensi: indah.purwanti@uingusdur.ac.id



*Jurnal Perbankan Syariah,
Vol 4, No 2, November 2025,
pp. 262 -280
eISSN: 2962-2425*

Pedoman Sitasi: M. Iskandar^{1*}, Syifa Rohmah², Ardiyan Darutama³, Indah Purwanti(2025). Analisis Pengaruh Motivasi, Fluktuasi Harga, dan Layanan Mobile Banking Terhadap Minat Investasi Emas Pada Bank Syariah Indonesia (Studi di BSI KCP Batang). *JurnalPerbankan Syariah*.4(2), 262 -280

Publisher:

JurnalPerbankan Syariah
Gedung FakultasEkonomi dan Bisnis Islam. LT, 2
Jl. Gajah MadaPagesangan No.100, JempongBaru, Kec. Sekarbela, Kota Mataram, Nusa Tenggara Bar. 83116 - Indonesia

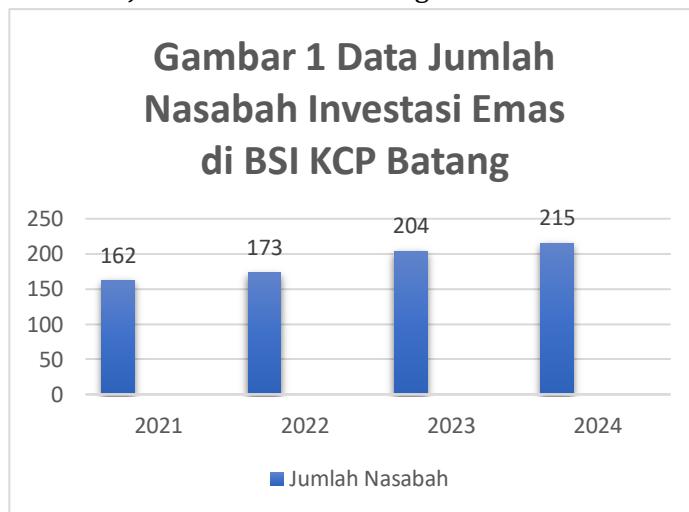
PENDAHULUAN

Menurut Wardiyah Indrawan (2023), investasi merupakan upaya menanamkan modal dengan harapan keuntungan di masa depan. Investasi disini bermaksud sebagai persiapan untuk tujuan jangka panjang. Salah satu investasi yang sedang popular di kalangan masyarakat yakni investasi emas. Investasi emas merupakan salah satu instrument investasi yang melindungi nilai mata uang (Rahma dan Canggih, 2021). Emas memiliki sifat Zero Inflation. Kenaikan harga emas dapat dipastikan berbanding lurus dengan laju inflasi. Emas merupakan salah satu logam yang tidak terkikis dengan inflasi. Investasi emas ini juga bisa diartikan sebagai tabungan emas. Pada tahun 2021 BSI membuka tabungan emas.

Tabungan emas merupakan produk jasa BSI dengan tujuan pendanaan kepemilikan pribadi untuk memiliki emas (Zeny, 2023). BSI Tabungan emas menawarkan konsep beli emas secara berangsur-angsur atau bisa dicicil. Cicil emas adalah layanan pembiayaan untuk memiliki emas, di mana emas itu sendiri menjadi jaminan. Masa pembiayaan berkisar antara 2 hingga 5 tahun dengan cicilan yang sama. Produk cicil emas dinilai aman dalam segala hal baik inflasi maupun resesi, sehingga banyak diminati oleh masyarakat. Penelitian ini akan dilakukan di BSI Kantor Cabang Pembantu Batang yang berlokasi di Jalan Ahmad Yani, Kauman Batang untuk mengetahui produk tabungan emas.

Berikut merupakan data perkembangan nasabah Tabungan Emas di BSI KCP Batang.

Data Jumlah Nasabah Tabungan Emas di BSI KCP Batang



Sumber : Wawancara Customer Service,2024

Berdasarkan data tabel tersebut menunjukkan terjadinya peningkatan nasabah tabungan emas di tiap tahunnya. Jumlah nasabah mengalami peningkatan yang cukup signifikan tiap tahunnya. Dari penjelasan diatas, tabungan emas di BSI KCP Batang diminati oleh masyarakat sekitar.

Menurut Yuliani (2020), minat investasi timbul karena keinginan seseorang untuk menyisihkan harta dalam suatu objek yang ingin dituju. Minat nasabah dalam investasi emas sangat tinggi karena memiliki keuntungan yang berbeda dibanding investasi lainnya. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Rosiva (2022) minat berinvestasi berperan dalam proses pengambilan keputusan investasi. Minat tersebut menjadi penghubung dalam membuat keputusan investasi.

Motivasi merupakan dorongan yang berasal dari individu untuk menjadi penggerak dalam mencapai suatu tujuan (Haidir, 2019). Motivasi memberikan rangsangan sesuai dengan kebutuhan individu, hal ini bisa mempengaruhi seseorang dalam pembelian tertentu.

Dorongan individu ini hadir bukan karena paksaan melainkan dari hati untuk memilih investasi emas.

Dalam penitian yang dilakukan oleh Siswoyo, dkk (2022) yang menjelaskan minat investasi tabungan emas pada mahasiswa muslim di Politeknik Medan dipengaruhi oleh motivasi. Hasil penelitian tersebut memiliki kesamaan dengan Nuratiran dan Shodiq (2022) yang menemukan motivasi berpengaruh positif terhadap minat investasi emas pada mahasiswa di Pegadaian. Namun, terdapat kesenjangan dengan hasil penelitian Ali Khutbi (2023) yang ditemukan tentang motivasi tidak mempunyai pengaruh terhadap minat dalam berinvestasi emas digital.

Banyak masyarakat menganggap bahwa nilai harga emas relatif stabil. Berikut grafik pergerakan harga emas di Indonesia dari beberapa tahun sebelumnya.



Sumber : data diolah dari logammulia.com,2024

Berdasarkan dari gambar tersebut, menunjukkan bahwa harga emas mengalami kenaikan. Ketika ekonomi mengalami inflasi, maka harga emas ada kenaikan, begitu pula saat mengalami devaluasi, maka harga emas berbanding sebaliknya yakni penurunan. Fenomena tersebut dinamakan fluktuasi harga.

Fluktuasi harga ini terjadi akibat dari adanya mekanisme pasar. Berdasarkan Penelitian yang dilakukan oleh Maharani (2020) mengemukakan fluktuasi harga menjadikan seseorang tertarik untuk minat investasi emas sehingga terjadinya peningkatan nasabah di Pegadaian Syariah Lumajang. Penelitian serupa juga dilakukan oleh Fitri Keumala Sari (2023) minat investasi emas meningkat karena dipengaruhi oleh fluktuasi harga pada mahasiswa ekonomi syariah di UIN Ar-Rainy. Namun, penelitian itu tidak sejalan dengan hasil penelitian oleh Marseto (2023) yang menunjukkan fluktuasi harga berpengaruh negatif karena dapat mengurangi minat nasabah untuk berinvestasi pada emas.

Untuk menciptakan pengalaman yang aman dan nyaman bagi nasabah. Bank Syariah Indonesia telah menyesuaikan diri dengan kemajuan teknologi informasi. Layanan internet banking yang disediakan memungkinkan nasabah bertransaksi 24 jam tanpa henti (Pohan, 2023). BSI Mobile adalah produk layanan digital yang diluncurkan oleh Bank Syariah Indonesia dengan tujuan mempermudah transaksi online. Layanan BSI Mobile menawarkan layanan informasi dan layanan transaksi. Dalam mendukung transformasi digital BSI

mengganti BSI Mobile menjadi Byond by BSI. Selain itu terdapat layanan fitur E-mas yang terdapat dalam Byond by BSI.

E-mas adalah layanan online yang bertujuan untuk mempermudah transaksi jual beli emas yang dilakukan secara digital (Rusydi, dkk 2023). Dalam penilitian yang dilakukan oleh Kurniawati (2023) layanan Mobile banking memberikan pengaruh yang baik pada minat investasi emas. Hasil penelitian ini didukung oleh (Maulana,dkk 2023) yang menemukan bahwa layanan Mobile Banking memberikan pengaruh yang baik terhadap minat beli emas, Namun, hasil penelitian ini berbanding terbalik dengan Tri Nurbaiti (2020) yang menjelaskan layanan mobile banking tidak mempengaruhi minat seseorang.

Hasil dari penelitian terdahulu masih mengalami ketidakkonsistensian dan fenomena saat ini terkait investasi emas. Tujuan penulis untuk mengangkat penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah variabel motivasi, fluktuasi dan layanan mobile banking pada Bank Syariah Indonesia turut mempengaruhi minat investasi emas pada nasabah BSI yang ingin berinvestasi.

KAJIAN PUSTAKA

1. Theory of Reasoned Action

Penilitian ini menggunakan *Theory Reasoned Action* (TRA) atau biasa disebut teori Tindakan Beralasan. Menurut Ajzen dan Fishbein (1967), teori ini bertujuan sebagai upaya untuk menawarkan hubungan konsistensi antara sikap dan perilaku. Sedangkan menurut Purwanto (2020) *Theory of reasoned action* mempelajari tentang hubungan sebab dan akibat, yang mendefinisikan hubungan antara perilaku customer dalam pembelian suatu barang yang didasarkan pada hasil keputusan rasional. Dalam kerangka teori TRA, minat dibentuk karena proses psikologis yang berkaitan antara sikap dan perilaku. Dalam penelitian ini minat dalam TRA dapat dipengaruhi dari beberapa hal seperti motivasi, fluktuasi harga dan layanan Mobile banking untuk memutuskan berinvestasi emas BSI atau tidak.

2. Minat Investasi

Kusmawati (2011) dalam jurnal Lifiautami dan Kaukab (2022), menyatakan minat berinvestasi merupakan keinginan untuk mencari tahu tentang jenis satu investasi dimulai dari keuntungan, kelemahan, kinerja investasi dan sebagainya. Ciri lain yang dapat dilihat adalah mereka akan berusaha meluangkan waktu untuk mempelajari lebih jauh tentang investasi tersebut atau mereka langsung mencoba berinvestasi pada jenis investasi tersebut, bahkan menambah 'porsi' investasi mereka yang sudah ada (Irfan, 2022).

Menurut Kurniawati (2023), ada beberapa indikator minat investasi, sebagai berikut:

1. *Transaksional*. (kecenderuan individu untuk memungkinkan pembelian suatu produk (investasi)).
2. *Referensial*. (kecenderungan individu untuk menyarankan pembelian produk yang sama).
3. *Eksploratif*. (kecenderungan individu untuk melakukan pembelian (investasi) karena mencari informasi yang diinginkan).

3. Motivasi

Motivasi adalah proses pemberian dorongan yang dapat menentukan arah, ketekunan, dan intensitas seseorang untuk mencapai tujuan, serta memiliki pengaruh langsung terhadap psikologi individu (Bakhri & Sarinah. 2020). Salah satu yang melatarbelakangi orang dalam bertindak yaitu motivasi (Zurnony, 2016). Minat masyarakat dalam berinvestasi emas digital akan mendorong motivasi seseorang untuk berani berinvestasi (Robbin, 2006) dalam Taufiqoh, dkk (2019). Menurut Ali Khutbi (2021) berikut beberapa indikator motivasi yang mempengaruhi konsumen :

1. Perubahan energi dari dalam diri (ketertarikan)
2. Timbulnya perasaan ingin berinvestasi (keinginan)
3. Reaksi untuk mencapai tujuan penetapan modal awal (keyakinan)

4. Fluktuasi Harga

Menurut Muslidar (2019), harga merupakan sejumlah uang yang diterima atas pejualan produk atau jasa untuk memperoleh keuntungan. Fluktuasi menurut Sodik (2018) menjelaskan perubahan yang terjadi pada nilai produk yang disebabkan karena permintaan dan penawaran. Jadi dapat disimpulkan dari pengertian diatas fluktuasi harga merupakan suatu perubahan yang terjadi pada harga yang dipengaruhi oleh beberapa faktor.

Menurut Maharani (2020) berikut indikator-indikator fluktuasi harga, sebagai berikut:

1. Keterjangkauan harga, target pemasaran yang merata dari golongan terendah hingga golongan teratas
2. Menyesuaikan nilai dengan manfaat produk.
3. Kekuatan persaingan harga, perusahaan mengutamakan kemashlahatan produk.

5. Layanan Mobile Banking

Mobile Banking merupakan fasilitas layanan yang diberikan oleh bank untuk memberikan kemudahan dan kecepatan dalam melakukan transaksi secara real time melalui via handphone. Menurut Annisa (2019) dengan adanya layanan mobile banking memudahkan pelayanan transaksi tanpa batas ruang dan waktu, serta meningkatkan kualitas lembaga bank untuk bersaing. Menurut Aprillia (2024) berikut indikator fitur layanan mobile banking sebagai berikut :

1. Kemudahan akses informasi tentang produk dan jasa yang diberikan kepada pengguna untuk memperoleh informasi yang diperlukan.
2. Keberagaman layanan transaksi pada mobile banking yang dapat digunakan nasabah untuk memperoleh informasi maupun untuk melakukan transaksi.
3. Keberagaman fitur yang ditawarkan bank BSI kepada nasabah untuk menunjang penggunaan transaksi.
4. Inovasi produk untuk meningkatkan dan mengembangkan produk sehingga layanan nasabah turut terupdate.
5. Kepercayaan bahwa keberadaan fitur layanan pada mobile banking memudahkan mereka untuk menggunakan layanan.

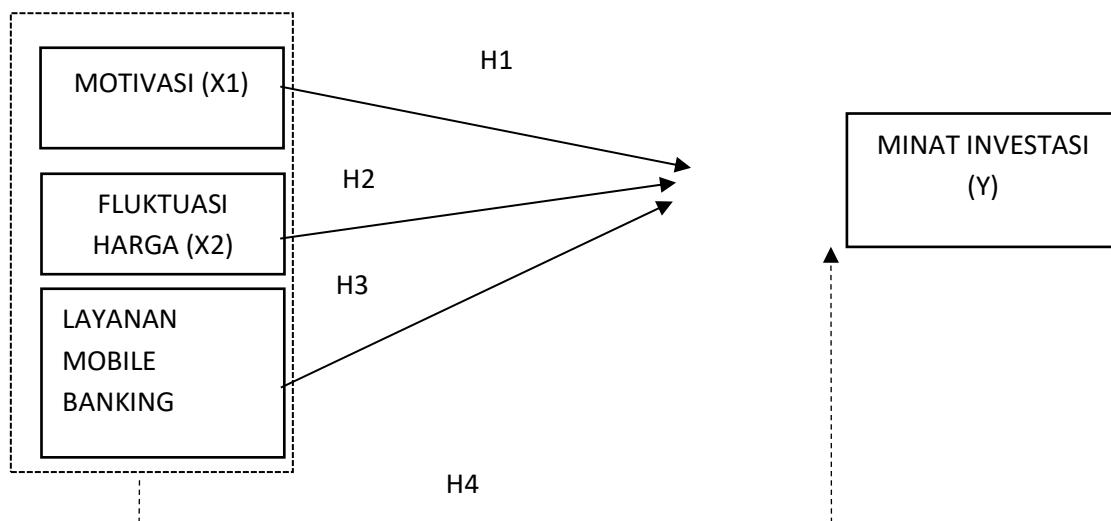
6. Investasi Syariah

Investasi pada perspektif prinsip dan hukum Islam, bertujuan untuk memperoleh

keuntungan yang halal dan berkah. Investasi ini menghindari unsur-unsur yang dilarang dalam syariat, seperti riba (bunga), gharar (ketidakpastian), dan kegiatan bisnis yang haram, seperti perjudian atau produksi minuman keras. Prinsip-prinsip tersebut diatur oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) melalui fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN). Dasar hukum dalam investasi Syariah tertuang pada Al-Quran Firman Allah swt. QS. Luqman 31: Ayat 34: "Sesungguhnya hanya di sisi Allah ilmu tentang hari Kiamat; dan Dia yang menurunkan hujan, dan mengetahui apa yang ada dalam rahim. Dan tidak ada seorang pun yang dapat mengetahui (dengan pasti) apa yang akan dikerjakannya besok. Dan tidak ada seorang pun yang dapat mengetahui di bumi mana dia akan mati. Sungguh, Allah Maha Mengetahui, Maha Mengenal."

Ayat ini menjelaskan nilai dari investasi dan betapa beruntungnya individu yang menggunakan kekayaannya dalam jalan Allah. Seseorang yang sukses secara finansial kemudian menggunakan kekayaannya untuk mengangkat derajat masyarakat yang kurang mampu melalui usaha yang bermanfaat. Memang mereka telah membantu puluhan ribu, jika tidak ratusan ribu, orang miskin dalam meningkatkan produktivitas dan kemajuan mereka. Sedangkan penguatan sumber berasal dari Hadist Nabi Muhammad SAW secara pribadi melakukan investasi yang menguntungkan dan upaya produktif, kebutuhan untuk mengelola harta benda dan modal meningkat, seperti yang ditunjukkan oleh sabdanya: "Jika seorang Muslim menanam pohon atau menghidupkan ladang dan ada burung, orang, atau hewan yang memakan darinya, itu akan dianggap sebagai amal sedekah baginya." Selain itu, Khalifah Umar bin Khattab pernah menyatakan, Mereka yang memiliki kekayaan harus menambahnya, dan mereka yang memiliki tanah harus menanamnya. Dari dasar hukum ini, jelas bahwa investasi atau kegiatan produktif lainnya sangat dianjurkan dalam Islam untuk mencapai tujuan kemaslahatan, yang merupakan tujuan syari'ah.

7. Kerangka Berpikir



Sumber : Siswoyo (2022), Fitri Keumala Sari (2023), (Kurniawati 2023)

— = Parsial

- - - = Simultan

8. Hipotesis

Hipotesis bersifat dugaan sementara karena belum teruji secara jelas. Oleh karena itu, untuk menegaskan hubungan yang telah diperkirakan, yang kemudian diharapkan bisa

menemukan solusi untuk mengatasi masalah yang terjadi (Roosinda, Lestari 2021). Berikut hipotesis dalam penelitian ini:

a. Uji Parsial (Uji t)

1. Pengaruh motivasi terhadap minat investasi emas.

Ha : variabel motivasi berpengaruh signifikan pada variabel dependen.

Ho : variabel motivasi tidak berpengaruh signifikan pada variabel dependen.

2. Pengaruh fluktuasi harga terhadap minat investasi emas.

Ha : variabel fluktuasi harga berpengaruh signifikan pada variabel dependen.

Ho : variabel fluktuasi harga tidak berpengaruh signifikan pada variabel dependen.

3. Pengaruh layanan Mobile banking terhadap minat investasi emas.

Ha : variabel layanan Mobile banking berpengaruh signifikan pada variabel dependen.

Ho : variabel layanan Mobile banking tidak berpengaruh signifikan pada variabel dependen.

b. Uji Simultan (Uji F)

- 1) H_0 : bahwa seluruh variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen secara bersamaan.
- 2) H_a : bahwa seluruh variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen secara bersamaan.

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan adalah jenis penelitian yang mempelajari fenomena dalam lingkungannya yang alamiah. Untuk itu, data primernya adalah data yang berasal dari lapangan. Sehingga data yang didapat benar-benar sesuai dengan realitas mengenai fenomena-fenomena yang ada di lokasi penelitian tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian ang disebut hubungan sebab-akibat atau hubungan kausal (Sugiyono, 2017).

B. Setting penelitian dan Waktu Penelitian

Penulis melakukan penelitian di KCP BSI Batang yang terletak di Jl. Ahmad Yani No.57, Singosari, Kauman, Kec. Batang, Kabupaten Batang, Jawa Tengah. Waktu Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Januari-Februari 2025.

C. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan sekumpulan subjek yang mempunyai kesamaan pada satu atau beberapa hal yang membentuk mengenai masalah pokok dalam sebuah penelitian (Amelia et al. 2023). Penelitian kuantitatif ini akan menggunakan nasabah BSI yang memiliki keminatan investasi emas dan jumlahnya tidak diketahui.

2. Sampel Penilitian

Sampel mewakili sebagian kecil dari jumlah atau karakteristik total populasi. Dalam penelitian ini populasi tidak diketahui, oleh karena itu peneliti mennggunakan rumus sampel dengan analisis multivariate. Variat (variate) adalah kombinasi linier variabel-variabel yang memiliki bobot yang penentuannya (bobot tersebut) dilakukan secara empiris. Sekali lagi, bobot setiap variabel ditentukan melalui teknik multivariat yang dipakai (Sihobing 2022).

Rumus analisis multivariat adalah jumlah variabel \times 10. Dalam penelitian ini menggunakan 4 variabel yang terdiri dari 2 variabel independent dan 1 variabel dependen. Maka hasil rumus multivarietnya ialah $4 \times 10 = 40$. Jadi jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah sejumlah 40 responden/nasabah

3. Teknik Pengambilan Sampel (Teknik Sampling)

Teknik pengambilan sampel yang digunakan yakni menggunakan Teknik *purposive sampling*. Teknik ini digunakan untuk mengidentifikasi penulis agar sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan. Berikut kriteria yang akan digunakan penulis dalam sampel yang akan digunakan dalam penilitiannya :

1. Responden masuk kedalam Usia Produktif antara 18 – 64 tahun.
2. Responden berstatus sebagai Mahasiswa atau Pegawai Swasta atau PNS atau Pedagang atau Pengusaha yang masih dalam lingkup nasabah BSI .
3. Responden memiliki keminatan tabungan emas dan Mobile banking.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Data

Pada penelitian ini, data dikumpulkan dengan menggunakan metode kuesioner yang disebarluaskan kepada nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) yang menggunakan layanan Mobile Banking. Dengan jumlah responden yang mengisi kuesioner mencapai 40 orang.

1. Karakteristik Responden

Berikut adalah penjelasan mengenai ciri-ciri atau identitas responden dalam penelitian ini, yaitu nasabah BSI yang melibatkan aspek pekerjaan dan domisili.

a. Karakteristik responden berdasarkan Pekerjaan

No	Jenis Pekerjaan	Frekuensi
1.	Mahasiswa	14
2.	PNS	9
3.	Pegawai Swasta	8
4.	Pedagang	9
Total		40

b. Karakteristik responden berdasarkan Domisili

No	Domisili	Frekuensi
1.	Kabupaten Batang	16
2.	Kabupaten Pekalongan	10
3.	Kota Pekalongan	14
Total		40

C. Karakteristik responden berdasarkan berapa lama menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia

No	Jenis Waktu	Frekuensi
1.	>1 Tahun	21
2.	<1 Tahun	19
Total		40

2. Uji Instrumen Data

a. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur bahwa benar-benar cocok untuk mengukur apa yang diukur. Kriteria validitas dapat ditentukan dengan melihat nilai Sig. (2-tailed) kurang dari 0,05 Peneliti menggunakan alat bantu program SPSS untuk mengukur tes ini. Berikut hasil uji validitas variabel Motivasi (X1), Fluktuasi Harga (X2), Layanan Mobile Banking (X3) dan Minat Investasi Emas di BSI (Y) dalam penelitian ini adalah:

Item Pertanyaan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Motivasi			
X1.1	0,819**	0.312	Valid
X1.2	0,721**	0.312	Valid
X1.3	0,794**	0.312	Valid
Fluktuasi Harga			
X2.1	0,782**	0.312	Valid
X2.2	0,786**	0.312	Valid
X2.3	0,651**	0.312	Valid
X2.4	0,680**	0.312	Valid
X2.5	0,444**	0.312	Valid

Layanan Mobile Banking			
X3.1	0,530**	0.312	Valid
X3.2	0,577**	0.312	Valid
X3.3	0,706**	0.312	Valid
X3.4	0,794**	0.312	Valid
X3.5	0,784**	0.312	Valid
Minat Investasi Emas			
Y.1	0,754**	0.312	Valid
Y.2	0,753**	0.312	Valid
Y.3	0,791**	0.312	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 30, 2025

Berdasarkan data pada tabel di atas terlihat hasil uji validitas terhadap 3 item pernyataan yang mengukur variabel X1 (Motivasi), variabel X2 (Fluktuasi Harga), variabel X3 (Layanan Mobile Banking), dan variabel Y (Minat Investasi Emas di BSI) menunjukkan bahwa seluruh nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0.312). Dengan demikian, semua item pertanyaan untuk setiap variabel dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur konsistensi dan stabilitas suatu alat ukur atau instrumen penelitian. Berikut adalah hasil uji reliabilitas Motivasi (X1), Fluktuasi Harga (X2), Layanan Mobile Banking (X3) dan Minat Investasi Emas di BSI (Y) dalam penelitian ini adalah:

Item Pertanyaan	Cronch's Alpha	N of items	Keterangan
Motivasi	0,673	3	Reliabel
Fluktuasi Harga	0,690	5	Reliabel
Layanan Mobile Banking	0,710	5	Reliabel
Minat Investasi Emas di BSI	0,636	3	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 30, 2025

Berdasarkan table diatas dapat dilihat bahwa Nilai Cronbach's Alpha yang diperoleh untuk semua nilai variabel lebih besar dari 0,60, maka instrumen ini dinyatakan reliabel. Artinya, semua variabel memiliki tingkat keandalan yang tinggi dan dapat diandalkan untuk mengukur variabel motivasi secara konsisten.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan menguji nilai residual pada persamaan regresi dengan mengenakan Uji Kolmogorov Smirnov dengan kriteria harus > 0.05 dinyatakan berdistribusi normal, sedangkan < 0.05 maka dinyatakan model regresi tidak berdistribusi normal. Berikut hasil output nya:

Uji Statistik	Asymp. Sig. (2-tailed)	Keterangan
<i>Kolmogorov-Smirnov</i>	0,765	Data Berdistribusi Normal

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 30, 2025

Berdasarkan data tabel hasil uji normalitas dengan jumlah 40 sampel diperoleh nilai signifikansi Asymp.sig (2-tailed sebesar $0,765 > 0.05$ sehingga bisa disimpulkan bahwa penelitian ini telah memenuhi uji normalitas dan dinyatakan bahwa data berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas untuk melihat apakah terdapat hubungan yang kuat di antara variabel independen dalam model regresi. Indikator yang diterapkan dalam uji ini adalah nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Jika nilai VIF < 10 maka dianggap bebas dari multikolinearitas. Sedangkan jika nilai toleransinya $> 0,1$ maka bebas dari multikolinearitas.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3,952	3,252		1,215	,232		
	X1	-,048	,107	-,060	-,443	,660	,983	1,018
	X2	,055	,081	,095	,676	,503	,915	1,093
	X3	,396	,091	,609	4,344	,000	,922	1,085

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 30, 2025

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa dari masing-masing variabel independen tidak terjadinya gejala multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas berorientasi guna mengetahui apakah terjadi ketidakcocokan varian antara residual dua pengamatan. Uji heteroskedastisitas penelitian ini mengenakan metode Glejser yakni dengan meregresikan variabel bebas ke nilai mutlak residualnya.

Variabel	Sig.	Keterangan
Motivasi	0,967	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Fluktuasi Harga	0,553	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Layanan Mobile Banking	0,718	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 30, 2025

Berdasarkan Tabel 4.12 pada hasil uji heteroskedastisitas pada setiap masing – masing variabel independen mempunyai nilai signifikansi $> 0,05$ hingga bisa disimpulkan bahwa **tidak terjadi heteroskedastisitas** pada penelitian ini.

4. Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda berorientasi guna mengevaluasi besaran pengaruh variabel independen terhadap dependen secara parsial maupun simultan serta memiliki hubungan yang bernilai positif atau negatif.

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,981	2,252		1,215	,232
	X1	,148	,097	,160	2,143	,056
	X2	,155	,081	,295	2,276	,023
	X3	,396	,091	,609	4,344	,000

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 30, 2025

Berdasarkan pada table diatas dapat dilihat bahwa nilai constant (α) sebesar 2.981, nilai β fluktuasi motivasi (X1) sebesar 0,148, nilai β fluktuasi harga (X2) sebesar 0,155, dan nilai β layanan Mobile Banking (X3) sebesar 0,396. untuk menghasilkan persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 \\ Y = 2.981 + 0,148 (X_1) + 0,155 (X_2) + 0,396.$$

Untuk persamaan regresi tersebut dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1) Nilai Konstanta (α) sebesar 2.981 yang mempunyai arti jika variabel motivasi (X1), fluktuasi harga (X2), layanan Mobile Banking (X3) nilainya 0 maka variabel keputusan nasabah (Y) bernilai sebesar 2.981.
- 2) Nilai koefisien regresi variabel Motivasi (X1) bernilai sebesar 0,148, artinya setiap peningkatan satu satuan motivasi akan meningkatkan keputusan nasabah sebesar 0,148.
- 3) Nilai koefisien regresi variabel Fluktuasi Harga (X2) bernilai sebesar 0,155, artinya setiap peningkatan satu satuan pada Fluktuasi Harga akan meningkatkan keputusan nasabah sebesar 0,155.
- 4) Nilai koefisien Layanan Mobile Banking (X3) bernilai 0,396, artinya setiap peningkatan satu satuan pada Layanan Mobile Banking akan meningkatkan keputusan nasabah sebesar 0,396.

5. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Variabel	T Hitung	Sig.	Keterangan
Motivasi	1,143	,056	Tidak Signifikan
Fluktuasi Harga	2,276	,023	Signifikan
Layanan Mobile Banking	4,344	,000	Signifikan

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 30, 2025

Berdasarkan Tabel 4.14 hasil uji parsial (t) menunjukkan kesimpulan yakni:

- 1) Nilai signifikansi pada variabel Motivasi senilai $0,056 < 0,05$. Maka, Ha1 ditolak atau Ho1 diterima. Nilai T hitung Motivasi yaitu $1,143 > 2.02809$ (T hitung $>$ T tabel maka Ha1 ditolak atau Ho1 diterima) Hal ini menunjukkan bahwa Motivasi secara parsial tidak signifikan terhadap Minat Investasi Emasi di BSI.
- 2) Nilai signifikansi pada variabel Fluktuasi Harga senilai $0,023 < 0,05$. Maka, Ha2 diterima atau Ho2 ditolak. Nilai T hitung Fluktuasi Harga yaitu $2,276 > 2.02809$

(T hitung > T tabel maka Ha2 diterima atau Ho2 ditolak) Hal ini menunjukkan bahwa Fluktuasi Harga secara parsial berpengaruh positif Signifikan terhadap Minat Investasi Emas di BSI.

- 3) Nilai signifikansi pada variabel Mobile Banking senilai $0,000 < 0,05$. Maka, Ha3 diterima atau Ho3 ditolak. Nilai T hitung yaitu $4,344 > 2.02809$ (T hitung > T tabel maka Ha3 diterima atau Ho3 ditolak) Hal ini menunjukkan bahwa Layanan Mobile Banking secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Investasi Emas di BSI.

b. Uji Simultan (Uji f)

Uji Statistik	Fhitung	Ftabel	Sig.	Keterangan
Uji F	6,381	2.86	0,001	positif signifikan

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 30, 2025

Berdasarkan Tabel diatas hasil uji simultan (F) dengan nilai signifikansi senilai $0,001 < 0,05$, Maka, H_0 ditolak atau H_a diterima. Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa Motivasi, Fluktuasi Harga, dan Layanan *Mobile Banking* secara bersamaan berpengaruh terhadap Minat Investasi Emas di BSI **Dapat Diterima**. Pada Tabel diperoleh hasil Fhitung sebesar $6,381 >$ Ftabel senilai 2.86. Maka, Ha diterima sehingga bisa ditarik kesimpulan bahwa secara bersamaan Motivasi, Fluktuasi Harga, dan Layanan Mobile Banking berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Investasi Emas di BSI.

D. Pembahasan

Pembahasan hasil penelitian uji statistik menggunakan IBM SPSS Statistic 30 diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Pengaruh Motivasi Secara Parsial Terhadap Minat Investasi Emas di BSI

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi pada variabel Motivasi senilai $0,056 < 0,05$. Maka, Ha ditolak atau Ho diterima Nilai T hitung Motivasi yaitu $1,143 > 2.02809$. Hal ini menunjukkan bahwa Motivasi secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat Investasi Emas di BSI yang artinya motivasi memiliki hubungan dengan Minat Investasi Emas di BSI karena semakin tinggi motivasi seseorang, semakin besar kemungkinan mereka untuk mulai atau meningkatkan investasi emas. Sesuai dengan hasil pengujian, variabel motivasi tidak berpengaruh terhadap minat investasi emas pada BSI. Jika dikaitkan dalam konsep Theory Of Reasoned Action (TRA), maka perilaku minat investasi tidak dipengaruhi dan tidak berperan dalam membentuk minat investasi. Hasil Penilitian ini memperkuat penitilitian Ali Khutbi (2023) dan Putri Rahmawati (2023) uang menyatakan bahwa motivasi tidak berpengaruh terhadap minat investasi.

2. Pengaruh Fluktuasi Harga Secara Parsial Terhadap Minat Investasi Emas di BSI

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi pada variabel Fluktuasi Harga senilai $0,023 < 0,05$. Maka, Ha2 diterima atau Ho2 ditolak. Nilai T hitung Fluktuasi Harga yaitu $2,276 > 2.02809$. Hal ini menunjukkan bahwa Fluktuasi Harga secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Investasi Emas di BSI yang artinya fluktuasi harga memiliki hubungan dengan Minat Investasi Emas di BSI karena ketika harga emas mengalami kenaikan atau penurunan yang signifikan, calon investor cenderung lebih berhati-hati dalam mengambil keputusan. Sesuai dengan hasil

pengujian, variabel fluktuasi harga berpengaruh secara parsial terhadap variabel minat investasi emas di BSI. Jika dikaitkan dengan konsep teori Theory of Reasoned Action (TRA), dalam konteks ini, fluktuasi harga emas dapat membentuk persepsi investor terhadap keuntungan dan risiko investasi. Jika individu menganggap bahwa fluktuasi harga emas memberikan peluang keuntungan yang menarik, maka sikap mereka terhadap investasi emas akan lebih positif, sehingga meningkatkan minat untuk berinvestasi. Sebaliknya, jika fluktuasi harga dianggap terlalu tinggi dan berisiko, maka minat investasi dapat menurun. Hasil penelitian ini mendukung dari penelitian oleh Usrah, dkk (2024), Nursya'bani (2023), dan Jannah (2023) yang menyatakan bahwa fluktuasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi emas. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah cenderung akan membeli emas ketika harganya sedang turun, karena bisa mendapatkan emas yang lebih banyak. Justru sebaliknya, ketika harga emas sedang naik mereka lebih memilih menahan atau menggadaiannya.

3. Pengaruh Layanan Mobile Banking Secara Parsial Terhadap Minat Investasi Emas di BSI

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi pada variabel Layanan Mobile Banking senilai $0,000 < 0,05$. Maka, Ha3 diterima atau Ho3 ditolak. Nilai T hitung yaitu $4,344 > 2,02809$. Hal ini menunjukkan bahwa Layanan Mobile Banking secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Investasi Emas di BSI yang artinya kemudahan akses ini membuat lebih banyak orang tertarik untuk mulai berinvestasi karena mereka tidak perlu datang langsung ke bank. Jika dikaitkan dengan konsep teori Theory of Reasoned Action (TRA), menjelaskan bahwa niat seseorang untuk berperilaku didasarkan pada sikap individu terhadap perilaku tersebut serta pengaruh sosial di sekitarnya. Dalam konteks ini, jika kemudahan akses layanan informasi mobile banking dipersepsikan berperan dalam membuat keputusan, maka individu cenderung memiliki sikap positif terhadap investasi emas, yang pada akhirnya meningkatkan minat mereka untuk berinvestasi. Penelitian terdahulu yang mendukung penelitian ini yaitu penelitian Alfhia and Arafah (2020) dan Puspita (2024) yang di mana hasil dari penelitian tersebut bahwa variabel mobile banking berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk cicil emas. Maka Semakin baik persepsi nasabah terhadap layanan yang diberikan oleh bank syariah, semakin besar minat mereka untuk melakukan pembiayaan cicil emas.

4. Pengaruh Motivasi, Fluktuasi Harga, dan Layanan Mobile Banking Secara Simultan Terhadap Minat Investasi Emas di BSI

Hasil uji simultan (F) dengan nilai signifikansi senilai $0,001 < 0,05$. Maka, Ha diterima atau Ho ditolak. Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa Motivasi, Fluktuasi Harga, dan Layanan Mobile Banking secara bersamaan berpengaruh terhadap Minat Investasi Emas di BSI. Untuk menunjukkan adanya pengaruh simultan juga dapat menggunakan kriteria selanjutnya yaitu dengan membandingkan nilai Fhitung > Ftabel. Diperoleh hasil Fhitung sebesar $6,381 > Ftabel$ senilai 2,86. sehingga bisa ditarik kesimpulan bahwa secara bersamaan Motivasi, Fluktuasi Harga, dan Layanan Mobile Banking berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Investasi Emas di BSI. Sejalan dengan penelitian Khutbi (2023) bahwa secara simultan motivasi dan layanan mobile banking berpengaruh signifikan terhadap minat investasi emas di BSI. Penelitian ini juga didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Adila (2024) yang menunjukkan bahwa fluktuasi harga bersama variabel lain menunjukkan pengaruh yang signifikan.

KESIMPULAN

1. Motivasi secara parsial tidak signifikan terhadap Minat Investasi Emas Pada Bank Syariah Indonesia senilai $0,056 < 0,05$. Maka, Ha1 diterima atau Ho1 ditolak. Nilai T hitung Motivasi yaitu $2,143 > 2.02809$ yang artinya motivasi tidak memiliki hubungan dengan Minat Investasi Emas di BSI.
2. Fluktuasi Harga secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Investasi Emas Pada Bank Syariah Indonesia senilai $0,023 < 0,05$. Maka, Ha2 diterima atau Ho2 ditolak. Nilai T hitung Fluktuasi Harga yaitu $2,276 > 2.02809$ yang artinya fluktuasi harga memiliki hubungan dengan Minat Investasi Emas di BSI.
3. Layanan *Mobile Banking* secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Investasi Emas Pada Bank Syariah Indonesia senilai $0,000 < 0,05$. Maka, Ha3 diterima atau Ho3 ditolak. Nilai T hitung yaitu $4,344 > 2.02809$ yang artinya layanan *Mobile Banking* memiliki hubungan dengan Minat Investasi Emas di BSI.
4. Motivasi, Fluktuasi Harga, dan Layanan *Mobile Banking* secara bersamaan berpengaruh terhadap Minat Investasi Emas di BSI. Membandingkan nilai Fhitung > Ftabel. Diperoleh hasil Fhitung sebesar $6,381 > 2.86$. Sehingga bisa ditarik kesimpulan bahwa secara bersamaan Motivasi, Fluktuasi Harga, dan Layanan *Mobile Banking* berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Investasi Emas

REFERENSI

- adila, Nurul. 2024. "Pengaruh Fluktuasi Harga Emas, Promosi Serta Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Cicil Emas Di Bank Syariah Indonesia Kcp Sarolangun 1 Di Kabupaten Sarolangun." Universitas Jambi.
- Amelia, Dahlia, Bambang Setiaji, Jarkawi Jarkawi, Kadek Primadewi, Ummi Habibah, Theresia Lounggina Peny, Kiki Pratama Rajagukguk, Derry Nugraha, Wiena Safitri, Abdul Wahab, Zulfiah Larisu, And Firdaus Yuni Dharta. 2023. *Metode Penelitian Kuantitatif*.
- Alfhia, R., And Arafah. 2020. "Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Produk Cicil Emas Di Bank Mandiri Syariah Kcp. Medan-Merlan." Jurnal Feb 1(1).
- Aprillia, Fanny. 2024. "Pengaruh Fitur Layanan, Kepercayaan, Dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Menggunakan Bsi Mobile (Studi Kasus Di Wilayah Kecamatan Kebon Jeruk Jakarta Barat) Skripsi." 19(5):1-23.
- Fitri Keumala Sari Nim, Cut. 2023. "Skripsi Pengaruh Pengetahuan Dan Fluktuasi Harga Terhadap Minat Investasi Emas (Studi Pada Mahasiswa/I Ekonomi Syariah Uin Ar-Raniry) Disusun Oleh." 30.
- Haidir, M. Samsul. 2019. "Pengaruh Pemahaman Investasi, Dengan Modal Minimal Dan Motivasi Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Melakukan Investasi Di Pasar Modal Syariah." *Ekonomi Dan Bisnis* 5(2):2599–3348.

- Indrawan, Yella Vinisia. 2023. "The Effect Of Price Fluctuations And Promotions On Consumer Interest In Gold Installment Products Of Bank Syariah Indonesia." *Business And Investment Review* 1(3):168–76. Doi: 10.61292/Birev.V1i3.25.
- Irfan, Andi, Dassyka Febria, Renny Wulandari, And Siti Atika Fadilah. 2022. "Parcipatory Action Research: Peningkatan Potensi Ekonomi Itak Kalamai Produk Khas Masyarakat Pujud." *Abdine: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 2(2):181–87. Doi: 10.52072/Abdine.V2i2.448.
- Jannah, Noor. 2023. "Pengaruh Literasi Keuangan, Toleransi Risiko, Dan Fluktuasi Harga Terhadap Keputusan Investasi Tabungan Emas Di Bsi Kc A Yani 1 Kudus." Iain Kudus.
- Khutbi, Mukhammad Ali. 2023. *Pengaruh Pengetahuan, Motivasi, Persepsi Keuntungan Investasi, Dan Layanan Bsi Mobile Terhadap Minat Dalam Berinvestasi Emas Digital*.
- Kurniawan, Dedi, Achmad Maulana, And Muchsin Saggaff Shihab. 2023. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Beli Emas Melalui Mobile Banking." *Referensi : Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi* 11(2):34–49. Doi: 10.33366/Ref.V11i2.4786.
- Kurniawati, K. 2023. "Minat Investasi Nasabah Pada Fitur Tabungan E-Mas Digital Bsi Mobile Di Bank Syariah Indonesia." *Widya Balina* 8(2):981–91.
- Maharani, Nine Septa. 2020. "Pengaruh Promosi Dan Fluktuasi Harga Emas Terhadap Minat Nasabah Pada Produk Tabungan Emas." *Muhasabatuna : Jurnal Akuntansi Syariah* 2(2):80. Doi: 10.54471/Muhasabatuna.V2i2.820.
- Marseto, Intan Sari. 2023. "Pengaruh Promosi, Literasi Keuangan Dan Fluktuasi Harga Emas Terhadap Keputusan Investasi Tabungan Emas Dengan Minat Investasi Sebagai Variabel Moderasi Di Bsi Kcp Wonokromo."
- Muslidar, Murayani. 2019. "Pengaruh Fluktuasi Harga Emas Dan Strategi Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Emas Pada Bank Syariah Mandiri Banda Aceh."
- Nuratiran Lailina, Noor Shodiq Askandar, Junaidi. 2022. "Pengaruh Financial Literacy, Persepsi Risiko Dan Motivasi Investasi Terhadap Minat Berinvestasi Tabungan Emas Di Pegadaian (Studi Pada Mahasiswa Unisma, Politeknik Negeri Malang Dan Universitas Negeri Malang)." *E-Jra: Jurnal Riset Akuakultur* 11(11):36.
- Nursya'bani, Rizti Zahrah, And Dede Abdul Fatah. 2023. "Pengaruh Fluktuasi Harga Emas Dan Pengetahuan Investasi Syariah Terhadap Minat Nasabah Berinvestasi Cicil Emas Bsi." Prosiding Seminar Nasional Akuntansi Dan Manajemen 3
- Pohan, Komsaria. 2023. "Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, Motivasi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Tabungan Emas Di Pegadaian Cabang Purwokerto (Studi Kasus Nasabah Pegadaian Cabang Purwokerto)."
- Purwanto, Edi, Darwin Bachtiar, Klara Mayori Septiani, Nugroho Ridhwan, July Deviny, Kandi Sofia Senastri Dahlhan, Daniel Augusta Susanto, And Dian Ramadhani Elyosha Marey. 2020. *Technology Adoption A Conceptual Framework*.

Puspita. 2024. "Pengaruh Kualitas Pelayanan , Promosi, Dan Pengetahuan Produk Terhadap Pembiayaan Murabahah Cicilan Emas (Studi Pada Bank Xyz)." *Journal Of Accounting, Management, And Islamic Economics* 2(1).

Rahma, Aldra Puspita, And Clarashinta Clara Canggih. 2021. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Terhadap Investasi Emas." *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam* 4(2):98–108. Doi: 10.26740/Jekobi.V4n2.P98-108.

Rusydi, Ibnu, Didik Himmawan, And Dzulfiyah Iswana. 2023. "Mekanisme E-Emas Pada Bsi Mobile Sebagai Media Investasi Modern (Studi Kasus Di Bank Syariah Indonesia Kcp Jatibarang)." *Jsef: Journal Of Sharia Economics And Finance* 2(1):44–50. Doi: 10.31943/Jsef.V2i1.16.

Sihobing. 2022. *Pengantar Metode Analisis Multivariat*. Penerbit Nem.

Siswoyo, Riztami Ramadhani, Supaino, And Rizal Agus. 2022. "Pengaruh Digitalisasi, Motivasi Dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Berinvestasi Tabungan Emas Di Pegadaian." *Jurnal Keuangan Dan Perbankan Syariah* 2(1):653–62.

Sugiyono. 2017. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*.

Tri Nurbaiti. 2020. "Dampak Layanan Jasa Mobile Banking Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah(Studi Kasus Bank Muammalat Kcpza Pagar Alam)." *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. 1–50.

Uswah, Nuru, Nur Fitriyah, And Indria Puspitasari Lenap. 2024. "Pengaruh Reputasi Perusahaan, Fluktuasi Harga Emas, Kualitas Pelayanan Dan Literasi Keuanganterhadap Minat Nasabah Berinvestasi Melalui Cicil Emas Di Pt. Pegadaian (Persero) Cabang Masbagik." *Jurnal Risma* 4(2).

Yuliani, Witha, Sarah Usman, And Dirarini Sudarwadi. 2020. "Analisa Minat Investasi Pasar Modal Pada Mahasiswa Feb Di Universitas Papua." *Nominal: Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen* 9(2):150–67. Doi: 10.21831/Nominal.V9i2.30033.

Zeny, Zeiniye. 2023. "Peluang Investasi Emas Melalui Produk Cicil Emas Bank Syari'ah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Situbondo." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 9(3):4308. Doi: 10.29040/Jiei.V9i3.10153.

Profil Penulis

Lengkapi profil penulis dengan informasi seputar institusi, latar belakang pendidikan, pengalaman penelitian, dan ketertarikan bidang penelitian.

M.Iskandar Penulis 1 adalah alumni Perbankan Syariah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Penulis dapat dihubungi di email: miskandar@mhs.uingusdur.ac.id

Syifa Rohmah Penulis 2 adalah dosen keuangan. Beberapa penelitian dan kajian pengabdian tentang keuangan Syariah, investasi Syariah dan juga manajemen produk halal. Email: syifa.rohmah@uingusdur.ac.id

Ardiyani Darutama. Penulis 3 adalah dosen filsafat umum. Beberapa penelitian dan kajian pengabdian tentang pemikiran ekonomi. Email: ardiyani.darutama@uingudur.ac.id

Indah Purwanti. Penulis 4 adalah dosen ekonomi pembangunan. Beberapa penelitian dan kajian pengabdian tentang ekonomi lingkungan dan kajian pembangunan pada komunitas. Email: indah.purwanti@uingusdur.ac.id