

SKRIPSI

ANALISIS PENGETAHUAN DAN KETERTARIKAN MEMPENGARUHI MINAT NASABAH MENGGUNAKAN INVESTASI *E-MAS DIGITAL* DI BANK SYARIAH INDONESIA KANTOR CABANG PEMBANTU BLANG PIDIE



Disusun Oleh:

**RISKA AFRIZA
NIM. 180603221**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR- RANIRY
BANDA ACEH
2022M/1443 H**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Riska Afriza

NIM : 180603221

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya:

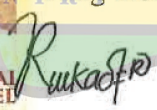
1. *Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.*
2. *Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.*
3. *Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.*
4. *Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.*
5. *Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.*

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 19 Oktober 2022

Yang menyatakan,


Riska Afriza



PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Analisis Pengetahuan dan Ketertarikan Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Investasi *E-mas Digital* Di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blang Pidie

Disusun Oleh:

Riska Afriza
NIM. 180603221

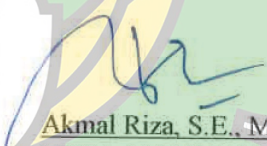
Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya telah memenuhi syarat penyelesaian studi pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

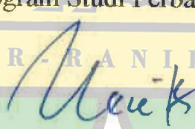
Pembimbing I,


Farid Fathony Ashal, Lc., MA.
NIP: 198604272014031002

Pembimbing II,


Akmal Riza, S.E., M.Si.
NIDN: 2002028402

Mengetahui
Ketua Program Studi Perbankan Syariah,


Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag.
NIP: 197711052006042003

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Analisis Pengetahuan dan Ketertarikan Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Investasi *E-mas Digital* Di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blang Pidie

Riska Afriza
NIM. 180603221

Telah Disidangkan oleh Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh dan Dinyatakan Lulus
serta Diterima Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Studi Strata
satu (S-1) dalam Bidang Perbankan Syariah

Pada Hari/Tanggal:

Rabu, 19 Oktober 2022
23 Rabiul Awal 1444 H

Banda Aceh
Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua,

Farid Fathony Ashal, Lc., MA
NIP: 198604272014031002

Sekretaris,

Akmal Riza, S.E., M.Si.
NIDN: 2002028402

Penguji I,

Marwiyati, S.E., M.M
NIP: 197404172005012002

Penguji II,

Intan Quratulaini, S.Ag., M.S.I.
NIP: 197612172009122001

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Banda Aceh

Dr. Hafas Fuqani, M.Ec
NIP: 198006252009011009



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
UPT. PERPUSTAKAAN

Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh

Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922

Web: www.library.ar-raniry.ac.id Email: library@ar-raniry.ac.id

**FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH
MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Riska Afriza

NIM : 180603221

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah

E-mail : riska.afrika2000@gmail.com

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah:

☐ Tugas Akhir ☐ KKK ☐ Skripsi ☐

Analisis Pengetahuan dan Ketertarikan Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Investasi E-mas Digital Di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blang Pidie

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain.

Secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut.

UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh

Pada tanggal : 19 Oktober 2022

Mengetahui,

Penulis

Pembimbing I

Pembimbing II

Riska Afriza

Farid Fathony Ashal, Lc., MA.

Akmal Riza, S.E., M.Si.

NIM: 180603221

NIP: 198604272014031002

NIDN: 2002028402

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

***“Maka barang siapa mengerjakan kebaikan seberat zarrah,
niscaya dia akan melihat balasannya dan barang siapa
mengerjakan kejahatan seberat zarrah, niscaya dia akan melihat
balasannya” (Q.S. Az-Zalzalah : 7-8).***

Skripsi ini saya persembahkan teruntuk kedua orang tua yang sangat saya cintai, Ayah dan Ibu, Nenek, Kakek beserta Adik-adik saya yang tidak pernah berhenti menyemangati dan mendoakan agar diberi kemudahan dan kelancaran dalam menuntut ilmu dari awal pergi merantau sampai saat ini. Untuk teman-teman seperjuangan, seluruh kerabat dekat, sahabat, rekan-rekan yang sudah membantu, serta teman-teman yang akan menjadi generasi penerus kedepannya.

AR - RANIRY

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah rabbil'alamin puji beserta syukur selalu tercurahkan kepada Ilahi Rabbi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Pengetahuan dan Ketertarikan Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Investasi *E-mas Digital* Di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blang Pidie”. Dzat yang hanya kepada-Nya memohon pertolongan. Alhamdulillah atas segala pertolongan, rahmat dan hidayah-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat beserta salam selalu tercurahkan kepada Rasulullah SAW yang senantiasa menjadi sumber inspirasi dan teladan terbaik untuk umat manusia. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Adapun peneliti menyadari bahwa dalam proses penulisan skripsi ini banyak mengalami kendala dan kesilapan. Namun berkat bantuan, bimbingan dan berkah pertolongan dari Allah SWT peneliti mampu menghadapi kendala tersebut. Maka dari itu dengan segala kerendahan hati, peneliti menyampaikan ucapan terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Dr. Hafas Furqani, M.Ec selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry.

2. Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah dan Inayatillah, MA., Ek selaku Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah serta Mukhlis, S.HI, S.E. M.H.
3. Hafiizh Maulana, S.P., S.HI., M.E selaku Ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah membantu banyak dalam penulisan skripsi ini.
4. Farid Fathony Ashal, Lc., MA selaku Pembimbing I yang telah memberikan kemudahan, bantuan serta dukungan sehingga terselesainya skripsi ini dan Akmal Riza, S.E., M.Si selaku Pembimbing II sekaligus Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan, arahan, motivasi, kemudahan serta dukungan yang penuh sehingga terselesainya skripsi ini.
5. Seluruh Dosen dan Staff Pengajar Program Studi Perbankan Syariah yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat kepada peneliti.
6. Terima kasih kepada seluruh karyawan beserta staff pada PT. Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blang Pidie atas ilmu yang diberikan dan telah banyak membantu, sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik.
7. Teristimewa dan tak terhingga peneliti ucapkan ribuan terima kasih kepada Ayahanda tercinta Rusmadi dan Ibunda tercinta Safrida yang selalu mendoakan, menyayangi dan

terus memberikan dukungan spiritual dan materil tanpa henti buat saya dalam menyusun dan dapat menyelesaikan skripsi ini, terima kasih yang tiada tara buat kalian berdua. Terima kasih yang tak terhingga kepada kakek dan nenek yang telah memberikan semangat dan doa yang tiada henti. Kemudian adik-adik saya Najla Alifa dan Ahmad Al Mufazzal. Tak lupa pula kepada sepupu-sepupu, Etek, Bunda, Paman, Tante, Oom, Papa, Mama dan semuanya yang telah memberikan banyak dukungan dan semangat. Mohon maaf tidak bisa disebutkan satu persatu.

8. Terima kasih kepada Abang Ibal yang telah memberikan doa, dukungan, dan semangat yang tiada henti dalam menyusun skripsi ini.
9. Seluruh teman-teman terbaik dan sahabatku Siti Rahma Tila, Ocha, Miranda, Farah, Ani, Ulfa, Ainun, Nesya, Mauliza, Edby yang telah mendoakan, memberikan motivasi serta dukungan dalam penyusunan skripsi ini. Teman-teman seperjuangan Program Studi Perbankan Syariah yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Terima kasih atas kebersamaan, dukungan serta motivasi yang diberikan, sehingga dapat meningkatkan semangat peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. Jazakumullah khayr

Peneliti menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini banyak terdapat kesalahan dan kekurangan. Untuk itu peneliti meminta maaf yang sedalam-dalamnya atas kesalahan yang peneliti lakukan.

Peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca. Kesalahan datangnya dari diri peneliti dan yang benar datangnya dari Allah SWT. Semoga Allah senantiasa meridhoi dan memberikan Rahmat kepada kita semua.

Banda Aceh, 28 Juli 2022

Penulis,

Riska Afriza



TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K

Nomor:158 Tahun1987 –Nomor:0543 b/u/1987

1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidakdilambangkan	16	ط	Ṭ
2	ب	B	17	ظ	Ẓ
3	ت	T	18	ع	‘
4	ث	Ṣ	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	H	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Ẓ	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Ṣy	28	ء	’
14	ص	Ṣ	29	ي	Y
15	ض	Ḍ			

2. Vokal

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

a. Vokal Tunggal

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

Tanda	Nama	Huruf Latin
◌َ	<i>Fathah</i>	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	I
◌ُ	<i>Dammah</i>	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
◌َ ي	<i>Fathah dan ya</i>	Ai
◌ِ و	<i>Fathah dan wau</i>	Au

Contoh:

kaifa : كيف

haua : هول

3. **Maddah**

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

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda
◌َ ا / ي	<i>Fathah dan alif atau ya</i>	Ā
◌ِ ي	<i>Kasrah dan ya</i>	Ī
◌ُ ي	<i>Dammah dan wau</i>	Ū

Contoh:

qāla : قَالَ

ramā : رَمَى

qīla : قِيلَ

Yaqūlu : يَقُولُ

4. Ta Marbutah (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

a. Ta marbutah (ة)hidup

Ta marbutah (ة)yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.

b. Ta marbutah (ة) mati

Ta marbutah (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.

c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta marbutah (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta marbutah (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

raudah al-atfāl/ raudatul atfāl :

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ

al-Madīnah al-Munawwarah/ :

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ

al-Madīnatul Munawwarah

Ṭalḥah

:

طَلْح

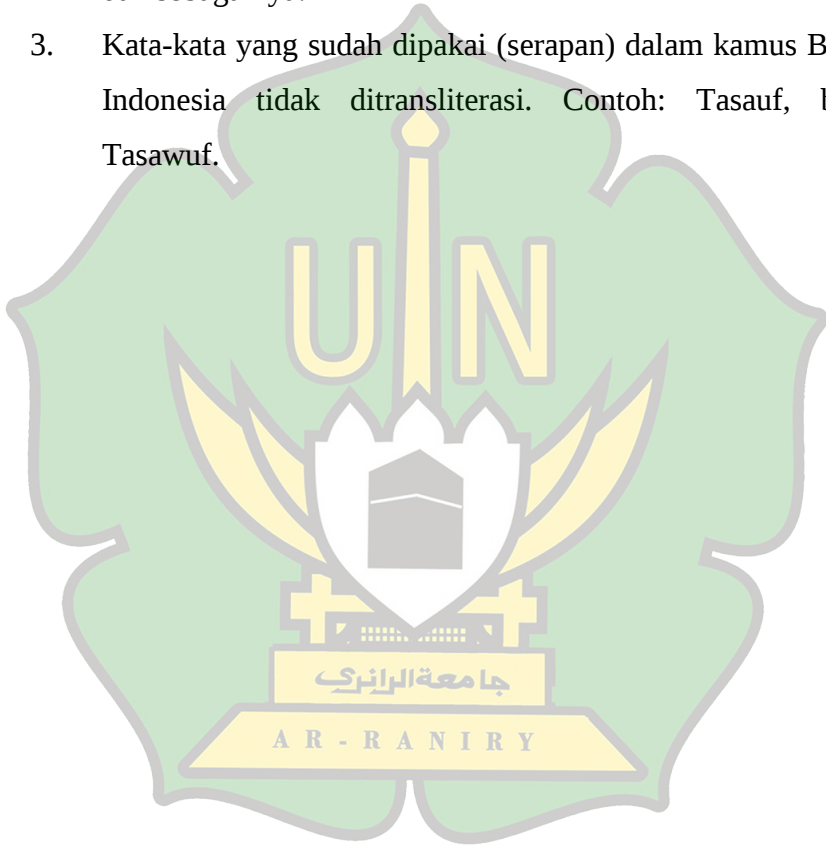
Catatan:

Modifikasi

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan

nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan.
Contoh: Ḥamad Ibn Sulaiman.

2. Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.



ABSTRAK

Nama : Riska Afriza
NIM : 180603221
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
Judul : Analisis Pengetahuan dan Ketertarikan Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Investasi *E-mas Digital* Di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blang Pidie
Pembimbing I : Farid Fathony Ashal, Lc., MA
Pembimbing II : Akmal Riza, S.E., M.Si

Minat adalah motivasi yang mendorong seseorang untuk melakukan sebuah tindakan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan, ketertarikan terhadap minat nasabah menggunakan investasi *E-mas digital* di Bank Syariah Indonesia KCP Blang Pidie. Teknik pengambilan sampel menggunakan *random simple sampling*, dengan menyebarkan kuesioner kepada 98 nasabah. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi berganda. Berdasarkan pengujian secara parsial menunjukkan bahwa pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat berinvestasi, ketertarikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi. Secara simultan menunjukkan bahwa pengetahuan dan ketertarikan berpengaruh terhadap minat berinvestasi dengan nilai R Square sebesar 22,6 %, sisanya dipengaruhi oleh variabel lain selain variabel pada penelitian ini.

Kata kunci: *Pengetahuan, Ketertarikan, Minat Investasi, E-mas Digital.*

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iii
PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	iv
PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN	xii
ABSTRAK	xvi
DAFTAR ISI	xvii
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR GAMBAR	xxi
DAFTAR LAMPIRAN	xxii
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Teoritis	8
1.4.2 Manfaat Praktis	8
1.5 Sistematika Pembahasan	9
 BAB II LANDASAN TEORI	 10
2.1 Pengetahuan	10
2.1.1 Jenis-Jenis Pengetahuan	11
2.1.2 Cara Memperoleh Pengetahuan	11
2.1.3 Tingkatan Pengetahuan	12
2.1.4 Indikator Pengetahuan	13
2.2 Ketertarikan	13
2.2.1 Teori-Teori Ketertarikan	14
2.2.2 Indikator Ketertarikan	15
2.3 E-mas digital	15
2.3.1 Keunggulan Investasi E-mas Digital	16
2.3.2 Akad - Akad Investasi E-mas Digital	16
2.4 Minat Investasi	17
2.4.1 Unsur-Unsur Minat	17
2.4.2 Indikator Minat	18

2.4.3	Macam-Macam Minat	20
2.4.4	Investasi Emas	21
2.5	Penelitian Terdahulu	22
2.6	Kerangka Pemikiran	30
2.6.1	Pengetahuan Mempengaruhi Minat Berinvestasi.....	30
2.6.2	Ketertarikan Mempengaruhi Minat Berinvestasi...	31
2.6.3	Pengetahuan dan Ketertarikan Mempengaruhi Minat Berinvestasi	31
2.7	Hipotesis	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		34
3.1	Jenis Penelitian	34
3.2	Populasi, Sampel, Teknik Pengambilan Sampel	34
3.2.1	Populasi	34
3.2.2	Sampel Penelitian	35
3.2.3	Teknik Pengambilan Sampel	35
3.3	Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	36
3.3.1	Sumber Data	36
3.3.2	Teknik Pengumpulan Data	37
3.4	Metode Analisis Deskriptif.....	38
3.5	Variabel Penelitian	38
3.5.1	Definisi dan Operasional Variabel	39
3.6	Metode Analisis Data	41
3.6.1	Analisis Data Kuantitatif	41
3.6.2	Uji Asumsi Klasik	42
3.6.3	Analisis Regresi Berganda	43
3.6.4	Uji Koefisien Determinasi	44
3.6.5	Pembuktian Hipotesis	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		47
4.1	Sejarah Singkat Bank Syariah Indonesia	47
4.2	Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia	48
4.3	Deskripsi Responden	48
4.3.1	Identitas Responden Berdasarkan Usia	49
4.3.2	Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
4.3.3	Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan	50
4.3.4	Identitas Responden Berdasarkan Tingkatan Pendidikan Terakhir.....	50

4.3.5 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	51
4.4 Metode Analisis Deskriptif.....	52
4.5 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	55
4.5.1 Hasil Uji Validitas	55
4.5.2 Hasil Uji Reliabilitas	57
4.6 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	58
4.6.1 Hasil Uji Normalitas.....	58
4.6.2 Hasil Uji Multikolonieritas.....	60
4.6.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	60
4.7 Analisis Regresi Linier Berganda.....	61
4.8 Hasil Uji Koefisien Determinasi	63
4.9 Hasil Pembuktian Hipotesis	64
4.9.1 Hasil Uji F (Uji Simultan)	64
4.9.2 Hasil Uji T (Uji Parsial)	65
4.10 Pembahasan Hasil Penelitian.....	67
4.10.1 Pengetahuan (X_1) Mempengaruhi Minat (Y)	67
4.10.2 Ketertarikan (X_2) Mempengaruhi Minat (Y).....	69
4.10.3 Pengetahuan dan Ketertarikan berpengaruh secara simultan terhadap Minat (Y).....	70
BAB V	72
PENUTUP	72
5.1 Kesimpulan.....	72
5.2 Saran	72
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN	80
BIODATA	102

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	27
Tabel 3.1	Skor Pernyataan.....	37
Tabel 3.2	Operasionalisasi Variabel.....	40
Tabel 4.1	Responden Berdasarkan Usia.....	49
Tabel 4.2	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 4.3	Responden Berdasarkan Pendapatan.....	50
Tabel 4.4	Responden Berdasarkan Tingkatan Pendidikan Terakhir	51
Tabel 4.5	Responden Berdasarkan Pekerjaan	51
Tabel 4.6	Hasil deskriptif jawaban responden terhadap variabel Pengetahuan (X_1).....	53
Tabel 4.7	Hasil deskriptif jawaban responden terhadap variabel Ketertarikan (X_2)	53
Tabel 4.8	Hasil deskriptif jawaban responden terhadap variabel Minat	54
Tabel 4.9	Hasil uji validitas terhadap variabel pengetahuan.....	55
Tabel 4.10	Hasil uji validitas terhadap variabel ketertarikan.....	56
Tabel 4.11	Hasil uji validitas terhadap variabel minat	56
Tabel 4.12	Hasil uji reliabilitas terhadap variabel uji reliabilitas	57
Tabel 4.13	Hasil uji one sample kolmogorov-smirnov test...	58
Tabel 4.14	Hasil uji multikolonieritas	60
Tabel 4.15	Hasil uji analisis regresi linier berganda	61
Tabel 4.16	Hasil uji koefisien determinasi	63
Tabel 4.17	Hasil uji F (uji simultan)	65
Tabel 4.18	Hasil uji T (Uji Parsial)	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Skema Kerangka Pemikiran	32
Gambar 4. 1 Hasil uji normalitas P-Plot.....	59
Gambar 4. 2 Hasil uji heteroskedastisitas.....	61
Gambar 4. 3 Diagram kategori jawaban responden (X_1).....	67
Gambar 4. 4 Diagram kategori jawaban responden (X_2).....	69



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian 80

Lampiran 2: Tabulasi Data Jawaban Pernyataan 98
Responden..... 85

Lampiran 3: Uji Validitas dan Uji Reliabilitas 93

Lampiran 4: Uji Asumsi Klasik..... 97

Lampiran 5: Analisis Regresi Linier Berganda 98

Lampiran 6: R TABEL 99

Lampiran 7: Titik Persentase Distribusi 100



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi mengakibatkan masyarakat lebih cerdas dalam mengelola keuangan mereka. Masyarakat mulai menyisihkan sebagian dari pendapatan mereka untuk kebutuhan masa depan. Kecanggihan transaksi keuangan yang semakin meningkat menyebabkan berkembangnya pengelolaan keuangan tidak hanya sebagai sarana untuk memberikan pendapatan sesuai permintaan, juga sebagai sarana akumulasi kekayaan yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan dari aset yang dijamin (Gunawan & Wirawati, 2013:407).

Masyarakat pada umumnya memiliki aspirasi untuk terus mengembangkan kekayaan yang dimiliki agar dapat menikmati hidup yang seimbang, sehingga minat untuk berinvestasi meningkat. Akan tetapi, minat masyarakat untuk berinvestasi dihalangi oleh keraguan yang disebabkan kurangnya pengetahuan dalam menganalisa peluang investasi. Tingkat literasi keuangan tentunya sangat mempengaruhi keinginan dan kesiapan seseorang untuk berinvestasi. Sebagian besar masyarakat memilih untuk berinvestasi emas karena kurangnya pengetahuan pada instrumen investasi lainnya (medcom.id, 2021).

Kurniawan (2019:16) menyatakan bahwa emas merupakan aset tradisional yang sudah lama diperdagangkan. Umumnya

dikenal sebagai emas atau logam mulia, aset ini juga merupakan salah satu investasi paling populer karena nilainya naik setiap tahun. Nilai emas terhadap rupiah dan mata uang lainnya selalu berfluktuasi, namun dalam jangka panjang nilai emas terhadap rupiah akan meningkat. Seperti halnya, harga emas Antam pada tahun 2010 sekitar Rp350.000 per gram, namun saat ini harga emas Antam per gram mencapai Rp545.000 pada tahun 2015. Harga emas Antam per gram Rp584.000 pada tahun 2016, sedangkan pada tahun 2021 harga emas Antam per gram Rp912.000. Dapat dikatakan dalam jangka waktu lima tahun harga emas naik hampir dua kali lipat. Keuntungan berinvestasi emas mendorong investor untuk berinvestasi emas. Masyarakat Indonesia sangat tertarik untuk berinvestasi emas karena risikonya jauh lebih kecil jika dibandingkan dengan investasi lainnya, sehingga banyak pihak yang tidak bertanggung jawab menciptakan investasi emas palsu.

Investasi emas sangat populer karena memiliki banyak keuntungan dan tingginya tingkat masyarakat untuk berinvestasi sehingga menimbulkan banyak permasalahan investasi emas palsu. Masyarakat mengalami banyak kerugian dari investasi tersebut, sehingga fenomena tersebut menyebabkan keraguan masyarakat untuk berinvestasi.

Seorang pendakwah menjalankan investasi tanpa izin dan tidak ada yang bertanggung jawab untuk mengawasi. Selama ini, pendakwah tersebut belum ada kontak dengan otoritas keuangan, apalagi pasar modal. Publik terkejut ketika Otoritas Jasa Keuangan

memanggil ustadz tersebut. Investasi yang dikembangkan oleh ustadz ini banyak merugikan masyarakat, karena investasi yang tidak berizin mempersulit para investor untuk mendapatkan dananya kembali. Ada beberapa investasi yang tidak berizin berkembang di lingkungan sekitar kita, yang menjanjikan keuntungan yang sangat besar agar masyarakat tertarik. Investasi emas palsu juga terus berkembang, investasi emas yang diterbitkan oleh PT. GTI Syariah merupakan jenis penipuan yang dilatar belakangi oleh investasi emas yang mengakibatkan kerugian nasabah 10 triliun rupiah (sindonews, 2013).

Investasi tidak berizin terus berkembang salah satunya investasi emas bodong, investasi ini dimulai dengan menyebar lewat sosial media. Modus yang digunakan agar masyarakat tertarik untuk berinvestasi dengan menjanjikan keuntungan 30 persen dalam waktu 1 bulan. Kemudian investasi emas bodong ini mulai menyebar *broadcast*, dengan menggunakan WhatsApp (WA). Namun seiring dengan berjalannya waktu investasi emas bodong ini mulai bermasalah, investor tidak mendapatkan keuntungan yang dijanjikan (detiknews, 2020).

Pengurangan kadar emas juga terjadi di beberapa toko emas di Banda Aceh. Sebanyak 4 toko emas di Banda Aceh diduga melakukan penipuan kepada konsumen untuk membeli perhiasan emas di toko mereka. Pedagang di toko-toko emas ini sengaja memperdagangkan emas murni yang tidak sesuai kadar, yang merugikan para pembeli. Dilihat dari pembukuan dan tanda terima

toko, pengurangan kadar emas ini sudah dimulai sejak Februari 2021. Pengungkapan penjualan emas yang tidak sesuai dengan kadar, telah terungkap melalui penyelidikan dan didukung oleh hasil laboratorium yang menunjukkan bahwa emas tersebut kadarnya tidak sesuai dengan yang dicantumkan dalam surat. Apabila terbukti, pedagang akan diancam pidana penjara paling lama 5 tahun atau hukuman denda paling banyak Rp2.000.000.000 (serambinews, 2021).

Penipuan saham emas di Aceh Barat Daya (ABDYA) juga demikian, modus yang digunakan dalam investasi ini yakni investor mendapatkan bonus emas dan uang investasi akan dikembalikan diluar bonus yang didapatkan, sehingga keuntungan yang sangat besar ini menarik minat masyarakat untuk berinvestasi. Namun pada kenyataannya setiap keuntungan yang mereka dapatkan dari investasi yang ditanam tidak dapat ditunaikan. Banyak masyarakat yang menjadi korban penipuan investasi emas diantaranya para pejabat, PNS, dan karyawan swasta (serambinews, 2014).

Dari beberapa kasus penipuan investasi diatas maka untuk memulai sebuah investasi dalam hal apapun masyarakat harus mengerti tentang investasi yang akan dijalankan bukan hanya hanya sekedar kepercayaan. Penting bagi setiap orang untuk memahami bahwa setiap lembaga dan perusahaan yang menghimpun dana publik dan memberikan keuntungan harus mempunyai aspek legalitas untuk melindungi kepentingan individu.

Investasi emas pada Bank Syariah Indonesia (BSI) menjadi solusi dari kasus-kasus investasi emas palsu, BSI salah satu lembaga yang mempunyai aspek legalitas sehingga masyarakat dapat berinvestasi dengan aman. Masyarakat dapat berinvestasi emas melalui fitur E-mas yang dapat diakses melalui aplikasi BSI *Mobile*. Fitur E-mas merupakan sebuah fitur untuk investasi emas digital, dimana nasabah dapat berinvestasi secara elektronik melalui fitur E-mas. Fitur ini memungkinkan nasabah membeli emas dalam bentuk rupiah ataupun gram (Febrianti, Hidayah, Abdullah, & Lawita, 2021:3689).

Berdasarkan hasil *interview* dengan salah satu karyawan BSI Blang Pidie pada tanggal 29 Januari 2022, bahwasanya tingkat masyarakat Blang Pidie untuk berinvestasi masih sangat rendah, terutama pada investasi E-mas di BSI. Terdapat beberapa faktor yang menyebabkan tingkat berinvestasi masyarakat Blang Pidie rendah, seperti: kurangnya efisiensi ekonomi masyarakat, kurangnya pengetahuan dan faktor lainnya. Sebagian besar masyarakat Blang Pidie lebih memilih berinvestasi pada objek yang nyata seperti tanah, bangunan dan aset lainnya. Masyarakat Blang Pidie masih ragu untuk berinvestasi E-mas karena objek yang diinvestasikan tidak langsung dapat dirasakan walaupun investasi ini adalah investasi yang aman dan terpercaya. Namun, dengan pengetahuan yang baik dan pemahaman yang positif tidak menutup kemungkinan untuk masyarakat Blang Pidie berinvestasi E-mas di BSI.

Ketika seseorang mulai berinvestasi, tentu saja mereka akan tertarik untuk membiarkan apa yang diinginkan. Minat dapat diartikan sebagai suatu bentuk perhatian, kasih sayang dari hati, dan keinginan untuk membimbing seseorang pada suatu keputusan tertentu. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi minat, seperti faktor individu, motivasi sosial, emosional, sosial ekonomi, lokasi, dan lingkungan.

Melihat fenomena di atas, pengetahuan investasi menjadi sangat penting karena dengan berinvestasi seseorang dapat mempersiapkan kebutuhan masa depan. Minat berinvestasi berasal dari pengetahuan yang dimiliki oleh seseorang, baik pengetahuan mengenai investasi, produk-produk yang di investasikan, dan keuntungan yang akan diperoleh. Penelitian Muzammil (2021), Ulfah (2020), Ningsih, Dayyan, dan Nurjanah (2019) menyimpulkan pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah seta keputusan investasi.

Terdapat beberapa variabel lain yang mempengaruhi minat untuk berinvestasi, contohnya ketertarikan dengan adanya rasa tertarik maka akan lahir minat dalam diri seseorang untuk melakukan suatu tindakan. Ada beberapa indikator yang menyebabkan ketertarikan muncul diantaranya perhatian, keinginan, rasa tertarik, dan tindakan. Dalam kajian Sufidiana (2021), Perdana dan Wardhani (2021), menyimpulkan ketertarikan berpengaruh dan signifikan terhadap minat investasi mahasiswa.

Berdasarkan uraian persoalan di atas, maka penulis mengambil judul serta penelitian **“Analisis Pengetahuan dan Ketertarikan Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Investasi E-mas Digital Di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blang Pidie”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh pengetahuan terhadap minat nasabah dalam menggunakan investasi E-mas digital ?
2. Bagaimana pengaruh ketertarikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan investasi E-mas digital ?
3. Bagaimana pengetahuan dan ketertarikan secara bersama-sama mempengaruhi minat nasabah menggunakan investasi E-mas digital?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan terhadap minat nasabah dalam menggunakan investasi E-mas digital.
2. Untuk mengetahui pengaruh ketertarikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan investasi E-mas digital.

3. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan dan ketertarikan secara bersama-sama terhadap minat nasabah dalam menggunakan investasi E-mas digital.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian diharapkan mampu menyampaikan gambaran lebih lanjut tentang pengetahuan perbankan syariah sebagai aspek ekonomi syariah serta acuan bagi peneliti selanjutnya.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Penulis

Dapat memberikan wawasan pengetahuan dan pemikiran tentang pentingnya mengetahui tingkat pengetahuan dan ketertarikan yang dapat mempengaruhi minat, dan juga mendapatkan pengalaman dalam melakukan penelitian ini.

2. Bagi Bank Syariah Indonesia

Penelitian ini merupakan tambahan pemikiran dan juga dapat dijadikan sebagai masukan bagi Bank Syariah Indonesia untuk mengambil keputusan pada masa yang akan datang.

3. Bagi Akademisi

Penelitian ini bertujuan menambah pengetahuan, informasi serta rujukan bagi institusi studi program perbankan syariah

1.5 Sistematika Pembahasan

Dalam penulisan yang berjudul “Analisis Pengetahuan dan Ketertarikan Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Investasi *E-mas Digital* Di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blang Pidie” untuk pembahasan yang sistematis dan mudah dipahami serta hasil penelitian yang baik, maka sistematika penulisan dalam penelitian adalah:

BAB I : Pendahuluan

Bab I memuat pendahuluan yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta pembahasan sistematis.

BAB II : Landasan Teori

Pada bab II memuat landasan teori yang terkait dengan penelitian, membahas hasil penelitian sebelumnya, kerangka pemikiran, dan hipotesis yang terkait dengan penelitian.

BAB III : Metodologi Penelitian

Bab III menguraikan tentang metodologi penelitian termasuk jenis penelitian, waktu, dan tempat penelitian.

BAB IV : Hasil dan Pembahasan

Bab IV menyajikan hasil analisis dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V : Penutup

Bab V menyajikan kesimpulan dan saran berupa masukan yang ingin disampaikan kepada pihak terkait dan tidak terkait.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Pengetahuan

Pengetahuan merupakan seluruh hal yang diketahui dan dimengerti oleh seseorang tentang suatu produk di pasaran yang berpengaruh terhadap perilaku pembeliannya (Inayah & Sudiarti, 2017). Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) pengetahuan didefinisikan sebagai objek yang dipahami dan berkaitan dengan proses belajar. Proses pembelajaran dipengaruhi oleh berbagai faktor pendorong dan faktor eksternal seperti informasi dan kondisi sosial budaya.

Menurut Rosyid & Halimatu (2016) pengetahuan adalah informasi yang diolah untuk memperoleh pemahaman, pembelajaran, dan pengalaman sehingga dapat diterapkan pada suatu masalah atau proses tertentu. Pengetahuan dipengaruhi oleh faktor pendidikan formal, pengetahuan seseorang akan lebih luas jika memperoleh pendidikan yang tinggi (Wawan dan Dewi, 2010). Tetapi tidak berarti bahwa orang yang tidak berpendidikan tidak memiliki pengetahuan sama sekali. Pengetahuan manusia tentang suatu subjek memiliki dua sisi positif dan negatif. Semakin positif suatu objek yang diketahui, maka semakin positif perilaku terhadap objek tersebut.

2.1.1 Jenis-Jenis Pengetahuan

Ada berbagai macam pengetahuan, seperti pengetahuan ilmiah dan pengetahuan prailmiah. Pengetahuan ilmiah didapatkan dengan cara memiliki objek, sistem, dan metode tertentu yang bersifat khusus atau umum, baik formal atau informal (Wiratha, 2006). Menurut Nurdin (2004) pengetahuan dapat dibedakan menjadi empat, diantaranya:

- a. Pengetahuan teologis adalah pengetahuan agama, pengetahuan tentang karunia Tuhan.
- b. Pengetahuan filsafat merupakan ilmu yang paling istimewa karena dapat menanggapi seluruh konsep yang tidak bisa ditanggapi oleh ilmu pengetahuan biasa.
- c. Pengetahuan ilmiah adalah pengetahuan tentang lahirnya suatu metode atau sistem tertentu yang disebut dengan ilmu.
- d. Pengetahuan biasa adalah pengetahuan yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari dan disebut pengetahuan.

2.1.2 Cara Memperoleh Pengetahuan

Terdapat berbagai cara untuk memperoleh pengetahuan, manusia mengetahui segalanya melalui akumulasi pengalaman, informasi dari orang lain, dan tradisi lingkungan setempat. Menurut Prasetyo dan Jannah (2006), pengetahuan adalah asal mula dari mana seseorang mendapatkan pengetahuan, di antaranya:

- a. *Agreement Reality (AR)* merupakan pengetahuan yang berasal pada kemungkinan diri sendiri dan orang lain.

Agreement Reality berasal dari tradisi, kebiasaan, dan informasi.

- b. *Experiential Reality (ER)* adalah pengetahuan yang berasal dari suatu metode dan metode itu sendiri. Oleh karena itu, pengalaman menjadi pengetahuan.

2.1.3 Tingkatan Pengetahuan

Tingkatan pengetahuan dibagi menjadi enam bagian, yaitu:

- a. Tahu (*know*) adalah tingkat pengetahuan terendah, didefinisikan sebagai mengingat kembali materi yang telah dipelajari untuk mengukur apa yang diketahui orang tentang sesuatu.
- b. Pemahaman (*comprehension*) merupakan kemampuan untuk menjabarkan dengan benar apa yang diketahui.
- c. Aplikasi (*aplication*) merupakan kesanggupan untuk menerapkan apa yang telah dipelajari.
- d. Analisis (*analysis*) adalah kemampuan untuk menggambarkan suatu bahan atau objek menjadi sebuah sistem tertentu.
- e. Sintesis (*syntesis*) adalah kemampuan menggabungkan setiap bagian menjadi sebuah kesatuan yang baru.
- f. Evaluasi (*evaluating*) adalah kecakapan untuk meneliti suatu bahan atau objek terhadap kriteria yang diberikan.

2.1.4 Indikator Pengetahuan

Menurut Amanda (2019) pengetahuan konsumen di bagi kedalam tiga macam, diantaranya:

a. Pengetahuan Produk

Segala sesuatu yang berkaitan dengan informasi sebuah produk, seperti kategori, harga, dan keyakinan.

b. Pengetahuan Pembelian

Seluruh informasi yang diperoleh konsumen agar mendapatkan produk, pengetahuan tentang kapan dan dimana suatu produk dapat dibeli.

c. Pengetahuan Pemakaian

Informasi yang didapatkan untuk menggunakan suatu produk dengan benar, karena jika terdapat kesalahan maka dapat menyebabkan produk tidak dapat berfungsi.

2.2 Ketertarikan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia ketertarikan diartikan sebagai suatu keadaan, atau hal yang menarik. Ketertarikan adalah kondisi di mana individu menaruh perhatian lebih dan keinginan untuk mengetahui lebih banyak, belajar dan membuktikannya. Poetra & Nevrettia (2017) menjelaskan bahwa ketertarikan adalah pesan yang disampaikan, dan membangkitkan rasa ingin tahu, keinginan untuk melihat, mengamati dan mendengarkan dengan tepat.

Dalam kehidupan sehari-hari ketika seseorang tertarik terhadap suatu objek baik itu manusia, benda hidup ataupun benda mati maka seseorang tersebut akan meletakkan suatu kesadaran bahwa objek tersebut yang menarik dirinya. Seakan-akan objek tersebut mempunyai daya tertentu yang membuat seseorang tertarik kepadanya. Ketika seseorang tertarik terhadap suatu objek maka bukan suatu objek yang membuat dirinya tertarik akan tetapi orang tersebut, ketertarikan setiap orang pada suatu objek berbeda-beda.

2.2.1 Teori-Teori Ketertarikan

Terdiri dari tiga teori yang menyebabkan alasan ketertarikan manusia, yaitu:

a. Teori Kognitif

Teori kognitif menggambarkan proses berpikir yang digunakan sebagai kriteria dasar untuk menentukan perilaku seseorang.

b. Teori Penguatan

Teori penguatan menjelaskan bagaimana pertama kali ketertarikan timbul. Orang lebih tertarik pada penghargaan, hal positif lainnya daripada hukuman dan hal negatif lainnya.

c. Teori Interaksionis

Teori interaksionis adalah teori yang didasarkan pada situasi ilmiah, dimana keputusan selalu berhubungan dengan situasi sosial.

2.2.2 Indikator Ketertarikan

Poetra & Nevrettia (2017) menjelaskan bahwa menurut teori AIDA, ketertarikan adalah pesan yang disampaikan, yang membangkitkan rasa ingin tahu dan membuat kita ingin melihat, mengamati dan mendengar secara seksama. Proses ketertarikan untuk bertindak melalui beberapa tahapan model AIDA, yaitu:

a. Perhatian (*attention*)

Tahap awal adalah meningkatkan kesadaran konsumen sehingga mereka bisa mendapatkan informasi tentang produk.

b. Ketertarikan (*interest*)

Konsumen mulai memperhatikan dan tertarik terhadap suatu produk.

c. Keinginan (*desire*)

Diharapkan dapat meningkatkan keinginan konsumen, dan juga secara aktif menggiring konsumen untuk membeli produk.

d. Tindakan (*action*)

Tahap terakhir bertujuan untuk membujuk target untuk membeli.

2.3 E-mas digital

E-mas digital adalah salah satu investasi emas yang bisa diakses melalui BSI *Mobile*, yang dapat dilakukan dengan pembelian pertama minimal Rp.100.000 atau 0,1 gram. Untuk pembelian

selanjutnya minimal Rp.50.000 atau 0,05 gram dan maksimal pembelian Rp.100.000.000 perhari. Investasi E-mas digital adalah investasi yang sangat terjangkau dan prosesnya tergolong mudah dan murah. Dikutip dari laman resmi Bank BSI dengan tabungan investasi E-mas nasabah bisa membeli, menjual, transfer dan tarik fisik emas. Nasabah cukup melakukan transaksi melalui BSI Mobile tanpa perlu ke toko emas dan kantor cabang. Investasi E-mas ini berlaku bagi nasabah BSI yang memiliki tabungan serta telah mengaktifkan BSI *Mobile*. Dan juga hal yang terpenting investasi E-mas digital melalui BSI Mobile sangat nyaman dan aman (kompas.com, 2021).

2.3.1 Keunggulan Investasi E-mas Digital

Investasi E-mas digital memiliki beberapa keunggulan, antara lain:

- a. Nasabah mempunyai rekening untuk menabung emas yang bisa ditarik dan ditransfer dari BSI Mobile.
- b. Menjadi salah satu solusi untuk melindungi tabungan nasabah.
- c. Nasabah yang memiliki tabungan emas dapat mentransfer kapan saja, dan di mana saja melalui antar rekening E-mas.

2.3.2 Akad - Akad Investasi E-mas Digital

Investasi E-mas digital melalui aplikasi BSI Mobile menggunakan akad pembelian tunai, yang prinsipnya adalah bahwa bank terlebih dahulu membeli produk yang diinginkan oleh

nasabah, kemudian harga pembelian ditambah keuntungan (margin) untuk dijual kembali kepada nasabah. Emas milik nasabah dititipkan kepada pihak bank dengan akad Wadiah Yad Amanah, Dimana prinsip dari akad ini adalah murni sebagai titipan. Tabungan emas nasabah tidak dapat digunakan oleh pihak bank (Bank Syariah Indonesia, 2021).

2.4 Minat Investasi

Menurut Mukhlis, 2018 yang dikutip dari (Indriani, Hamdani & Gustiawati, 2019) minat terdiri dari campuran emosi, harapan, keyakinan, prasangka, ketakutan, atau hal lain yang mendorong seseorang pada pilihan tertentu. Minat adalah sebuah motivasi yang mengarahkan seseorang untuk bertindak memenuhi suatu kebutuhan. Minat juga merupakan proses memperhatikan dan melakukan hal-hal yang akan membuat seseorang senang.

Menurut kamus psikologi dan filsafat, minat adalah kecenderungan, perhatian, keinginan, harapan, prasangka, emosi dan ketakutan yang mendorong seseorang untuk melakukan suatu pilihan tertentu (Ulfa, 2018).

2.4.1 Unsur-Unsur Minat

Menurut Nur Jannah (2014) terdapat beberapa unsur minat, yaitu:

a. Motif

Motif merupakan sebuah alasan mengapa seseorang melakukan sesuatu. Kamus psikologis dan filosofis

mendefinisikan motivasi sebagai kekuatan yang mendorong seseorang untuk bertindak. Pembentukan motif erat kaitannya dengan tujuan untuk memenuhi segala kebutuhan.

b. Perasaan tertarik

Perasaan adalah gambaran dari hati yang dihayati secara suka ataupun tidak. Sedangkan tertarik adalah kondisi berupa kesenangan, ketertarikan dan minat.

c. Perhatian

Perhatian adalah pemusatan atau aktivitas jiwa untuk mengamati dan memahami dengan mengesampingkan yang lainnya.

d. Perasaan senang

Perasaan senang merupakan aktivitas mental dimana subjek menghayati nilai-nilai subjek, merasa senang artinya merasa puas, suka, gembira, lega tanpa merasa kecewa dan tertekan.

2.4.2 Indikator Minat

Menurut Saleh & Ardhiyanti (dikutip dalam Muzammil, 2021) terdapat tiga indikator yang menimbulkan minat, yaitu:

- a. Motif sosial, faktor yang menarik minat seseorang dalam segala aktivitas. Misalnya, minat belajar yang bersumber dari keinginan untuk memenangkan hadiah.

- b. Faktor emosional, minat berkaitan erat dengan emosi. Minat meningkat ketika seseorang berhasil, dan kehilangan minat jika seseorang mengalami kegagalan.
- c. Dorongan diri individu, rasa ingin tahu menimbulkan minat pada individu. Misalnya, minat belajar meningkat ketika seseorang ingin mengetahui sesuatu.

Menurut Fitria & Yani (2014) ada beberapa indikator lain yang mempengaruhi minat:

- a. Sosial ekonomi
Kondisi sosial ekonomi merupakan hal yang sangat berpengaruh terhadap pendidikan dan masa depan anak. Situasi sosial mendeskripsikan status orang tua dan faktor yang menentukan pilihan sekolah dan masa depan anak. Secara tidak sengaja tersirat ikut serta dalam menjaga kedudukan orang tua dalam menentukan pilihan pendidikan, karena keberhasilan yang diraih orang tua merupakan beban bagi anak.
- b. Tempat tinggal
Lingkungan tempat tinggal sangat dipengaruhi oleh keinginan yang biasa terpenuhi pada kehidupan lampau.
- c. Lingkungan
Lingkungan merupakan hal yang sangat mempengaruhi minat seseorang, Lingkungan dapat dibagi menjadi tiga kategori: lingkungan tempat tinggal, lingkungan sekolah dan lingkungan teman sebaya.

2.4.3 Macam-Macam Minat

Menurut Jannah (2014), tergantung pada perspektif dan klasifikasinya, beberapa jenis minat dapat dibedakan:

1. Minat dapat dibedakan menjadi dua jenis jika ditinjau dari arahnya:
 - a. Minat intrinsik adalah minat mendasar yang berhubungan langsung dengan pekerjaan.
 - b. Minat ekstrinsik artinya minat yang berkaitan dengan tujuan akhir. Minat ekstrinsik bertujuan untuk mencapai tujuan, dan minat tersebut hilang ketika tujuan tercapai.
2. Minat dapat dibagi menjadi empat jenis jika ditinjau dari metode pengungkapannya:
 - a. *Manifested interest* adalah ekspresi mengamati aktivitas subjek atau memahami hobinya.
 - b. *Expressed interest* adalah ekspresi yang meminta pada subjek dengan memberikan aktivitas yang disukai ataupun tidak, maka dari jawaban tersebut akan diketahui minatnya.
 - c. *Inventoried interest* adalah ekspresi minat menggunakan alat yang distandarisasi, biasanya mencakup pertanyaan tentang apakah responden puas atau tidak dengan item yang disurvei.

- d. *Tested interest* adalah ekspresi minat dengan menarik kesimpulan dari tanggapan terhadap tes objektif.
3. Minat dapat dibedakan menjadi dua bagian jika ditinjau dari timbulnya, yaitu:
- a. Minat kultural atau sosial merupakan minat yang ditimbulkan oleh proses pembelajaran, semakin tinggi tingkatnya maka semakin tinggi pula minat tersebut sebagai akibat dari pendidikan. Minat kultural atau sosial juga disebut sebagai minat pelengkap berupa rasa harga diri dan status sosial. Misalnya, semakin tinggi tingkat pendidikan, semakin besar kebutuhannya.
 - b. Minat primitif atau biologis adalah minat yang muncul akibat dari kebutuhan biologis, seperti kebutuhan untuk merasa baik, nyaman dan bebas.

2.4.4 Investasi Emas

Menurut Syahyunan (2015), investasi merupakan perjanjian terhadap sekumpulan modal atau sumber daya lain dengan harapan menghasilkan keuntungan di masa depan. Martalena & Malinda (2011) mengartikan investasi sebagai bentuk penundaan konsumsi yang bertujuan menopang konsumsi di masa depan. Berinvestasi emas adalah salah satu investasi paling aman untuk pemula. Berinvestasi emas dalam bentuk logam mulia adalah bentuk investasi yang paling sederhana, dengan pengembalian tinggi dan

resiko rendah. Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia No. 77/DSN-MUI/VI/2010 tentang jual beli emas secara tidak tunai merupakan dasar aturan investasi emas.

Berinvestasi dalam logam mulia atau emas lebih menguntungkan, dibuktikan dengan beberapa kisah dalam Al-Qur'an yang mendukung serta menegaskan bahwa harga emas (dinar) dan perak (dirham) adalah tetap sedangkan mata uang lainnya terdepresiasi. Di sisi lain, investasi emas tidak berubah sejak zaman Nabi dan tidak mengalami inflasi, hanya daya beli emas yang berubah (Christanti, Suhasto & Anwar, 2022:2).

2.5 Penelitian Terdahulu

Perdana & Wardhani (2021) dengan judul “Ketertarikan Konsumen terhadap Lee Min Ho Sebagai Brand Ambassador dan Citra Merek Lazada Terhadap Keputusan Pembelian”. Penelitian kuantitatif, dengan pengambilan sampel dilakukan melalui *nonprobability sampling* menggunakan metode *accidental sampling*. Kuesioner digunakan sebagai teknik pengumpulan data. Temuan penelitian ini mengarah pada kesimpulan bahwa terdapat pengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen berdasarkan brand ambassador, brand ambassador juga memiliki dampak positif terhadap citra merek, sehingga mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di *e-commerce* lazada. Perbedaan dari penelitian Perdana & Wardhani (2021) adalah pada variabel keputusan pembelian sebagai variabel terikat dan metode

accidental sampling, sedangkan persamaannya adalah menggunakan variabel ketertarikan sebagai salah satu variabel independen dan menggunakan jenis penelitian kuantitatif.

Menurut Sufidiana (2021) dengan judul “Pengaruh Ketertarikan, Keinginan, dan Persepsi Mahasiswa Terhadap Minat Berinvestasi di Galeri Investasi Syariah”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, *purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang digunakan. Hasil penelitian menunjukkan secara parsial dan simultan ketertarikan, keinginan dan persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa berinvestasi. Perbedaan dari penelitian Sufidiana (2021) terletak pada variabel independen, persepsi sebagai variabel independen dan metode *purposive sampling*, sedangkan persamaannya adalah variabel bebas menggunakan variabel ketertarikan, variabel terikat menggunakan minat berinvestasi dan menggunakan jenis penelitian kuantitatif.

Muzammil (2021) dengan judul “Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas terhadap Minat Menggunakan Produk Tabungan Haji Di BRI Syariah KC Madiun Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening”. Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini dan menggunakan kuesioner. Dalam penelitian ini pengetahuan secara parsial mempengaruhi kepercayaan 0,308 dan religiusitas tidak mempengaruhi kepercayaan -0,128. Secara parsial pengetahuan, religiusitas dan kepercayaan mempengaruhi minat sebesar 0,622, 0,133, 0,247.

Pengetahuan dan religiusitas secara bersama-sama mempengaruhi kepercayaan 10,282. Pengetahuan, religiusitas dan kepercayaan secara bersama-sama mempengaruhi minat 16,857. Kepercayaan tidak dapat menyampaikan korelasi antara pengetahuan dan religiusitas terhadap minat, karena korelasi langsung lebih besar daripada hubungan tidak langsung sebesar $0,622 > 0,076$ dan $0,133 > -0,032$. Terdapat perbedaan dari penelitian Muzammil (2021) yaitu pada variabel bebas menggunakan religiusitas dan variabel intervening menggunakan kepercayaan, persamaannya adalah penggunaan variabel bebas yaitu pengetahuan, variabel terikat yaitu minat dan penggunaan penelitian kuantitatif.

Sedangkan Ulfah (2020) dengan judul “Pengaruh Reputasi, Pengetahuan dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Masyarakat Non Muslim Menabung di Bank Syariah Dengan Minat Sebagai Variabel Intervening”. Penelitian kuantitatif dengan menggunakan teknik *simple random sampling*. Hasil penelitian menunjukkan reputasi, pengetahuan, word of mouth dan minat berpengaruh terhadap keputusan masyarakat menabung. Reputasi dan word of mouth memiliki dampak positif yang signifikan terhadap minat, akan tetapi pengetahuan berpengaruh positif dan tidak signifikan. Minat mampu menyampaikan reputasi dan word of mouth terhadap keputusan menabung. Minat tidak mampu menyampaikan pengetahuan terhadap keputusan menabung. Perbedaan dari penelitian Ulfah (2020) terletak pada variabel reputasi dan word of mouth, keputusan sebagai variabel terikat dan minat sebagai

variabel intervening, sedangkan persamaannya menggunakan pengetahuan sebagai variabel independen dan teknik *simple random sampling*.

Dalam penelitian Aisyah (2020) dengan judul “Pengaruh Pengetahuan Masyarakat dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Serta Dampaknya Pada Keputusan Menjadi Nasabah Perbankan Syariah (studi pada wilayah DKI Jakarta)”. Penelitian kuantitatif dan menggunakan teknik *convience sampling*. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa masyarakat DKI Jakarta masih banyak yang belum menjadi nasabah bank syariah. Penyebabnya adalah rendahnya kesadaran, kurangnya pengetahuan tentang produk perbankan syariah dan religiusitas yang tidak mempengaruhi seseorang untuk mengambil keputusan dan berminat untuk menabung. Perbedaan dari penelitian Aisyah (2020) terletak pada variabel religiusitas dan teknik *convience sampling*, kesamaannya menggunakan pengetahuan sebagai variabel bebas dan minat sebagai variabel terikat.

Menurut Ningsih, Dayyan dan Nurjanah (2019) dengan judul “Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Berinvestasi Logam Mulia Di Pegadaian Syariah Langsa Barat”. Sampel yang digunakan sebanyak 85 responden dan menggunakan penelitian kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *nonprobability sampling* dengan metode *quota sampling*. Hasil menunjukkan bahwa secara simultan promosi, kualitas pelayanan, dan

pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat untuk berinvestasi. Perbedaan dari penelitian Ningsih, et al., (2019) terletak pada variabel promosi, kualitas pelayanan dan teknik *quota sampling*, sedangkan persamaannya menggunakan variabel bebas yaitu pengetahuan dan variabel terikat minat berinvestasi.

Menurut Kotimah (2018) dengan judul “Pengaruh Pengetahuan Dan Motivasi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Lembaga Keuangan Syariah”. Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan jumlah sampel 65 santri. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa pengetahuan tidak mempengaruhi pengambilan keputusan, motivasi mempengaruhi pengambilan keputusan, dan secara bersama-sama pengetahuan dan motivasi berpengaruh terhadap pengambilan keputusan. Perbedaan dari penelitian Kotimah (2018) terletak pada variabel bebas motivasi dan variabel terikat keputusan, sedangkan persamaannya menggunakan variabel independen (bebas) pengetahuan dan menggunakan penelitian kuantitatif.

Purwanto (2016) yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas dan Tingkat Pendapatan Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah Boyolali”. Penelitian ini bersifat kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan pengetahuan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat, religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung, dan tingkat pendapatan berpengaruh positif terhadap

minat menabung. Pengetahuan, religiusitas, dan tingkat pendapatan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menabung. Perbedaan dari kajian Purwanto (2016) pada penggunaan variabel bebas religiusitas dan tingkat pendapatan, dan persamaannya menggunakan pengetahuan sebagai variabel bebas, variabel terikat minat dan menggunakan penelitian kuantitatif.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul	Metode & Variabel	Hasil Penelitian
1.	Perdana & Wardhani (2021)	Ketertarikan Konsumen Terhadap Lee Min Ho Sebagai Brand Ambassador dan Citra Merek Lazada Terhadap Keputusan Pembelian	a. Metode: kuantitatif b. Independen: Ketertarikan, Brand Ambassador, dan Citra Merek c. Dependen: Keputusan Pembelian	Penelitian menyimpulkan terdapat pengaruh positif terhadap keputusan pembelian berdasarkan brand ambassador dan terdapat dampak positif terhadap citra merek.
2.	Sufidiana (2021)	Pengaruh Ketertarikan, Keinginan, Dan Persepsi Mahasiswa Terhadap Minat Berinvestasi di Galeri Investasi Syariah	a. Metode: kuantitatif b. Independen: Ketertarikan, Keinginan, dan Persepsi c. Dependen: Minat Berinvestasi	Hasil penelitian menyimpulkan secara parsial dan simultan ketertarikan, keinginan, persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi mahasiswa.
3.	Muzammil (2021)	“Pengaruh Pengetahuan Dan Religiusitas Terhadap Minat Menggunakan	a. Metode: kuantitatif b. Independen: pengetahuan , religiusitas, c. Dependen:	Hasil penelitian menunjukkan pengetahuan secara parsial mempengaruhi kepercayaan, tetapi religiusitas tidak

Tabel 2.1 -Lanjutan

No	Nama Peneliti	Judul	Metode & Variabel	Hasil Penelitian
		Produk Tabungan Haji Di BRI Syariah KC Madiun Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening”	minat dan kepercayaan	mempengaruhi kepercayaan dan pengetahuan, religiusitas dan kepercayaan secara parsial mempengaruhi minat. Secara simultan pengetahuan dan religiusitas mempengaruhi kepercayaan. Pengetahuan, religiusitas dan kepercayaan secara bersama-sama mempengaruhi minat.
4.	Ulfah (2020)	Pengaruh Reputasi, Pengetahuan dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Masyarakat Non Muslim Menabung di Bank Syariah Dengan Minat Sebagai Variabel Intervening	a. Metode: Kuantitatif b. Independen: Reputasi, Pengetahuan dan Word Of Mouth, Minat c. Dependen: Keputusan dan minat masyarakat	Hasil menunjukkan bahwa reputasi, pengetahuan, word of mouth dan minat berpengaruh positif terhadap keputusan menabung. Reputasi dan word of mouth memiliki dampak positif terhadap minat. Pengetahuan berpengaruh positif tidak signifikan. Minat mampu menyampaikan reputasi dan word of mouth dalam keputusan menabung. Minat tidak mampu menyampaikan pengetahuan terhadap keputusan

Tabel 2.1 -Lanjutan

No	Nama Peneliti	Judul	Metode & Variabel	Hasil Penelitian
				menabung.
.	Aisyah (2020)	Pengaruh Pengetahuan Masyarakat dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Serta Dampaknya Pada Keputusan Menjadi Nasabah Perbankan Syariah (studi pada wilayah DKI Jakarta)	a. Metode: kuantitatif b. Independen: pengetahuan dan religiusitas c. Dependen: minat dan keputusan menjadi nasabah	Hasil menunjukkan masyarakat DKI Jakarta masih banyak yang belum menjadi nasabah. Penyebabnya adalah rendahnya kesadaran, kurangnya pengetahuan dan religiusitas yang tidak berpengaruh terhadap minat menabung dan keputusan menjadi nasabah bank syariah.
6.	Ningsih et al., (2019)	Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Berinvestasi Logam Mulia Di Pegadaian Syariah	a. Metode: kuantitatif b. Independen: promosi, kualitas pelayanan dan pengetahuan c. Dependen: minat	Hasil penelitian menunjukkan secara simultan promosi, kualitas pelayanan dan pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat berinvestasi logam mulia.

Tabel 2.1 -Lanjutan

No	Nama Peneliti	Judul	Metode & Variabel	Hasil Penelitian
.	Kotimah (2018)	Pengaruh Pengetahuan Dan Motivasi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Lembaga Keuangan Syariah	a. Metode: kuantitatif b. Independen: pengetahuan dan motivasi c. Dependen: Keputusan nasabah	Hasil penelitian menunjukkan pengetahuan tidak mempengaruhi pengambilan keputusan, motivasi mempengaruhi pengambilan keputusan, secara simultan pengetahuan dan motivasi mempengaruhi pengambilan keputusan.
8.	Purwanto (2016)	Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas dan Tingkat Pendapatan Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah Boyolali	a. Metode: kuantitatif b. Independen: pengetahuan religiusitas dan tingkat pendapatan c. Dependen: minat	Hasil menunjukkan pengetahuan berpengaruh negatif terhadap minat menabung, religiusitas berpengaruh positif, dan tingkat pendapatan berpengaruh positif pengetahuan, religiusitas, tingkat pendapatan berpengaruh terhadap minat.

2.6 Kerangka Pemikiran

2.6.1 Pengetahuan Mempengaruhi Minat Berinvestasi

Pengetahuan merupakan bagian dari kepercayaan yang benar, pengetahuan seseorang sangat mempengaruhi proses kognitif yang dapat menimbulkan minat dalam diri seseorang. Pengetahuan adalah informasi yang diperoleh individu, berhubungan dengan

produk atau jasa dan fungsi individu sebagai konsumen. Dalam menarik minat berinvestasi sangat penting untuk mengetahui pengetahuan seseorang, minat berinvestasi muncul ketika pengetahuan seseorang positif. Penelitian Muzammil (2021), Ulfah (2020), dan Ningsih, Dayyan & Nurjanah (2019) menyimpulkan pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung dan berinvestasi.

2.6.2 Ketertarikan Mempengaruhi Minat Berinvestasi

Ketertarikan adalah suatu keadaan, atau hal yang menarik. Ketertarikan juga merupakan kondisi di mana individu memberikan perhatian lebih dan keinginan untuk mengetahui lebih banyak, belajar dan membuktikannya. Dengan adanya rasa tertarik maka akan timbul keinginan atau minat untuk berinvestasi dan melakukan pembelian terhadap suatu produk. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Perdana & Wardhani (2021), Sufidiana (2021) menghasilkan bahwa ketertarikan mempengaruhi minat.

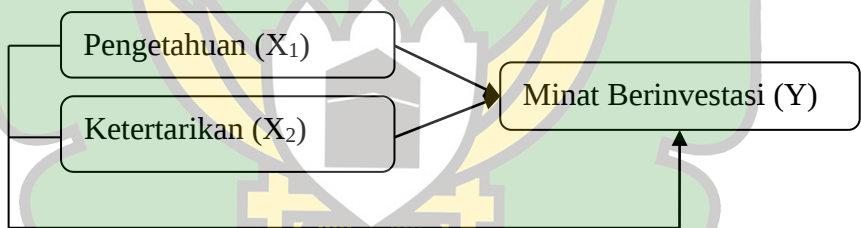
2.6.3 Pengetahuan dan Ketertarikan Mempengaruhi Minat Berinvestasi

Pengetahuan merupakan bagian dari kepercayaan yang benar, pengetahuan seseorang sangat mempengaruhi proses kognitif yang dapat menimbulkan minat dalam diri seseorang. Pengetahuan adalah informasi yang dimiliki oleh individu yang berhubungan dengan suatu produk atau jasa dan fungsinya sebagai konsumen.

Tingkat pengetahuan seseorang sangat penting dalam menarik minat berinvestasi, minat muncul ketika pengetahuan seseorang positif.

Ketertarikan juga memiliki peran yang penting, sama seperti pengetahuan, karena dengan adanya rasa tertarik maka akan timbul keinginan atau minat untuk berinvestasi dan melakukan pembelian terhadap suatu produk. Untuk mengidentifikasi permasalahan yang akan dibahas, diperlukan kerangka penelitian yang memudahkan untuk menjelaskan konsep penelitian secara keseluruhan. Oleh karena itu kerangka pemikiran dari penelitian ini adalah:

Gambar 2.1
Skema Kerangka Pemikiran



Sumber: Data diolah (2022)

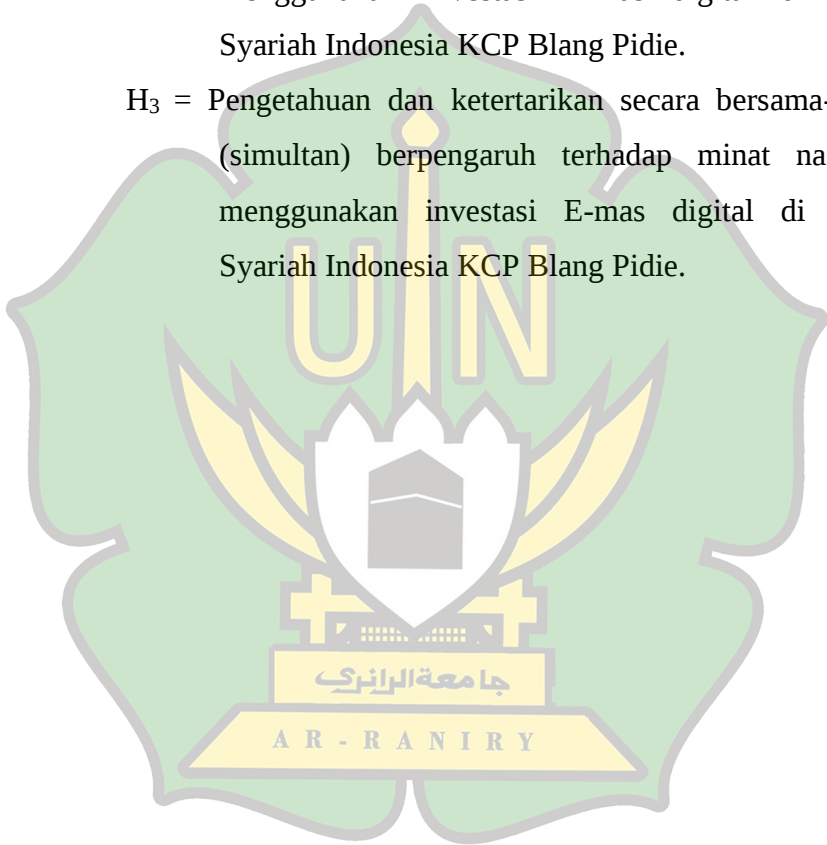
2.7 Hipotesis

Hipotesis merupakan kesimpulan dari jawaban pertama terhadap permasalahan yang akan diidentifikasi, atau asumsi pertama tentang rumusan masalah. Untuk menjelaskan uraian tersebut, peneliti menyusun hipotesis sebagai berikut:

H₁ = Pengetahuan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan investasi E-mas digital di Bank Syariah Indonesia KCP Blang Pidie.

H₂ = Ketertarikan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan investasi E-mas digital di Bank Syariah Indonesia KCP Blang Pidie.

H₃ = Pengetahuan dan ketertarikan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan investasi E-mas digital di Bank Syariah Indonesia KCP Blang Pidie.



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian kuantitatif merupakan sebuah metode yang digunakan dalam penelitian ini. Metode kuantitatif ialah penelitian yang berdasarkan pada filosofi positivis yang bertujuan untuk mengkaji populasi atau sampel tertentu (Sugiyono, 2015). Teknik pengambilan sampel dilakukan random, pengumpulan data dilakukan menggunakan instrumen penelitian, dan untuk menguji suatu hipotesis maka diperlukan analisis data yang bersifat kuantitatif atau statistik.

Penelitian lapangan (*field research*) adalah pendekatan penelitian yang diterapkan pada penelitian ini, peneliti akan turun ke lokasi untuk mendapatkan data nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Blang Pidie, melakukan observasi langsung dan mendapatkan data yang relevan untuk penelitian lapangan.

3.2 Populasi, Sampel, Teknik Pengambilan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi merupakan domain umum dengan jumlah serta karakteristik tertentu yang peneliti tetapkan untuk dipelajari atau menarik kesimpulanya (Sugiyono, 2015). Populasi penelitian mengacu pada seluruh anggota wilayah penelitian, populasi yang menjadi target dalam penelitian ini adalah nasabah PT. Bank

Syariah Indonesia KCP Blang Pidie per 28 Januari 2022 yang berjumlah 5.544 nasabah.

3.2.2 Sampel Penelitian

Bagian terkecil dari suatu populasi disebut juga sampel, dan dapat diartikan juga sebagai bagian dari suatu jumlah atau suatu ciri dari suatu populasi (Sugiyono, 2015). Populasi yang besar menyebabkan peneliti tidak dapat mengeksplorasi seluruh populasi karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu. Peneliti dapat menggunakan sampel yang kesimpulannya berlaku untuk populasi. Oleh karena itu, sampel yang diambil harus benar-benar representatif.

3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel

Untuk menentukan sampel penelitian peneliti menggunakan *Probability Sampling* yaitu penambahan sampel berdasarkan gagasan bahwa semua unit populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel (Bungin, 2011). *Simple Random Sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang digunakan, yaitu pengambilan sampel secara acak dari suatu populasi tanpa memperhatikan tingkatan yang terdapat dalam populasi. Salah satu cara untuk menentukan ukuran sampel dari populasi dengan menggunakan pendapat Slovin.

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

Keterangan:

n : jumlah anggota sampel

N: jumlah anggota populasi

e : error level (tingkat kesalahan, 10%)

Sehingga dari rumus ini didapatkan jumlah minimal sampelnya adalah:

$$n = \frac{5.544}{1 + (5.544(0,1)^2)}$$

= 98,22 dibulatkan menjadi 98 nasabah

Berdasarkan rumus Slovin, jumlah sampel yang didapatkan sebanyak 98 nasabah dari 10% populasi.

3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

3.3.1 Sumber Data

Terdapat dua sumber data yang digunakan pada penelitian ini, yaitu:

a. Data Primer

Data primer adalah data yang berasal langsung dari sumbernya yaitu melalui penelitian langsung di PT. Bank Syariah Indonesia KCP Blang Pidie.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang berasal dari berbagai referensi termasuk buku, jurnal, artikel, dan internet. Hal ini memungkinkan kita untuk merujuk dan mendukung pembahasan penelitian ini.

3.3.2 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian lapangan (*field research*) merupakan metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini, dengan cara terjun lapangan terhadap objek yang akan dikumpulkan datanya. Penelitian ini menggunakan kuesioner (Angket), kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang melibatkan daftar pertanyaan atau pernyataan tertulis untuk dijawab oleh seorang responden (Sugiyono, 2015). Pertanyaan atau pernyataan diambil dari setiap elemen variabel, baik variabel bebas maupun variabel terikat. Kuesioner berfungsi untuk mengukur nilai dari setiap variabel bebas pengetahuan (X_1), ketertarikan (X_2), serta variabel terikat minat berinvestasi E-mas digital (Y). Pengukuran variabel dilakukan menggunakan skala likert dengan memberi nilai pada setiap pernyataan, yaitu:

Tabel 3.1
Skor Pernyataan

Pertanyaan	Skor Likert
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Netral (N)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (STS)	5

Sumber Sugiyono (2015: 136)

3.4 Metode Analisis Deskriptif

Tujuan analisis deskriptif yaitu untuk mengetahui respon dari responden terhadap variabel pengetahuan (X_1), dan ketertarikan (X_2), terhadap minat (Y). Menurut Sugiyono (2017) hasil dapat diperoleh dari tanggapan setiap indikator yang dijawab oleh responden pada masing-masing variabel, sebagai berikut:

$$RS = \frac{\text{Skor tertinggi} - \text{Skor terendah}}{\text{Banyak kelas}}$$

Standar untuk lima kelas tersebut adalah:

- a. 1,00-1,80 = sangat rendah
- b. 1,81-2,60 = rendah
- c. 2,61-3,40 = cukup
- d. 3,41-4,20 = tinggi
- e. 4,21-5,00 = sangat tinggi

3.5 Variabel Penelitian

- a. Variabel Independen (X)

Variabel independen (bebas) artinya variabel yang mempengaruhi atau menyebabkan perubahan dan munculnya variabel dependen (terikat). Oleh karena itu, pengetahuan (X_1) dan ketertarikan (X_2) digunakan sebagai variabel bebas pada penelitian ini.

- b. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen (terikat) ialah variabel atau hasil yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Peneliti menggunakan minat berinvestasi sebagai variabel terikat.

3.5.1 Definisi dan Operasional Variabel

Definisi yang diberikan kepada suatu variabel disebut juga definisi operasional variabel atau dapat diartikan sebagai suatu cara untuk mengukur variabel dengan singkat dan jelas.

a. Pengetahuan (X_1)

Menurut Rosyid & Halimatu (2016) pengetahuan adalah informasi yang diolah untuk memperoleh pemahaman, pembelajaran, dan pengalaman sehingga dapat diterapkan pada suatu masalah atau proses tertentu.

b. Ketertarikan (X_2)

Menurut Poetra & Nevrettia (2017) ketertarikan adalah pesan yang disampaikan, dan membangkitkan rasa ingin tahu, keinginan untuk melihat, mengamati dan mendengarkan dengan tepat.

c. Minat Berinvestasi (Y)

Menurut kamus psikologi dan filsafat, minat adalah kecenderungan, perhatian, keinginan, harapan, prasangka, emosi atau ketakutan yang mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu (Ulfa, 2018). Menurut Syahyunan (2015), investasi adalah sebuah bentuk komitmen terhadap sekumpulan dana dengan harapan menghasilkan keuntungan di masa depan. Investasi emas adalah salah satu investasi yang sangat aman bagi pemula

dikarenakan jenis investasi emas merupakan investasi yang paling sederhana, dengan pengembalian tinggi dan risiko rendah.

Tabel 3.2
Operasionalisasi Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1.	Pengetahuan (X1)	Pengetahuan adalah informasi yang diolah untuk memperoleh pemahaman, pembelajaran, dan sehingga dapat diterapkan pada suatu masalah atau proses tertentu (Rosyid & Halimatu, 2016).	Adapun indikator pengetahuan, diantaranya: a. Pengetahuan Produk b. Pengetahuan Pembelian c. Pengetahuan Pemakaian	Likert
2.	Ketertarikan (X2)	Ketertarikan adalah perasaan yang disampaikan dan dapat membangkitkan rasa ingin tahu, keinginan untuk melihat dengan tepat (Poetra & Nevrettia, 2017).	Adapun indikator ketertarikan, yaitu: a. Perhatian b. Ketertarikan Keinginan Tindakan (action)	Likert
3.	Minat Berinvestasi (Y)	Minat adalah kecenderungan, perhatian, keinginan, harapan, prasangka, emosi atau ketakutan yang mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu (Ulfa, 2018). Minat berinvestasi juga dapat diartikan sebagai keinginan atau kecenderungan	Menurut Maskhur (2011) terdapat tiga indikator yang menimbulkan minat, yaitu: a. Motif sosial b. Faktor emosional c. Dorongan dari dalam diri individu Selain dari ketiga indikator diatas, menurut Fitria & Yani (2014),	Likert

Tabel 3.2 -Lanjutan

		untuk berinvestasi yang didasarkan pada logika atau pertimbangan.	diantaranya: a. Sosial ekonomi b. Tempat tinggal c. Lingkungan	
--	--	---	---	--

3.6 Metode Analisis Data

3.6.1 Analisis Data Kuantitatif

Untuk menentukan data tersebut konsisten dan akurat sesuai dengan kuesioner maka perlu dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas, sebagai berikut:

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah alat yang digunakan untuk mengukur keefektifan kuesioner, dengan bantuan program SPSS (*Statistical Package For Social Science*). Untuk menentukan koefisien korelasi *product moment* dengan taraf signifikan $\leq 0,05$ (Ghozali, 2013: 52). Jika semua ukuran kuesioner yang diajukan sesuai, maka ukuran tersebut akan dinyatakan valid. Kuesioner dinyatakan valid jika r hitung $> r$ tabel, dan tidak valid jika r hitung $< r$ tabel.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah pengujian untuk memastikan reliabilitas hasil pengukuran. Uji reliabilitas kuesioner menggunakan program SPSS (*Statistical Package For Social Science*). Metode penentuan uji reliabilitas menggunakan batasan 0,60 artinya suatu variabel dianggap reliable jika nilai *cronbach alpha* lebih besar dari 0,60 (Ghozali, 2013: 52).

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

Untuk mengetahui keadaan data yang digunakan dalam sebuah penelitian apakah terjadi penyimpangan atau tidak maka diperlukan uji asumsi klasik. Sebuah model regresi penelitian memerlukan uji asumsi terhadap data yang meliputi:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah variabel residual dari suatu regresi berdistribusi normal (Ghozali, 2006). Untuk menguji apakah data yang terkumpul berdistribusi normal, uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov* merupakan metode uji statistik sederhana yang digunakan untuk menguji normalitas. Untuk menguji apakah distribusi data tersebut normal adalah menggunakan nilai signifikansi variabel, jika signifikan di atas 0,05 atau 5% maka distribusi data normal.

b. Uji multikolonieritas

Tujuan uji multikolonieritas adalah untuk menguji apakah terdapat hubungan antara variabel bebas (independen) dalam suatu model regresi. Hasil yang diharapkan adalah tidak terjadinya kolerasi terhadap variabel bebas. Penelitian ini menggunakan analisis matriks kolerasi antar variabel independen untuk menguji nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 atau sama dengan nilai VIF kurang dari 10 maka tidak terjadi multikolonieritas pada model regresi yang digunakan (Ghozali, 2006).

c. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari uji heteroskedastisitas adalah untuk menguji varians residual yang tidak sama dari satu pengamatan ke pengamatan lain pada suatu model regresi (Ghozali, 2006). Terjadi homokedastisitas jika varians dari residu satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap dan jika varians berbeda maka terjadi heteroskedastisitas, data yang homokedastisitas merupakan sebuah model regresi yang baik karena tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.6.3 Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda adalah teknik yang menggambarkan pengaruh gabungan dari variabel independen terhadap variabel dependen dengan tujuan menguji korelasi antara dua atau lebih variabel bebas dan terikat. Uji asumsi klasik dilakukan sebelum analisis regresi linier (Sugiyono, 2015).

Persamaan regresi linier berganda adalah:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y : Variabel dependen

α : Konstanta

$\beta_{1,2}$: Koefisien regresi pada variabel X

X_1, X_2 : Variabel Independen

e : *Error Term*

3.6.4 Uji Koefisien Determinasi

Analisis R^2 (*Adjusted R Square*) atau menggunakan koefisien determinasi untuk menentukan seberapa besar pengaruh variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1 ($0 < R^2 < 1$). *Adjusted R Square* atau nilai R^2 yang kecil menunjukkan kemampuan suatu variabel independen untuk menjelaskan variasi terbatas pada variabel dependen. Sedangkan variabel bebas menyampaikan seluruh informasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi, variabel terikat akan menunjukkan *Adjusted R Square* atau nilai R^2 yang mendekati 1. Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur persentase varian total variabel dependen Y yang dijelaskan oleh variabel independen pada garis regresi. Semakin mendekati 1 maka semakin baik model regresi dan sebaliknya jika semakin mendekati 0, maka secara keseluruhan variabel independen tidak dapat menjelaskan variabel dependen.

Selanjutnya, koefisien korelasi ialah ukuran statistik dari kovarians atau korelasi antara 2 variabel. Besarnya koefisien korelasi berkisar antara +1 hingga -1. Koefisien korelasi menunjukkan kekuatan korelasi linier dan arah korelasi antara 2 variabel acak. Jika koefisien korelasinya positif, maka kedua variabel tersebut berada dalam korelasi satu arah artinya semakin tinggi nilai variabel X, semakin tinggi nilai variabel Y. Sebaliknya, jika koefisien korelasi negatif, kedua variabel tersebut berbanding terbalik artinya jika variabel X bernilai tinggi, maka nilai variabel

Y memiliki nilai rendah (atau sebaliknya). Untuk menggambarkan kekuatan korelasi antara dua variabel, peneliti memberikan kriteria sebagai berikut: (Sarwono, 2006)

- 0 = tidak ada korelasi antara kedua variabel
- 0 - 0,25 = korelasi sangat lemah
- 0,25 - 0,5 = korelasi cukup
- 0,5 - 0,75 = korelasi kuat
- 0,75 - 0,99 = korelasi sangat kuat
- 1 = korelasi sempurna

3.6.5 Pembuktian Hipotesis

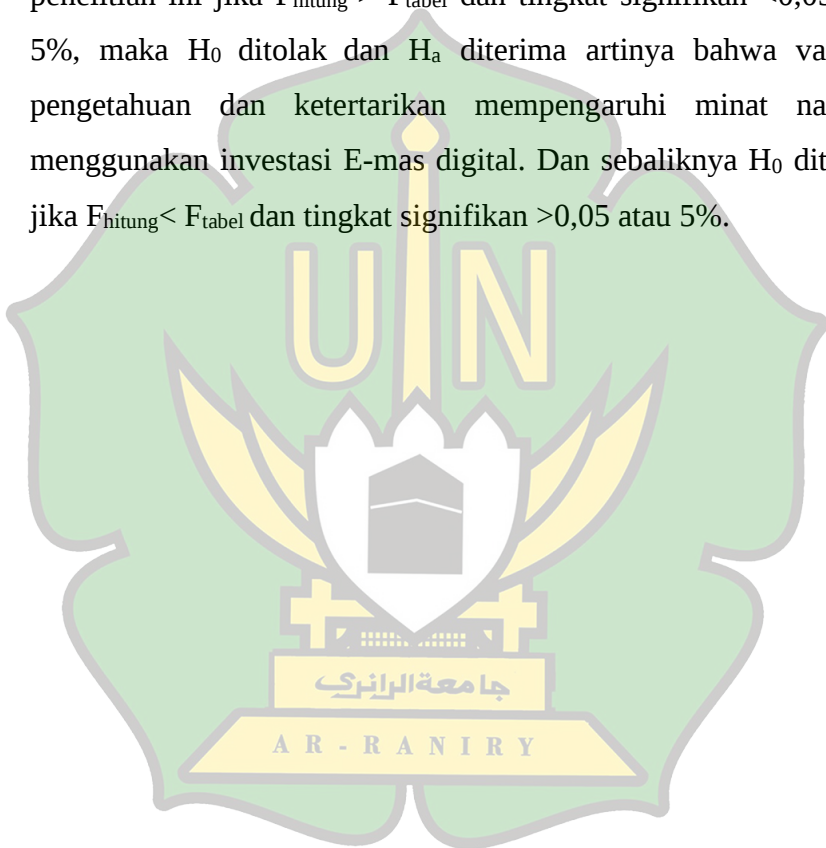
a. Uji Secara Parsial

Untuk menguji pengaruh variabel independen (pengetahuan dan ketertarikan) terhadap variabel dependen (minat berinvestasi E-mas digital) maka diperlukan uji secara parsial. Hal ini dilakukan dengan membandingkan nilai t_{hitung} dan nilai signifikansi variabel independen menggunakan tingkat signifikansi 0,05. Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan signifikan $> 0,05$ maka secara parsial variabel bebas tidak mempengaruhi variabel terikat, dan sebaliknya jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan signifikan $< 0,05$ maka secara parsial variabel bebas mempengaruhi variabel terikat.

b. Uji Simultan

Menurut Ghazali (2006) uji simultan membantu menunjukkan apakah semua variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat, caranya dengan membandingkan nilai F_{hitung}

dengan F_{tabel} . Variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat jika $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ serta taraf signifikan $< 0,05$ atau 5%. Sedangkan jika $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$ dan tingkat signifikan $> 0,05$ atau 5% maka variabel bebas tidak mempengaruhi variabel terikat. Dalam penelitian ini jika $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ dan tingkat signifikan $< 0,05$ atau 5%, maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya bahwa variabel pengetahuan dan ketertarikan mempengaruhi minat nasabah menggunakan investasi E-mas digital. Dan sebaliknya H_0 diterima jika $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$ dan tingkat signifikan $> 0,05$ atau 5%.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Sejarah Singkat Bank Syariah Indonesia

Bank Syariah Indonesia resmi berdiri pada 1 Februari 2021 atau 19 Jumadil Akhir 1442 H dan diresmikan oleh Presiden Joko Widodo di Istana Negara. Bank Syariah Indonesia merupakan bank yang dibentuk dari penggabungan BRI Syariah, Bank Mandiri dan BNI Syariah. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) resmi menyetujui penggabungan 3 bank syariah melalui Surat No.SR-3/PB.1/2021 pada 27 Januari 2021 (Bank Syariah Indonesia, 2021).

Bank Syariah Indonesia merupakan suatu inisiatif untuk mendirikan Bank Syariah kebanggaan umat Islam, dengan harapan dapat memberikan sumber energi baru bagi pembangunan ekonomi negara serta ikut mensejahterakan rakyat. Bank Syariah Indonesia ialah gambaran dari perbankan syariah modern dan universal yang bermanfaat bagi seluruh dunia (Bank Syariah Indonesia, 2021).

Penggabungan ketiga usaha bank tersebut diharapkan agar mampu menawarkan pelayanan yang lebih lengkap, jangkauan yang lebih luas, dan kapasitas permodalan yang lebih baik. Saat ini komposisi pemegang saham BSI, Bank Mandiri 50,83%, Bank Negara Indonesia 24,85%, Bank Rakyat Indonesia 17,25% dan sisanya masing-masing dengan pemegang saham kurang dari 5% (Bank Syariah Indonesia, 2021)

Dengan pertumbuhan positif Bank Syariah Indonesia dan dukungan dari pemerintah Indonesia terhadap ekosistem industri yang halal dan bank syariah besar milik negara, BSI terus berkembang dan bergabung dengan grup perbankan syariah terkemuka dengan potensi yang sangat terbuka ditingkat global. Dalam konteks ini, keberadaan BSI menjadi sangat penting tidak hanya dapat memediasi seluruh kegiatan ekonomi dalam ruang lingkup industri halal, tetapi juga dapat memenuhi ekspektasi nasional (Bank Syariah Indonesia, 2021).

4.2 Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia

Visi Bank Syariah Indonesia adalah menjadi 10 besar bank syariah dunia. Bank Syariah Indonesia juga memiliki misi dalam pengembangan bisnis sebagai berikut:

- a. Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia.
- b. Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi pemegang saham.
- c. Menjadi perusahaan pilihan serta bangga karena terpilih sebagai talenta terbaik di Indonesia (Bank Syariah Indonesia, 2021).

4.3 Deskripsi Responden

Responden penelitian ini berjumlah 98 nasabah pada PT Bank Syariah Indonesia Cabang Pembantu Blang Pidie, dengan membagikan kuesioner kepada setiap responden yang ditemui

langsung di kantor cabang pembantu Blang Pidie. Deskripsi profil responden dapat dilihat pada tabel berikut:

4.3.1 Identitas Responden Berdasarkan Usia

Data usia responden nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Blang Pidie, adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 1
Responden Berdasarkan Usia

	Usia	Frekuensi	Persen
Valid	< 20 tahun	11	11.2%
	21-30 tahun	33	33.8%
	31-40 tahun	35	35.7%
	>40 tahun	19	19.3%
	Total	98	100%

Sumber: Data diolah (2022)

Berdasarkan Tabel 4.1 35 responden atau 35.7 % berusia 31-40 tahun, 33 responden atau 33.8 % berusia 21-30 tahun, dan 19 responden atau 19.3 % berusia 40 tahun ke atas, dan terakhir 11 responden atau 11.2 % berusia 20 tahun ke bawah.

4.3.2 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berikut data jenis kelamin responden nasabah Bank Syariah Indonesia Cabang Pembantu Blang Pidie:

Tabel 4. 2
Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persen
Valid	Laki-laki	51	52%
	Perempuan	47	48%
	Total	98	100%

Sumber: Data diolah (2022)

Berdasarkan Tabel 4.2 mayoritas responden dalam penelitian ini adalah laki-laki (51 responden atau 52%) dan perempuan (47 responden atau 48%).

4.3.3 Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan

Data pendapatan responden nasabah Bank Syariah Indonesia Cabang Pembantu Blang Pidie:

Tabel 4. 3
Responden Berdasarkan Pendapatan

	Pendapatan	Frekuensi	Persen
Valid	< Rp.1.000.000	29	29.6%
	Rp.2.000.000-Rp.3.000.000	37	37.8%
	Rp.4.000.000-Rp.5.000.000	31	31.6 %
	>Rp.5.000.000	1	1%
	Total	98	100%

Sumber: Data diolah (2022)

Berdasarkan Tabel 4.3 mayoritas responden berpenghasilan pada kisaran Rp.2.000.000 - Rp.3.000.000 memperoleh 37 responden atau 37.8%, sedangkan Rp.4.000.000 - Rp.5.000.000 diperoleh 31 responden atau 31.6%, sebanyak 29 responden atau 29.6% berpenghasilan di bawah Rp.1.000.000, dan 1 responden atau 1% berpenghasilan di atas Rp.5.000.000.

4.3.4 Identitas Responden Berdasarkan Tingkatan Pendidikan Terakhir

Data tingkatan pendidikan terakhir responden nasabah Bank Syariah Indonesia Cabang Pembantu Blang Pidie:

Tabel 4. 4
Responden Berdasarkan Tingkatan Pendidikan Terakhir

Pendidikan		Frekuensi	Persen
Valid	SD	0	0%
	SMP	12	12.2%
	SMA	46	47%
	D3/S1	36	36.8%
	Pasca (S2)	4	4%
	Total	98	100%

Sumber: Data diolah (2022)

Berdasarkan Tabel 4.4, 46 responden atau 47% berpendidikan SMA, 36 responden atau 36.8% berpendidikan D3/S1, 12 responden atau 12.2% berpendidikan SMP, 4 orang atau 4% berpendidikan pasca sarjana (S2), sedangkan 0 responden atau 0% yang berpendidikan SD.

4.3.5 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berikut data pekerjaan responden nasabah Bank Syariah Indonesia Cabang Pembantu Blang Pidie:

Tabel 4. 5
Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan		Frekuensi	Persen
Valid	PNSR - R A N T I R Y	15	15.3%
	Pegawai Swasta	23	23.5%
	Wiraswasta	13	13.3%
	Pedagang	22	22.5%
	Polisi	3	3%
	TNI	2	2%
	IRT	2	2%
	Mahasiswa	10	10.3%
	Siswa	8	8.1%
	Total	98	100%

Sumber: Data diolah (2022)

Berdasarkan Tabel 4.5 responden dengan kategori pekerjaan sebagai pegawai swasta 23 responden atau 23.5%, pedagang 22 responden atau 22.5%, PNS 15 responden atau 15.3%, wiraswasta 13 responden atau 13.3%, mahasiswa 10 responden atau 10.3%, siswa 8 responden atau 8.1%, 3 responden atau 3% sebagai polisi, 2 responden atau 2% sebagai TNI, dan 2 responden atau 2% sebagai ibu rumah tangga (IRT).

4.4 Metode Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif bertujuan untuk mengetahui tanggapan responden pada variabel pengetahuan (X_1) dan ketertarikan (X_2) terhadap minat (Y).

$$RS = \frac{\text{Skor tertinggi} - \text{Skor terendah}}{\text{Banyak kelas}}$$
$$RS = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Berdasarkan kategori diatas dapat digunakan pada penentuan jumlah responden yang memiliki kategori seperti diatas.

1. Analisis Deskriptif Variabel Pengetahuan (X_1)

Tujuan dari analisis ini untuk mendeskripsikan tanggapan responden terhadap indikator yang digunakan untuk mengukur variabel pengetahuan (X_1), sebagai berikut:

Tabel 4. 6
Hasil deskriptif jawaban responden terhadap variabel
Pengetahuan (X₁)

NO	Indikator	Skor						Rata-rata
		STS	TS	N	S	SS	Jumlah sampel	
1.	X _{1.1}	0	3	26	50	19	98	3,87
2.	X _{1.2}	0	5	33	44	16		3,72
3.	X _{1.3}	0	0	3	59	36		4,34
4.	X _{1.4}	0	0	5	58	35		4,31
5.	X _{1.5}	0	0	4	49	45		4,42
6.	X _{1.6}	0	0	4	50	44		4,41
Rata-rata Angka Indeks								4,17 (Tinggi)

Sumber: Data diolah SPSS (2022)

Dari Tabel 4.6 nilai rata-rata 4,17 dengan kategori tinggi. Pengetahuan yang diperoleh responden dapat menimbulkan minat. Dengan demikian meskipun banyak responden yang setuju, tetapi beberapa responden tidak setuju karena mereka belum memperoleh pengetahuan.

2. Analisis Deskriptif Variabel Ketertarikan (X₂)

Analisis ini bertujuan untuk menggambarkan tanggapan responden terhadap indikator yang digunakan untuk mengukur variabel ketertarikan (X₂), sebagai berikut:

Tabel 4. 7
Hasil deskriptif jawaban responden terhadap variabel
Ketertarikan (X₂)

NO	Indikator	Skor						Rata-rata
		STS	TS	N	S	SS	Jumlah sampel	
1.	X _{2.1}	1	7	41	34	15	98	3,56
2.	X _{2.2}	0	7	31	49	11		3,65

Tabel 4.7 -Lanjutan

3.	X ₂ 3	0	1	5	71	21		4,14
4.	X ₂ 4	0	0	7	68	23		4,16
5.	X ₂ 5	0	0	5	61	32		4,28
6.	X ₂ 6	0	0	4	57	37		4,34
7.	X ₂ 7	0	0	3	61	34		4,32
8.	X ₂ 8	0	0	2	54	42		4,41
Rata-rata Angka Indeks								4,10 (Tinggi)

Sumber: Data diolah SPSS (2022)

Tabel 4.7 skor rata-rata 4,10 dengan kategori tinggi. Dikatakan tinggi karena dengan adanya ketertarikan dalam diri responden secara langsung dapat mempengaruhi minat untuk berinvestasi e-mas. Sehingga dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden tertarik untuk berinvestasi e-mas.

3. Analisis Deskriptif Variabel Minat (Y)

Tabel 4. 8

Hasil deskriptif jawaban responden terhadap variabel Minat

NO	Indikator	Skor						Rata-rata
		STS	TS	N	S	SS	Jumlah sampel	
1.	Y1	1	14	16	40	27	98	3,80
2.	Y2	0	2	9	53	34		4,21
3.	Y3	0	1	8	59	30		4,20
4.	Y4	0	1	9	61	27		4,16
5.	Y5	0	0	5	61	32		4,28
6.	Y6	0	1	1	62	34		4,32
7.	Y7	0	1	8	61	28		4,18
8.	Y8	0	0	3	54	41		4,39
9.	Y.9	0	0	7	50	41		4,35
10	Y.10	0	2	9	55	32		4,19
Rata-rata Angka Indeks								4,20 (Tinggi)

Sumber: Data diolah SPSS (2022)

Berdasarkan Tabel 4.8 skor yang diperoleh 4,20 termasuk kategori tinggi. Hal ini dikarenakan responden akan berinvestasi e-

mas dan akan merasakan manfaat dari investasi yang digunakannya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden berminat untuk berinvestasi e-mas.

4.5 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

4.5.1 Hasil Uji Validitas

Tingkat kevalidan suatu instrument diukur dengan menggunakan uji validitas. Dinyatakan valid jika r hitung $>$ r tabel dan jika r hitung $<$ r tabel maka dianggap tidak valid. Berdasarkan uji validitas yang dilakukan melalui program SPSS menghasilkan bahwa semua item pernyataan pada kuesioner dinyatakan valid.

Untuk mencari nilai r tabel menggunakan tingkat signifikan 5% yaitu pada df (derajat kebebasan) sejumlah 98 nasabah, r tabel yang diperoleh pada penelitian ini adalah 0,196. Berikut tabel hasil uji validitas:

1. Pengetahuan (X_1)

Tabel 4. 9

Hasil uji validitas terhadap variabel pengetahuan

Variabel	Pernyataan	Person Correlation (r hitung)	r tabel	Keterangan
Pengetahuan (X_1)	P1	0,844	0,196	Valid
	P2	0,734		Valid
	P3	0,679		Valid
	P4	0,777		Valid
	P5	0,684		Valid
	P6	0,674		Valid

Sumber: Data diolah SPSS (2022)

Berdasarkan Tabel 4.9 variabel pengetahuan (X_1) memperoleh hasil valid dari pernyataan 1-6, dikarenakan r hitung > r tabel adalah 0,196.

2. Ketertarikan (X_2)

Tabel 4. 10

Hasil uji validitas terhadap variabel ketertarikan

Variabel	Pernyataan	Person Correlation (r hitung)	r tabel	Keterangan
Ketertarikan (X_2)	P1	0,751	0,196	Valid
	P2	0,760		Valid
	P3	0,491		Valid
	P4	0,617		Valid
	P5	0,606		Valid
	P6	0,490		Valid
	P7	0,643		Valid
	P8	0,443		Valid

Sumber: Data diolah SPSS (2022)

Tabel 4.10 diketahui variabel ketertarikan (X_2) menunjukkan pernyataan 1 sampai 8 memperoleh hasil valid dikarenakan r hitung > r tabel adalah 0,196.

3. Minat (Y)

Tabel 4. 11

Hasil uji validitas terhadap variabel minat

Variabel	Pernyataan	Person Correlation (r hitung)	r tabel	Keterangan
Minat (Y)	P1	0,761	0,196	Valid
	P2	0,519		Valid
	P3	0,592		Valid
	P4	0,621		Valid
	P5	0,581		Valid
	P6	0,491		Valid
	P7	0,677		Valid

Tabel 4.11 -Lanjutan

	P8	0,536		Valid
	P9	0,578		Valid
	P10	0,553		Valid

Sumber: Data diolah SPSS (2022)

Tabel 4.11 variabel minat (Y) menunjukkan bahwa nilai yang diperoleh dari pernyataan 1 sampai dengan 10 adalah valid. Hal ini dikarenakan nilai yang diperoleh dari masing-masing r hitung > dari r tabel. Nilai r tabel untuk item pernyataan adalah 0,196.

4.5.2 Hasil Uji Reliabilitas

Untuk menguji seberapa andal hasil dari suatu pengukuran itu dapat dipercaya maka diperlukan uji reliabilitas. Uji reliabilitas menggunakan program SPSS (*Statistical Package for Social Science*), jika nilai *Cronbach's alpha* yang diperoleh lebih besar dari 0,60 maka hasil yang diperoleh reliable. Uji reliabilitas untuk pengukuran ini adalah :

Tabel 4. 12

Hasil uji reliabilitas terhadap variabel uji reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Batas Cronbach Alpha	Keterangan
X ₁	0,823	0,60	Reliable
X ₂	0,759		Reliable
Y	0,796		Reliable

Sumber: Data diolah SPSS (2022)

Tabel 4.12 menjelaskan bahwa variabel pengetahuan (X₁) memperoleh nilai *Cronbach alpha* sebesar 0,823, ketertarikan (X₂) 0,759, dan minat (Y) 0,796. Jika nilai *Cronbach Alpha* yang diperoleh lebih besar dari batas *Cronbach Alpha* yaitu 0,60, maka

disimpulkan variabel pengetahuan (X_1), ketertarikan (X_2) dan minat (Y) dapat dikatakan reliable.

4.6 Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah pengujian yang bertujuan menemukan penyimpangan yang terjadi selama penelitian.

4.6.1 Hasil Uji Normalitas

Untuk menguji apakah data berdistribusi normal maka diperlukan uji normalitas. Pengujian dilakukan dengan metode *Kolmogrof-Smirnov* dan *Normal Probability-Plot Of Regression Standardized Residual* dengan bantuan SPSS versi 22. Selanjutnya dilakukan uji *Kolmogorov* dengan menggunakan metode alternatif *Monte Carlo*, metode ini dilakukan karena adanya pengulangan pengujian dilakukan agar hasil yang diharapkan signifikan. Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka data tersebut berdistribusi normal.

Tabel 4. 13
Hasil uji one sample kolmogorov-smirnov test

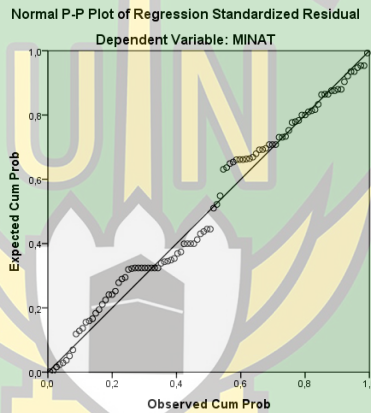
			Unstandardized Residual
N			98
Normal	Mean		,0000000
Parameters ^{a,b}	Std. Deviation		3,53984661
Most Extreme	Absolute		,091
Differences	Positive		,066
	Negative		-,091
Test Statistic			,091
Asymp. Sig. (2-tailed)			,042 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		,367 ^d
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,355
		Upper Bound	,380

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.
- Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Sumber: Data diolah SPSS (2022)

Tabel 4.13 uji normalitas menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov* memperoleh nilai signifikan $0,367 > 0,05$. Hal ini menunjukkan data penelitian dinyatakan berdistribusi normal.

Gambar 4. 1
Hasil uji normalitas P-Plot



Sumber: Data diolah SPSS (2022)

Uji normalitas p-plot pada Gambar 4.1 dapat disimpulkan butir data berada di sepanjang arah diagonal atau titik-titik tersebar disekitar diagonal, artinya data dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas atau berdistribusi normal sehingga dapat digunakan dalam sebuah penelitian.

4.6.2 Hasil Uji Multikolonieritas

Untuk menguji apakah suatu model regresi terdapat kolerasi antar variabel maka dilakukan uji multikolonieritas. Hasil yang diharapkan tidak adanya kolerasi antar variabel. Tidak terjadi multikolonieritas jika nilai *tolerance* $> 0,10$ dan *VIF* < 10 .

Tabel 4. 14
Hasil uji multikolonieritas

Variabel	Tolerance	VIF
Pengetahuan (X_1)	0,885	1,130
Ketertarikan (X_2)	0,885	1,130

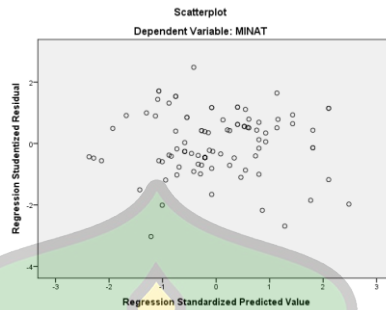
Sumber: Data diolah SPSS (2022)

Tabel 4.14 diketahui setiap variabel independen memiliki nilai *tolerance* pengetahuan (X_1) 0,885 dan nilai *tolerance* ketertarikan (X_2) 0,885, yang berarti nilai *tolerance* $> 0,10$ dan nilai *VIF* lebih < 10 . Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa setiap variabel independen tidak terjadi multikolonieritas.

4.6.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Untuk mengetahui ada tidaknya ketidaksamaan variabel dari satu residual pengamatan ke pengamatan lainnya dalam suatu model regresi maka dilakukan uji heteroskedastisitas. Hasil yang diperoleh tidak terjadi heteroskedastisitas. Berikut hasil uji heteroskedastisitas dengan metode *scatterplot*:

Gambar 4. 2
Hasil uji heteroskedastisitas



Sumber: Data diolah SPSS (2022)

Gambar 4.2 menunjukkan titik-titik terdistribusi merata dan tidak membentuk suatu pola, seperti terlihat pada scatterplot. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pola yang jelas dan titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0, maka sumbu Y dikatakan tidak terjadinya heteroskedastisitas.

4.7 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis yang bertujuan untuk menguji hubungan antara variabel bebas dan terikat. Pengetahuan dan ketertarikan adalah variabel bebas yang digunakan pada penelitian ini, sedangkan variabel terikat adalah minat. Hasil pengujian dilakukan dengan program SPSS:

Tabel 4. 15
Hasil uji analisis regresi linier berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients B
Constant	23,927
Pengetahuan (X_1)	-0,121
Ketertarikan (X_2)	0,644

Sumber: Data diolah SPSS (2022)

Berdasarkan Tabel 4.15 maka persamaan regresi linier berganda, dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = 23,927 - 0,121 X_1 + 0,644 X_2 + e$$

Dari model tersebut, dapat dijelaskan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen:

- a. Nilai konstanta adalah 23,927 atau $\alpha = 23,927$. Besarnya minat yang diberikan sebesar 23,927 apabila variabel independen pengetahuan (X_1), dan ketertarikan (X_2) adalah 0 (nol) atau konstan. Dengan demikian variabel independen akan meningkat sebesar 23,927.
- b. Nilai variabel pengetahuan (X_1) -0,121, jika variabel mengalami peningkatan 1 satuan dan variabel lain dianggap konstan, maka variabel minat (Y) mengalami penurunan sebesar 12,1 satuan. Oleh karena itu, koefisien regresi untuk variabel pengetahuan (X_1) bernilai negatif artinya jika semakin tinggi nilai variabel pengetahuan maka minat akan menurun.
- c. Nilai variabel ketertarikan (X_2) sebesar 0,644, jika variabel meningkat 1 satuan dan variabel lain dianggap konstan, maka variabel minat (Y) meningkat sebesar 64,4 satuan. Oleh karena itu, koefisien regresi untuk variabel ketertarikan (X_2) bernilai positif artinya jika semakin tinggi nilai variabel ketertarikan maka minat akan meningkat.

4.8 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi atau uji R Square bertujuan menguji seberapa besar pengaruh pengetahuan (X1) dan ketertarikan (X2) mempengaruhi variabel terikat minat (Y). Jika nilai R Square mendekati 1 maka memiliki pengaruh yang besar terhadap kemampuan variabel bebas untuk mempengaruhi variabel variabel terikat. Sebaliknya, jika variabel independen mendekati 0 maka tidak dapat mempengaruhi variabel dependen.

Tabel 4. 16
Hasil uji koefisien determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,476 ^a	,226	,210	3,57691

a. Predictors: (Constant), KETERTARIKAN, PENGETAHUAN

Sumber: Data diolah SPSS (2022)

Dari Tabel 4.16 nilai R Square sebesar 0,226 atau 22,6%, oleh karena itu nilai koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 22,6% dari variabel independen pengetahuan (X₁) dan ketertarikan (X₂) dapat mempengaruhi variabel dependen minat (Y). Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti penelitian sebelumnya oleh Sufidiana (2021) menyimpulkan bahwa keinginan, dan persepsi juga mempengaruhi minat berinvestasi. Ningsih, Dayyan, dan Nurjanah (2019) menyimpulkan bahwa promosi dan kualitas pelayanan mempengaruhi minat berinvestasi. Selain itu, penelitian Purwanto

(2016) menunjukkan bahwa religiusitas dan tingkat pendapatan mempengaruhi minat menabung.

Chin (dikutip dalam Ghozali dan Latan, 2015) nilai R Square dianggap kuat jika nilainya di atas 0,67, sedang jika nilainya di atas 0,33 di bawah 0,67, dan lemah jika di atas 0,19 di bawah 0,33. Dalam penelitian ini dihasilkan nilai R Square sebesar 22,6% yang dapat dikategorikan lemah, namun dapat digunakan dalam sebuah Penelitian karena nilai R-square di atas 0,19.

Selanjutnya uji kolerasi (R), apabila semakin mendekati +1 maka akan memperoleh hasil positif begitupula sebaliknya. Jika dilihat pada interval koefisien tingkat keeratan hubungan antar variabel pengetahuan dan ketertarikan maka memperoleh nilai 0,476 yang dapat disimpulkan bahwa antara variabel pengetahuan dan ketertarikan berada pada rentang 0,25 sampai 0,5. Dengan demikian pengetahuan dan ketertarikan memiliki korelasi yang cukup karena memperoleh nilai 0,476.

4.9 Hasil Pembuktian Hipotesis

4.9.1 Hasil Uji F (Uji Simultan)

Uji F (Uji Simultan) adalah pengujian yang dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas dapat mempengaruhi variabel terikat secara bersamaan. Untuk melihat apakah hasil tersebut simultan yaitu menggunakan nilai F_{hitung} dan F_{tabel} , jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan taraf signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a

diterima yang berarti secara simultan variabel independen mempengaruhi variabel terikat, dan sebaliknya.

Tabel 4. 17

Hasil uji F (uji simultan)

Model	F	Sig.
Regression	13,891	0,000

Sumber: Data diolah SPSS (2022)

Berdasarkan Tabel 4.17 dinyatakan F_{hitung} 13,891 dan signifikansi 0,000. Karena nilai F_{hitung} yaitu 13,891 lebih besar dari F_{tabel} yaitu 3,09 yang dihitung dengan rumus $(N1) df = k-1 = 3-1=2$ dan $(N2) df2 = n-k = 98-3 = 95$. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya secara simultan variabel pengetahuan dan ketertarikan berpengaruh terhadap minat. Dengan demikian sesuai hipotesis ketiga yang menyatakan pengetahuan dan ketertarikan secara bersama-sama berpengaruh dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan investasi E-mas digital di BSI KCP Blang Pidie.

4.9.2 Hasil Uji T (Uji Parsial)

Uji T bertujuan mengetahui pengaruh variabel bebas pengetahuan (X_1), dan ketertarikan (X_2), mempengaruhi variabel terikat minat (Y). Untuk melihat apakah variabel bebas mempengaruhi variabel terikat dengan membandingkan t_{hitung} dan t_{tabel} . Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan taraf signifikansi $< 0,05$ maka H_a diterima artinya variabel bebas berpengaruh terhadap variabel

terikat, dan sebaliknya. Untuk lebih rinci dan jelas lihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 18
Hasil uji T (Uji Parsial)

Variabel	T	Sig.
Pengetahuan (X_1)	-0,878	0,382
Ketertarikan (X_2)	5,187	0,000

Sumber: Data diolah SPSS (2022)

Dari Tabel 4.18 maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Hipotesis 1

Dari Tabel 4.18 diketahui bahwa pengetahuan (X_1) memperoleh nilai t_{hitung} -0,878 dan t_{tabel} bernilai 1,985 artinya $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($-0,878 < 1,985$). Oleh karena itu, nilai tersebut bermakna pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat. Hal ini dijelaskan pada hipotesis pertama bahwa pengetahuan mempengaruhi minat. Sedangkan nilai signifikansi yang diperoleh 0,382 yaitu lebih besar dari 0,05 ($0,382 > 0,05$). Maka H_0 diterima bahwa pengetahuan (X_1) tidak mempengaruhi minat (Y).

b. Hipotesis 2

Dari Tabel 4.18 variabel ketertarikan (X_2) memperoleh nilai t_{hitung} 5,187 dan nilai t_{tabel} 1,985 artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,187 > 1,985$). Oleh karena itu, nilai tersebut bermakna ketertarikan mempengaruhi minat. Hal ini dijelaskan pada hipotesis kedua yang menjelaskan bahwa ketertarikan mempengaruhi minat. Selanjutnya diperoleh nilai

signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Maka H_a diterima bahwa ketertarikan (X_2) mempengaruhi dan signifikan terhadap minat (Y).

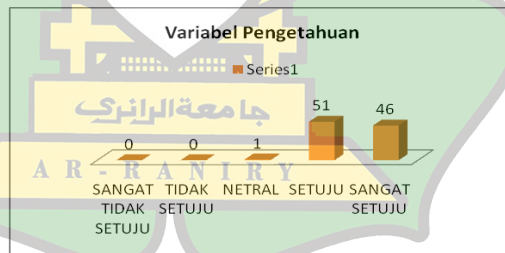
4.10 Pembahasan Hasil Penelitian

4.10.1 Pengetahuan (X_1) Mempengaruhi Minat (Y)

Berdasarkan uji statistik parsial yang bertujuan untuk membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} , dimana variabel pengetahuan (X_1) memperoleh nilai t_{hitung} -0,878 dan t_{tabel} bernilai 1,985. Oleh karena itu $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($-0,878 < 1,985$) dan nilai signifikan yang diperoleh 0,382 lebih besar dari 0,05 ($0,382 > 0,05$). Maka H_0 diterima artinya variabel pengetahuan (X_1) tidak mempengaruhi minat (Y).

Gambar 4. 3

Diagram kategori jawaban responden (X_1)



Sumber: Data diolah (2022)

Berdasarkan Gambar 4.3 dari perolehan jumlah skor setiap responden pada variabel pengetahuan, bahwasanya sebanyak 51 responden termasuk kategori setuju karena jumlah skor berada pada kisaran 19-24, sedangkan 46 responden termasuk kategori sangat

setuju dengan jumlah skor 25-30, meskipun demikian terdapat 1 responden yang termasuk kategori netral dengan jumlah skor 13-18. Dari data tersebut dapat diketahui bahwa nasabah pada umumnya mengetahui tentang produk investasi E-mas digital, namun nasabah belum berminat untuk menggunakan investasi tersebut. Karena pada umumnya nasabah yang menjadi responden lebih berminat pada investasi tradisional atau investasi lainnya yang berbentuk fisik, dan dari sebagian masyarakat Blang Pidie adalah masyarakat dengan ekonomi menengah kebawah sehingga mereka lebih mengutamakan kebutuhan pokok. Oleh karena itu, pengetahuan masyarakat tentang produk E-mas digital tidak dapat mempengaruhi minat nasabah untuk berinvestasi.

Penelitian ini didukung oleh penelitian Suprihati, Sumadi dan Tho'in (2021) menjelaskan variabel pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat menabung masyarakat. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Kotimah (2018) variabel pengetahuan pengetahuan tidak berpengaruh terhadap pengambilan keputusan. Dalam penelitian Purwanto (2016) juga menyatakan bahwa pengetahuan berpengaruh negatif terhadap minat masyarakat menabung.

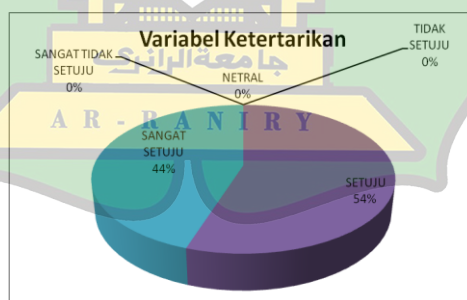
Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Muzammil (2021), Ulfah (2020) dan Ningsih, et al., (2019) yang menyimpulkan pengetahuan berpengaruh terhadap minat menabung dan berinvestasi.

4.10.2 Ketertarikan (X_2) Mempengaruhi Minat (Y)

Berdasarkan uji statistik parsial yang bertujuan untuk membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} , dimana variabel ketertarikan (X_2) memperoleh nilai t_{hitung} 5,187 dan t_{tabel} 1,985. Oleh karena itu $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,187 > 1,985$) dan taraf signifikan yang diperoleh 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian H_a diterima artinya variabel ketertarikan (X_2) berpengaruh secara signifikan terhadap minat (Y). Artinya semakin meningkatnya rasa ketertarikan pada diri responden maka semakin meningkat minat responden menggunakan investasi E-mas digital. Dalam hal ini Bank Syariah Indonesia diharapkan mampu memberikan pelayanan terbaik dan kemudahan dalam mengakses, sehingga responden semakin tertarik untuk menggunakan investasi E-mas digital.

Gambar 4. 4

Diagram kategori jawaban responden (X_2)



Sumber: Data diolah (2022)

Berdasarkan Gambar 4.4 dari perolehan jumlah skor setiap responden pada variabel ketertarikan, bahwasanya sebanyak 54 responden termasuk kategori setuju karena jumlah skor berada pada

kisaran 25-32, sedangkan 44 responden termasuk kategori sangat setuju dengan jumlah skor 33-40. Responden yang merupakan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Blang Pidie sangat tertarik karena adanya kemudahan dalam mencicil investasi E-mas, dimana mereka dapat melakukan pembelian pertama minimal 0,1 gram atau Rp100.000 dan juga responden dapat mengakses investasi tersebut melalui *BSI Mobile*. Ketertarikan dalam diri responden yang timbul karena adanya kesadaran untuk berinvestasi agar terpenuhi kebutuhan di masa depan.

Penelitian ini diperkuat oleh penelitian Sufidiana (2021), yang menyimpulkan bahwa ketertarikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa berinvestasi. Penelitian Perdana dan Wardhani (2021) menyimpulkan terdapat pengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen untuk membeli sebuah produk berdasarkan ketertarikan brand ambassador. Penelitian Hakim dan Amir (2018) menyatakan ketertarikan berpengaruh terhadap minat belajar. Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Yuliawati (2021) dapat disimpulkan *interest* (ketertarikan) tidak berpengaruh terhadap tingkat literasi.

4.10.3 Pengetahuan dan Ketertarikan berpengaruh secara simultan terhadap Minat (Y)

Berdasarkan uji statistik simultan diperoleh nilai F_{hitung} 13,891 lebih besar dari F_{tabel} 3,09 ($13,891 > 3,09$) dengan nilai signifikansi 0,000 artinya H_a diterima, variabel pengetahuan dan

ketertarikan secara simultan berpengaruh terhadap minat menggunakan investasi E-mas di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blang Pidie. Selanjutnya pengaruh koefisien determinasi R^2 atau R square sebesar 0,226 atau 22,6%. Nilai R^2 yang mendekati angka 1 memiliki pengaruh yang besar terhadap kemampuan variabel bebas untuk mempengaruhi variabel terikat. Jika mendekati 0 maka variabel bebas tidak dapat menjelaskan variabel terikat.

Dalam penelitian ini koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 22,6% dari variabel bebas yaitu pengetahuan (X_1) dan ketertarikan (X_2) sehingga dapat mempengaruhi variabel terikat minat (Y). Artinya memiliki tingkat keeratan sebesar 22,6%, sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dianalisis dalam penelitian ini. Seperti halnya variabel keinginan, dan persepsi berpengaruh terhadap minat berinvestasi (Sufidiana, 2021). Variabel promosi dan kualitas pelayanan juga berpengaruh terhadap minat berinvestasi (Ningsih, et al., 2019), variabel religiusitas dan tingkat pendapatan juga berpengaruh terhadap minat menabung (Purwanto, 2016). Oleh karena itu, sesuai hipotesis ketiga, menjadi jawaban dari rumusan masalah adalah bahwa pengetahuan (X_1) dan ketertarikan (X_2) secara bersama-sama dapat mempengaruhi minat (Y) menggunakan investasi E-mas digital di Bank Syariah Indonesia KCP Blang Pidie.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian dan penjelasan yang diperoleh tentang Analisis Pengetahuan dan Ketertarikan Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Investasi E-mas Digital di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blang Pidie. Maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan investasi E-mas digital di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blang Pidie.
2. Ketertarikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan investasi E-mas digital di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blang Pidie.
3. Pengetahuan dan ketertarikan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan investasi E-mas digital di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blang Pidie.

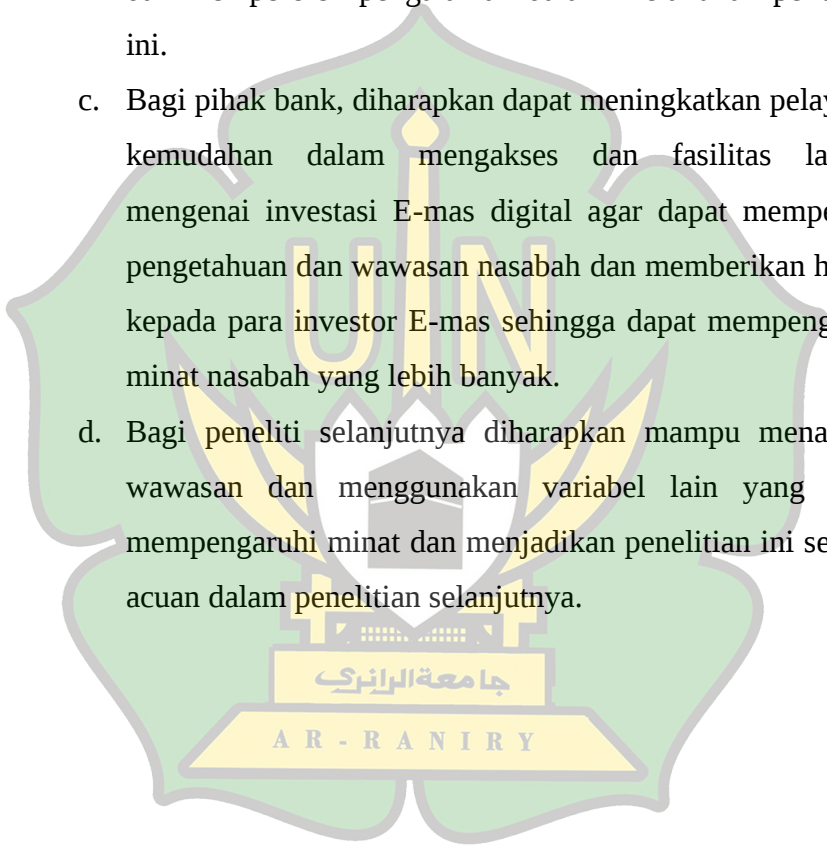
5.2 Saran

Adapun saran pada penelitian ini adalah:

- a. Bagi pengembangan ilmu pengetahuan, penelitian ini diharapkan mampu memberikan tambahan wawasan

pengetahuan investasi E-mas digital dan menjadi acuan bagi peneliti selanjutnya.

- b. Bagi penulis, diharapkan dapat menggunakan penelitian ini sebagai referensi tambahan mengenai minat berinvestasi dan memperoleh pengalaman dalam melakukan penelitian ini.
- c. Bagi pihak bank, diharapkan dapat meningkatkan pelayanan kemudahan dalam mengakses dan fasilitas lainnya mengenai investasi E-mas digital agar dapat memperluas pengetahuan dan wawasan nasabah dan memberikan hadiah kepada para investor E-mas sehingga dapat mempengaruhi minat nasabah yang lebih banyak.
- d. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan mampu menambah wawasan dan menggunakan variabel lain yang dapat mempengaruhi minat dan menjadikan penelitian ini sebagai acuan dalam penelitian selanjutnya.



DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah. (2020). Pengaruh Pengetahuan Masyarakat dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Serta Dampaknya Pada Keputusan Menjadi Nasabah Perbankan Syariah (studi pada wilayah DKI Jakarta). *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Amanda, S. M. (2019). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus Dosen Universitas Syiah Kuala). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Islam*, Vol 1, 200-201
- Bank Syariah Indonesia. (2021). Cara Nabung Emas di BSI Mobile. Diambil pada 2 Desember, 2021, dari <https://bsimobile.co.id/cara-menabung-emas-di-bsi-mobile/>
- Bank Syariah Indonesia. (2021). Sejarah Perseroan. Diambil pada 1 Juli, 2022, dari https://ir.bankbsi.co.id/corporate_history.html
- Bank Syariah Indonesia. (2021). Visi & Misi. Diambil pada 1 Juli, 2022, dari https://ir.bankbsi.co.id/vision_mission.html
- Bungin, B. (2011). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Christianti, Y. D., Suhasto, R. I. N., & Anwar, R. N. (2022). Investasi Emas Pada Masa Pandemi Covid 19 (Kajian Kritis Secara Islam). *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 6(2), 1-11
- Detiknews. (2020). Penipuan Investasi Emas Dengan Korban 10 Ribu Orang Dari Boyolali Dibui 7 Tahun. Diambil pada 30 Desember, 2021, dari <https://news.detik.com/berita/d-5085138/penipu-investasi-emas-dengan-korban-10-ribu-orang-dari-boyolali-dibui-7-tahun>

- Febrianti, D., Hidayah, S. A. L., Abdullah, A., & Lawita. N. F. (2021). Penerapan Basis Data Pada Perusahaan Perbankan (Studi Kasus Penerapan Mobile Banking Pada Bank Syariah Indonesia). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(2), 3686-3693
- Fitria, H., & Yani, E. A. (2014). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Memilih Perguruan Tinggi Ekonomi Islam (Studi Kasus: STEI SBI). *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 2(1), 99-130
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS (4 ed)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS (7 ed)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Square Konsep, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris (2 ed)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, A. I., & Wirawati, N. G. P. (2013). Perbandingan Berinvestasi Antara Logam Mulia Emas Dengan Saham Perusahaan Pertambangan Emas. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 4(2), 406-420
- Hakim, A., & Amir, S. (2018). Pengaruh Perasaan, Ketertarikan, dan Keterlibatan Terhadap Minat Belajar Mata Pelajaran Pendidikan Kewarganegaraan Peserta Didik Pada SMA Paba Binjai. *Jurnal Visipena*, 9(2), 406-426.
- Inayah, N., & Sudiarti, S. (2017). Analisis Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah (Studi Kasus di PT. BPRS Puduarta Insani. *Jurnal At-Tawassuth*, 2(1), 191-214.

- Indriani, M., Hamdani, I., & Gustiawati, S. (2019). Hubungan Pengetahuan Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah: Survei Pada Siswa SMK Yayasan Darunna'im Yapia Parung. *Kasaba: Jurnal Ekonomi Islam*, 12(2), 91-97
- Jannah, N. (2014). Pengaruh Pengetahuan Mahasiswa Tentang Perbankan Syariah Terhadap Minat Menjadi Nasabah. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Walisongo.
- Kompas. (2021). Kenali Tabungan Emas BSI, Investasi E-Mas di Bank Syariah Indonesia. Diambil Pada 2 Desember, 2021, dari <https://money.kompas.com/read/2021/10/9/061200326/kenali-tabungan-emas-bsi-investasi-e-mas-di-bank-syariah-indonesia?page=all#page3>
- Kotimah. (2018). Pengaruh Pengetahuan dan Motivasi Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di Lembaga Keuangan Syariah. *Skripsi*. Institut Agama Islam Negeri Kediri.
- Kurniawan, I. (2019). Analisis Keuntungan Investasi Emas Dengan IHSG. *Jurnal manajemen bisnis dan kewirausahaan*, 3(2), 16.
- Martalena., & Malinda, M. (2011). *Pengantar Pasar Modal*. Jakarta: Andi.
- Medcom.id. (2021). Waduh! Minat Tinggi, Tapi Keputusan Investasi Masyarakat RI Rendah. Diambil Pada 2 Januari, 2022, dari <https://m.medcom.id/amp/Gbmqya4b-waduh-minat-tinggi-tapi-keputusan-investasi-masyarakat-ri-rendah>
- Muzzamil, Y. (2021). Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas Terhadap Minat Menggunakan Produk Tabungan Haji di BRI Syariah KC Madiun Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening. *Skripsi*. Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.

- Ningsih, G., Dayyan, M., & Nurjanah. (2019). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Berinvestasi Logam Mulia di Pegadaian Syariah Langsa Barat. *Ihtiyath: Jurnal Manajemen Keuangan Syariah*, 3(2), 87-110
- Nurdin, M. (2004). *Kiat Menjadi Guru Profesional*. Yogyakarta: PrismaSophie.
- Perdana, R. K., & Wardhani, N. I. K. (2021). Ketertarikan Konsumen Terhadap Lee Min Ho Sebagai Brand Ambassador dan Citra Merek Lazada Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen*, 7(1), 56-63.
- Poetra, R. R., & Nevrettia, C. (2017). Model AIDA: Pola Penggunaan Media Sosial Dalam Meningkatkan Kepuasan Penjualan Di Toko Online Goldies Hijab. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 1(1), 22-36
- Prasetyo, B & Jannah, L. M. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori Dan Aplikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Purwanto, A. (2016). Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, dan Tingkat Pendapatan Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Bank Syariah Boyolali. *Doctoral dissertation*. Institut Agama Islam Negeri Salatiga.
- Rosyid, M., & Halimatu, S. (2016). Pengetahuan Perbankan Syariah dan Pengaruhnya Terhadap Minat Menabung Santri dan Guru. *Islaminovic*, 7(2), 37-45
- Sarwono, J. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Serambinews. (2014). Korban Penipuan Saham Emas Juga Ada Di Abdya. Diambil pada 31 desember, 2021, dari <https://aceh.tribunnews.com/amp/2014/01/15/korban-penipuan-saham-emas-juga-ada-di-abdya>

- Serambinews. (2021). Empat Toko Emas Diduga Kurangi Kadar, Diduga Sudah Berlangsung Sejak Februari 2021. Diambil pada 31 Desember, 2021, dari <https://www.google.com/amp/s/aceh.tribunnews.com/amp/2021/07/17/4-toko-emas-diduga-kurangi-kadar-diduga-sudah-berlangsung-sejak-februari-2021>
- Sindonews. (2013). Perlindungan Nasabah Dalam Berinvestasi. Diambil pada 30 desember, 2021, dari <https://nasional.sindonews.com/berita/802774/18/perlindungan-nasabah-dalam-berinvestasi?showpage=all>
- Sufidiana, A. L. (2021). Pengaruh Ketertarikan, Keinginan, Dan Persepsi Mahasiswa Terhadap Minat Berinvestasi di Galeri Investasi Syariah. *Skripsi*. Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suprihati., Sumadi., & Tho'in, M., (2021). Pengaruh Religiusitas, Budaya, Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Menabung di Koperasi Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(01), 443-450.
- Syahyunan. (2015). *Manajemen Keuangan*. Medan: Universitas Sumatera Utara.
- Ulfa, M. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penerapan Prinsip-Prinsip Syariah Terhadap Minat Pengunjung Pada Penginapan Pondok Musafir Tulungagung. *Skripsi*. Tulungagung: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri.

Ulfah, M. (2020). Pengaruh Reputasi, Pengetahuan dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Masyarakat Non Muslim Menabung Di Bank Syariah Dengan Minat Sebagai Variabel Intervening. *Skripsi*. Institut Agama Islam Negeri Salatiga.

Wawan, A., & Dewi, M. (2010). *Teori dan Pengukuran Pengetahuan, Sikap Dan Perilaku Manusia*. Yogyakarta: Nuha Medika.

Wiratha, M. (2006). *Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi*. Yogyakarta: Andi.

Yuliawati, S.Y. (2021). Pengaruh *Attention* (perhatian), *Interest* (ketertarikan), *Search* (pencarian), *Action* (tindakan), dan *Share* (berbagi) Terhadap Tingkat Literasi Keuangan Syariah. *Doctoral dissertation*. UIN SMH Banten.



LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian

KUESIONER

Penelitian Skripsi dengan judul

**“ANALISIS PENGETAHUAN DAN KETERTARIKAN
MEMPENGARUHI MINAT NASABAH MENGGUNAKAN INVESTASI
E-MAS DIGITAL DI BANK SYARIAH INDONESIA KANTOR CABANG
PEMBANTU BLANG PIDIE”**

Assalamu’alaikum wr. wb.

Responden terhormat,

Dalam rangka penyusunan tugas skripsi pada program strata 1 (S1) Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, saya:

Nama : Riska Afriza

NIM : 180603221

Fakultas/ Prodi: Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah

Dengan ini bermaksud melakukan penelitian dengan judul “Analisis Pengetahuan dan Ketertarikan Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Investasi *E-mas Digital* di Bank Syariah Indonesia KCP Blang Pidie” penulis mengharapkan kesediaan bapak/ ibu meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian ini. Jawaban dari bapak/ ibu hanya digunakan untuk penelitian dan kerahasiannya akan saya jaga dengan hati-hati. Atas ketersediaan dan partisipasi dari bapak/ ibu dalam mengisi kuesioner ini saya ucapkan terimakasih. Wassalamu’alaikum wr. wb.

I. Identitas Responden

Pilihlah salah satu jawaban yang sesuai menurut bapak/ ibu dengan memberikan tanda check list ($\checkmark$).

1. Umur

- | | |
|-------------------|-------------------|
| (1) < 20 tahun | (3) 31 – 40 tahun |
| (2) 21 – 30 tahun | (4) > 40 tahun |

2. Jenis Kelamin

- | | |
|----------------|---------------|
| (1) Laki- Laki | (2) Perempuan |
|----------------|---------------|

3. Penghasilan Perbulan

- | | |
|------------|------------|
| (1) < 1jt | (3) 4-5 jt |
| (2) 2-3 jt | (4) > 5 jt |

4. Pendidikan

- | | |
|---------|---------------------|
| (1) SD | (4) D3/ S1 |
| (2) SMP | (5) Pasca (S2) |
| (3) SMA | (6) Lainnya (.....) |

5. Pekerjaan

- | | |
|----------------|---------------------|
| (1) PNS | (4) Pedagang |
| (2) Swasta | (5) Lainnya (.....) |
| (3) Wiraswasta | |

II. Pertanyaan

Berilah tanda checklist ($\checkmark$) pada salah satu jawaban.

Keterangan:

- | | | | |
|-----|-----------------------|----|-----------------|
| STS | : Sangat Tidak Setuju | S | : Setuju |
| TS | : Tidak Setuju | SS | : Sangat Setuju |
| N | : Netral | | |

A. Pernyataan Untuk Variabel Pengetahuan Nasabah (X1)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
Pengetahuan Produk						
1	Saya mengetahui tentang investasi E-mas di Bank Syariah Indonesia					
2	Saya mengetahui tentang akad yang digunakan dalam investasi E-mas di Bank Syariah Indonesia					
Pengetahuan Pembelian						
3	Bank Syariah Indonesia merupakan bank yang berdasarkan hukum Al-Quran, sunnah dan fatwa/ aturan agama					
4	Berinvestasi E-mas di Bank Syariah Indonesia mendapatkan fasilitas dan pelayanan yang baik					
Pengetahuan Pemakaian						
5	Pemakaian Investasi E-mas di BSI akan lebih aman, mudah dan terpercaya					
6	Dengan menggunakan investasi E-mas di BSI lebih memudahkan saya dalam bertransaksi dimanapun dan kapanpun melalui BSI Mobile					

B. Pernyataan untuk variabel ketertarikan nasabah (X2)

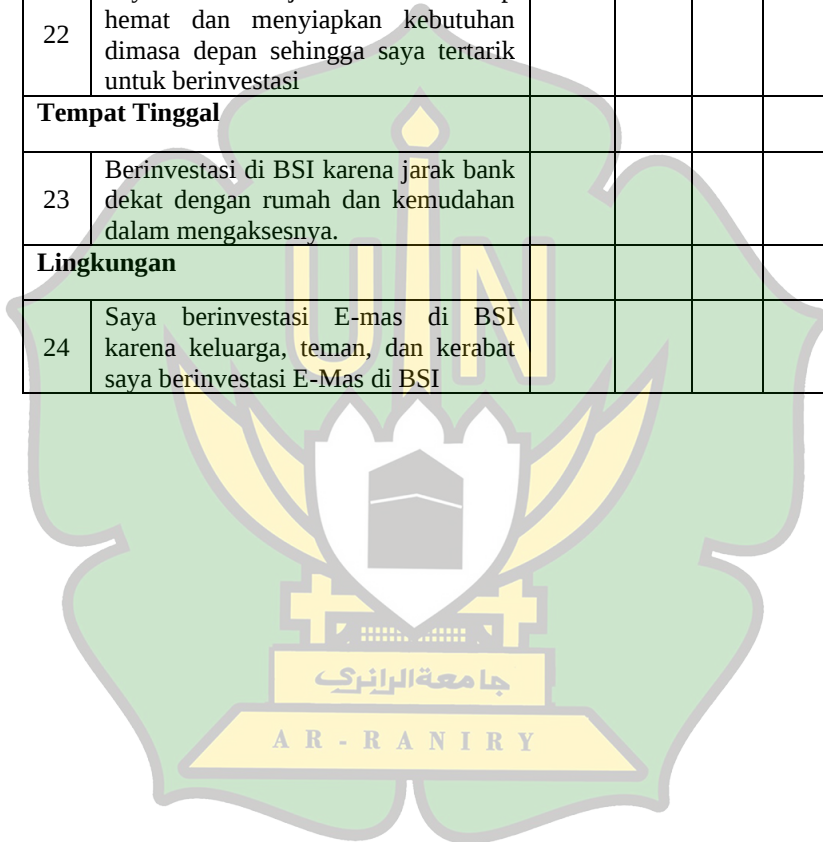
No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
Perhatian						
7	Saya berinvestasi E-mas di BSI karena adanya diskusi tentang E-mas dilingkungan rumah saya					
8	Adanya diskusi E-mas yang dilakukan pihak BSI sehingga saya menaruh perhatian pada investasi tersebut					
Ketertarikan						
9	Saya tertarik berinvestasi E-mas di BSI karena kepuasan pelayanan dari bank					

10	Saya tertarik berinvestasi E-mas di BSI karena dorongan dari dalam diri saya sendiri					
Keinginan						
11	Keinginan berinvestasi E-mas di BSI untuk kebutuhan dimasa yang akan datang					
12	Saya berkeinginan berinvestasi E-mas di BSI karena modal untuk berinvestasi bisa dicicil mulai dari Rp100.000					
Tindakan						
13	Berinvestasi E-mas di Bank Syariah Indonesia karena adanya kemudahan dalam mencicil investasi tersebut					
14	Berinvestasi E-mas di BSI karena kemudahan dalam mengakses investasi tersebut					

C. Pernyataan untuk variabel minat berinvestasi (Y)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
Motif Sosial						
15	Saya berinvestasi E-mas di BSI agar dipandang keren karena memiliki investasi					
16	Ada keinginan untuk memiliki sesuatu dimasa yang akan datang dengan menggunakan keuangan pribadi					
Emosional						
17	Saya berinvestasi E-mas karena pendapatan ekonomi menengah dan tinggi					
18	Berinvestasi E-mas karena memperoleh uang saku yang lebih.					
Faktor Dari Dalam Diri Individu						
19	Berinvestasi E-mas di BSI karena keinginan dari dalam diri					

20	Berinvestasi dengan tujuan untuk mengantisipasi kebutuhan dimasa yang akan datang					
Sosial Ekonomi						
21	Berinvestasi karena faktor keadaan ekonomi keluarga					
22	Saya selalu diajarkan untuk hidup hemat dan menyiapkan kebutuhan dimasa depan sehingga saya tertarik untuk berinvestasi					
Tempat Tinggal						
23	Berinvestasi di BSI karena jarak bank dekat dengan rumah dan kemudahan dalam mengaksesnya.					
Lingkungan						
24	Saya berinvestasi E-mas di BSI karena keluarga, teman, dan kerabat saya berinvestasi E-Mas di BSI					



Lampiran 2: Tabulasi Data Jawaban Pernyataan 98 Responden

No	Pengetahuan (X1)					
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6
1	4	4	4	5	5	5
2	3	3	4	4	5	5
3	3	3	4	4	4	4
4	3	3	4	4	4	4
5	4	3	4	4	4	4
6	3	3	4	4	4	4
7	4	3	3	4	4	5
8	4	3	5	5	4	4
9	3	3	4	4	4	4
10	4	4	4	4	4	4
11	4	4	4	4	4	4
12	4	3	4	4	5	5
13	4	4	5	4	4	4
14	3	3	4	4	4	4
15	3	3	4	4	5	4
16	4	4	4	4	4	4
17	3	3	4	4	5	5
18	3	3	4	4	4	4
19	3	4	5	3	3	3
20	3	3	4	5	4	4
21	4	3	5	3	4	5
22	3	4	5	3	3	3
23	4	4	3	3	4	5
24	4	4	4	4	5	3
25	4	4	4	4	5	5
26	4	3	5	5	5	5
27	5	5	5	5	5	5
28	5	3	5	5	5	5
29	4	4	4	4	4	4
30	4	4	4	4	5	4
31	4	4	4	4	4	4
32	4	2	4	4	4	4
33	4	4	4	4	5	5
34	5	2	5	5	5	5
35	5	4	5	5	5	5
36	4	4	5	4	3	5
37	5	5	5	4	4	4

No	Pengetahuan (X1)					
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6
38	4	4	5	5	4	4
39	5	5	5	5	5	5
40	5	5	5	4	5	4
41	4	4	4	4	4	4
42	4	4	4	4	3	3
43	4	4	4	4	5	4
44	4	4	5	5	5	5
45	5	5	5	5	5	5
46	5	5	5	5	5	5
47	4	4	4	5	5	5
48	4	4	4	4	4	4
49	5	5	5	5	4	4
50	4	4	5	5	5	5
51	5	5	5	5	5	5
52	4	4	4	4	5	5
53	3	3	4	4	4	4
54	4	4	4	4	4	4
55	5	5	5	5	5	5
56	4	4	4	5	5	5
57	3	3	4	4	4	4
58	3	3	5	5	5	5
59	4	4	4	4	4	4
60	3	3	4	4	4	4
61	3	3	4	4	5	5
62	4	4	4	4	4	4
63	5	5	5	5	5	5
64	4	4	4	5	5	5
65	4	4	4	4	4	4
66	3	3	4	4	5	5
67	5	5	5	5	5	5
68	3	3	4	4	4	4
69	4	4	4	4	4	4
70	5	5	5	5	5	5
71	3	3	5	5	4	5
72	4	4	4	4	4	4
73	2	2	4	4	4	4
74	5	5	5	5	5	5
75	4	4	4	4	4	4
76	2	2	3	3	4	4
77	4	4	4	4	4	4
78	5	5	5	5	5	5

No	Pengetahuan (X1)					
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6
79	3	3	4	4	4	4
80	4	4	4	4	4	4
81	4	4	4	5	5	5
82	4	4	5	5	5	5
83	4	4	4	4	4	4
84	4	4	5	5	5	5
85	5	5	5	5	5	5
86	3	3	5	5	5	5
87	4	4	4	4	4	4
88	5	5	5	5	5	5
89	2	2	4	4	4	4
90	3	3	4	4	4	4
91	4	3	5	5	4	4
92	4	4	4	4	4	4
93	4	3	4	4	5	5
94	4	4	5	4	4	4
95	3	3	4	4	4	4
96	3	3	4	4	5	4
97	4	4	4	5	5	5
98	3	3	4	4	5	5

No	Ketertarikan (X2)							
	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12	X2.13	X2.14
1	3	3	4	4	4	4	4	4
2	3	4	4	4	4	4	4	4
3	3	4	4	4	4	4	4	5
4	3	4	4	4	5	5	5	5
5	3	3	4	4	4	5	4	5
6	3	3	4	4	4	3	4	4
7	4	3	4	4	4	5	5	5
8	3	3	4	4	4	5	5	4
9	5	4	4	4	5	4	4	4
10	5	5	5	4	4	5	5	5
11	5	5	4	4	5	5	5	5
12	4	4	5	5	4	4	4	4
13	4	4	5	5	4	4	4	4
14	3	3	4	4	4	4	4	4
15	3	4	4	4	5	5	4	5
16	5	5	4	4	5	5	4	4
17	3	4	4	4	5	5	5	5

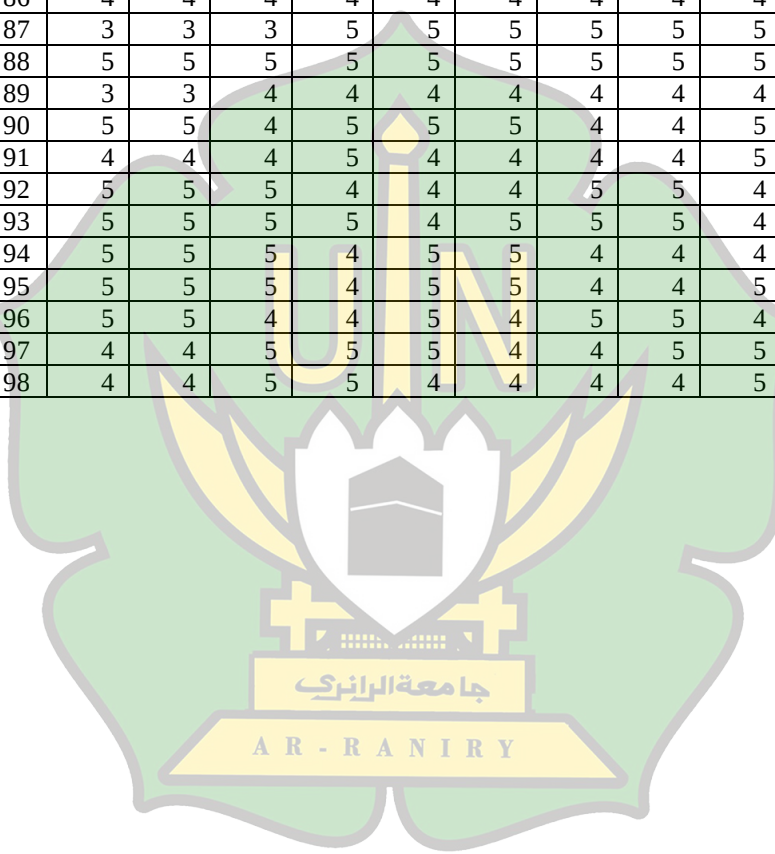
No	Ketertarikan (X2)							
	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12	X2.13	X2.14
18	3	3	3	4	5	5	5	5
19	3	3	3	3	4	3	3	3
20	3	3	4	4	4	5	5	5
21	3	4	2	3	4	5	4	4
22	4	4	4	3	3	4	4	4
23	4	4	4	3	5	5	5	5
24	3	4	5	4	5	3	4	4
25	3	3	5	5	3	4	3	4
26	4	4	4	5	5	5	4	4
27	4	4	5	5	5	5	5	5
28	3	3	4	4	4	5	5	5
29	3	3	4	5	5	5	5	5
30	3	3	4	4	4	4	4	4
31	3	4	3	4	5	5	5	5
32	2	4	4	5	5	4	4	4
33	3	3	4	4	4	4	4	4
34	4	4	5	5	5	4	5	5
35	4	4	4	5	5	5	5	5
36	3	3	4	3	4	4	4	5
37	5	4	4	4	3	5	4	4
38	3	4	5	4	4	4	4	4
39	5	5	5	5	5	4	5	5
40	1	2	5	4	3	5	3	4
41	4	4	4	4	4	4	4	4
42	3	3	3	3	4	4	4	4
43	4	4	4	4	4	4	4	4
44	5	5	5	4	4	4	4	4
45	5	3	5	5	5	3	5	3
46	5	4	5	5	5	4	5	5
47	3	3	4	4	4	4	4	5
48	4	4	4	4	4	5	5	5
49	3	3	3	3	3	5	5	5
50	4	4	4	4	4	5	5	4
51	4	4	4	4	4	4	4	4
52	4	4	4	4	4	4	5	5
53	4	4	4	4	4	5	5	5
54	4	4	4	4	4	4	4	4
55	4	4	4	4	5	5	5	5
56	3	3	4	4	4	4	4	5
57	3	3	4	4	5	5	4	4
58	2	2	4	4	4	4	4	4

No	Ketertarikan (X2)							
	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12	X2.13	X2.14
59	4	4	4	4	4	4	4	4
60	3	2	4	4	4	4	4	5
61	2	3	4	4	4	4	4	5
62	4	4	4	4	4	4	4	4
63	4	4	4	4	4	4	4	4
64	3	3	4	4	4	4	4	4
65	2	2	4	4	4	4	5	5
66	3	3	4	4	5	4	5	4
67	4	4	4	4	4	4	4	4
68	3	3	4	4	4	4	4	5
69	3	3	4	4	4	5	5	5
70	2	2	4	4	4	4	4	4
71	4	4	4	5	5	4	4	5
72	4	4	4	4	4	4	4	4
73	2	2	4	4	4	4	4	4
74	4	4	4	4	4	4	4	4
75	5	5	5	5	5	5	5	5
76	2	2	4	4	5	4	4	4
77	4	4	4	4	4	4	4	4
78	5	5	5	5	5	5	5	5
79	3	3	4	4	4	4	4	5
80	4	4	4	4	4	4	4	4
81	4	4	4	5	5	5	4	4
82	4	4	4	4	4	4	4	4
83	5	5	5	5	4	4	4	4
84	4	4	4	5	4	5	5	4
85	5	5	5	5	5	5	5	5
86	4	4	4	4	4	4	4	4
87	4	4	5	5	5	4	4	4
88	5	5	5	5	5	5	5	5
89	3	3	4	4	4	4	4	5
90	3	4	4	4	4	4	4	5
91	3	3	4	4	4	5	5	4
92	5	5	4	4	5	5	5	5
93	4	4	5	5	4	4	4	4
94	4	4	5	5	4	4	4	4
95	3	3	4	4	4	4	4	4
96	3	4	4	4	5	5	4	5
97	3	3	4	4	4	4	4	4
98	3	4	4	4	4	4	4	4

No	Minat Berinvestasi (Y)									
	Y.15	Y.16	Y.17	Y.18	Y.19	Y.20	Y.21	Y.22	Y.23	Y.24
1	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5
2	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5
3	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4
4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5
5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4
6	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5
7	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4
8	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5
9	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4
10	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5
11	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4
12	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4
13	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4
14	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4
15	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4
16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
17	3	4	4	4	5	5	5	5	4	4
18	2	4	3	5	5	5	4	4	4	4
19	3	5	3	3	4	4	3	5	3	3
20	4	3	5	5	4	4	4	5	5	5
21	1	3	3	3	3	2	3	3	4	4
22	3	5	3	3	4	4	3	5	4	4
23	2	4	4	4	3	4	3	4	4	4
24	2	4	4	3	5	5	4	4	5	4
25	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3
26	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4
27	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5
28	4	4	4	4	4	4	4	5	5	3
29	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5
30	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3
31	2	5	5	2	4	5	4	4	4	4
32	2	4	4	4	5	5	4	5	3	3
33	2	4	3	4	4	5	4	4	4	4
34	2	5	5	4	4	5	4	5	4	2
35	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5
36	3	4	4	3	5	4	3	4	3	3
37	3	3	4	5	4	5	5	4	4	4
38	3	4	4	4	4	4	4	4	5	3
39	2	5	5	4	5	4	2	5	5	2
40	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4

No	Minat Berinvestasi (Y)									
	Y.15	Y.16	Y.17	Y.18	Y.19	Y.20	Y.21	Y.22	Y.23	Y.24
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
42	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3
43	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
45	3	4	5	3	5	5	4	5	4	3
46	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5
47	2	3	2	4	4	4	4	4	5	5
48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
49	4	4	4	4	4	3	5	5	5	5
50	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
52	3	3	4	4	4	4	4	5	5	5
53	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5
54	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
55	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5
56	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
57	2	4	4	3	3	4	4	4	4	4
58	2	5	4	4	4	4	4	5	5	5
59	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
60	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4
61	2	2	4	4	4	4	4	5	5	5
62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
63	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
64	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
65	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5
66	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
68	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
69	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5
70	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
71	2	4	4	5	5	5	5	4	4	4
72	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
73	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
74	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
76	2	2	4	4	4	5	4	4	5	5
77	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
78	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4
79	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
80	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

No	Minat Berinvestasi (Y)									
	Y.15	Y.16	Y.17	Y.18	Y.19	Y.20	Y.21	Y.22	Y.23	Y.24
81	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4
82	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
83	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5
84	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
85	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
86	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
87	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5
88	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
89	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
90	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4
91	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5
92	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4
93	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4
94	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4
95	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4
96	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4
97	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5
98	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5



Lampiran 3: Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

1. Uji Validitas

a. Pengetahuan (X₁)

		Correlations						
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	Total_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	,779**	,519**	,508**	,368**	,366**	,844**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	98	98	98	98	98	98	98
X1.2	Pearson Correlation	,779**	1	,437**	,350**	,233*	,182	,734**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,021	,073	,000
	N	98	98	98	98	98	98	98
X1.3	Pearson Correlation	,519**	,437**	1	,576**	,241*	,287**	,679**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,017	,004	,000
	N	98	98	98	98	98	98	98
X1.4	Pearson Correlation	,508**	,350**	,576**	1	,589**	,568**	,777**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	98	98	98	98	98	98	98
X1.5	Pearson Correlation	,368**	,233*	,241*	,589**	1	,733**	,684**
	Sig. (2-tailed)	,000	,021	,017	,000		,000	,000
	N	98	98	98	98	98	98	98
X1.6	Pearson Correlation	,366**	,182	,287**	,568**	,733**	1	,674**
	Sig. (2-tailed)	,000	,073	,004	,000	,000		,000
	N	98	98	98	98	98	98	98
Total_X1	Pearson Correlation	,844**	,734**	,679**	,777**	,684**	,674**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	98	98	98	98	98	98	98

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

b. Ketertarikan (X₂)

Correlations										
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	Total_X2
X2.1	Pearson	1	,808**	,376**	,356**	,274**	,138	,325**	,034	,751**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,006	,176	,001	,738	,000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98
X2.2	Pearson	,808**	1	,318**	,314**	,346**	,227*	,245*	,122	,760**
	Sig. (2-tailed)	,000		,001	,002	,000	,025	,015	,233	,000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98
X2.3	Pearson	,376**	,318**	1	,676**	,144	-,128	,057	,010	,491**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001		,000	,157	,208	,578	,920	,000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98
X2.4	Pearson	,356**	,314**	,676**	1	,407**	,056	,181	,053	,617**
	Sig. (2-tailed)	,000	,002	,000		,000	,582	,075	,602	,000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98
X2.5	Pearson	,274**	,346**	,144	,407**	1	,232*	,439**	,279**	,606**
	Sig. (2-tailed)	,006	,000	,157	,000		,021	,000	,005	,000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98
X2.6	Pearson	,138	,227*	-,128	,056	,232*	1	,546**	,505**	,490**
	Sig. (2-tailed)	,176	,025	,208	,582	,021		,000	,000	,000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98
X2.7	Pearson	,325**	,245*	,057	,181	,439**	,546**	1	,559**	,643**
	Sig. (2-tailed)	,001	,015	,578	,075	,000	,000		,000	,000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98
X2.8	Pearson	,034	,122	,010	,053	,279**	,505**	,559**	1	,443**
	Sig. (2-tailed)	,738	,233	,920	,602	,005	,000	,000		,000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98
Total_X2	Pearson	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	Total_X2
	Correlation	,751**	,760**	,491**	,617**	,606**	,490**	,643**	,443**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

c. Minat (Y)

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	Total _Y
Y.1	Pearson Correlation	1	,580**	,495**	,421**	,298**	,151	,464**	,213 .	,211*	,275**	,761**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,003	,137	,000	,035	,037	,006	,000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
Y.2	Pearson Correlation	,580 **	1	,446**	,086	,329**	,281 ..	,197	,267 ..	,017	-,132	,519**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,402	,001	,005	,052	,008	,865	,194	,000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
Y.3	Pearson Correlation	,495 ..	,446**	1	,365**	,283**	,261 ..	,223*	,278 ..	,218*	,075	,592**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,005	,010	,027	,006	,031	,461	,000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
Y.4	Pearson Correlation	,421 ..	,086	,365**	1	,319**	,210 ..	,407**	,175	,393**	,386**	,621**
	Sig. (2-tailed)	,000	,402	,000		,001	,038	,000	,084	,000	,000	,000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
Y.5	Pearson Correlation	,298 ..	,329**	,283**	,319**	1	,526 ..	,275**	,290 ..	,264**	,103	,581**
	Sig. (2-tailed)	,003	,001	,005	,001		,000	,006	,004	,009	,313	,000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
Y.6	Pearson Correlation	,151	,281**	,261**	,210*	,526**	1	,407**	,239 .	,192	,082	,491**
	Sig. (2-tailed)	,137	,005	,010	,038	,000		,000	,018	,058	,421	,000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
Y.7	Pearson Correlation	,464 ..	,197	,223*	,407**	,275**	,407 ..	1	,428 ..	,295**	,429**	,677**
	Sig. (2-tailed)	,000	,052	,027	,000	,006	,000		,000	,003	,000	,000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
Y.8	Pearson Correlation	,213 .	,267**	,278**	,175	,290**	,239 .	,428**	1	,394**	,265**	,536**
	Sig. (2-tailed)	,035	,008	,006	,084	,004	,018	,000		,000	,008	,000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
Y.9	Pearson Correlation	,211 .	,017	,218*	,393**	,264**	,192	,295**	,394 ..	1	,627**	,578**
	Sig. (2-tailed)	,037	,865	,031	,000	,009	,058	,003	,000		,000	,000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
Y.10	Pearson Correlation	,275 ..	-,132	,075	,386**	,103	,082	,429**	,265 ..	,627**	1	,553**
	Sig. (2-tailed)	,006	,194	,461	,000	,313	,421	,000	,008	,000		,000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	Total _Y
Tota	Pearson	,761 **	,519**	,592**	,621**	,581**	,491 **	,677**	,536 **	,578**	,553**	1
l_Y	Correlation											
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

2. Uji Reliabilitas

a. Pengetahuan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,823	6

b. Ketertarikan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,759	8

c. Minat

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,796	10

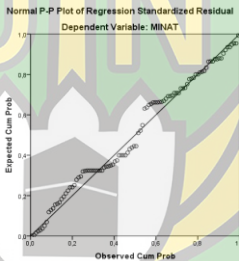
Lampiran 4: Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

				Unstandardized Residual
N				98
Normal Parameters ^{a,b}	Mean			,0000000
	Std. Deviation			3,53984661
Most Extreme Differences	Absolute			,091
	Positive			,066
	Negative			-,091
Test Statistic				,091
Asymp. Sig. (2-tailed)				,042 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.			,367 ^d
	99%	Confidence	Lower Bound	,355
	Interval		Upper Bound	,380

- a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

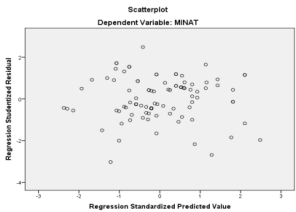


1. Uji Multikolonieritas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
1 (Constant)	23,927	4,364			5,483	,000		
PENGETAHUAN	-,121	,137	-,084		-,878	,382	,885	1,130
KETERTARIKAN	,644	,124	,498		5,187	,000	,885	1,130

a. Dependent Variable: MINAT

2. Uji Heteroskedastisitas



Lampiran 5: Analisis Regresi Linier Berganda

1. Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	23,927	4,364		5,483	,000
	pengetahuan	-,121	,137	-,084	-,878	,382
	ketertarikan	,644	,124	,498	5,187	,000

a. Dependent Variable: minat

2. Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	355,448	2	177,724	13,891	,000 ^b
	Residual	1215,460	95	12,794		
	Total	1570,908	97			

a. Dependent Variable: MINAT

b. Predictors: (Constant), KETERTARIKAN, PENGETAHUAN

3. R²

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,476 ^a	,226	,210	3,57691

a. Predictors: (Constant), KETERTARIKAN, PENGETAHUAN

Lampiran 6:R TABEL

Tabel R-Hitung (lanjutan)

DF = n-2	0,1	0,05	0,02	0,01	0,001
	r 0,005	r 0,05	r 0,025	r 0,01	r 0,001
80	0,1829	0,2172	0,2565	0,2830	0,3568
81	0,1818	0,2159	0,2550	0,2813	0,3547
82	0,1807	0,2146	0,2535	0,2796	0,3527
83	0,1796	0,2133	0,2520	0,2780	0,3507
84	0,1786	0,2120	0,2505	0,2764	0,3487
85	0,1775	0,2108	0,2491	0,2748	0,3468
86	0,1765	0,2096	0,2477	0,2732	0,3449
87	0,1755	0,2084	0,2463	0,2717	0,3430
88	0,1745	0,2072	0,2449	0,2702	0,3412
89	0,1735	0,2061	0,2435	0,2687	0,3393
90	0,1726	0,2050	0,2422	0,2673	0,3375
91	0,1716	0,2039	0,2409	0,2659	0,3358
92	0,1707	0,2028	0,2396	0,2645	0,3341
93	0,1698	0,2017	0,2384	0,2631	0,3323
94	0,1689	0,2006	0,2371	0,2617	0,3307
95	0,1680	0,1996	0,2359	0,2604	0,3290
96	0,1671	0,1986	0,2347	0,2591	0,3274
97	0,1663	0,1975	0,2335	0,2578	0,3258
98	0,1654	0,1966	0,2324	0,2565	0,3242
99	0,1646	0,1956	0,2312	0,2552	0,3226
100	0,1638	0,1946	0,2301	0,2540	0,3211
101	0,1630	0,1937	0,2290	0,2528	0,3196
102	0,1622	0,1927	0,2279	0,2515	0,3181
103	0,1614	0,1918	0,2268	0,2504	0,3166
104	0,1606	0,1909	0,2257	0,2492	0,3152
105	0,1599	0,1900	0,2247	0,2480	0,3137
106	0,1591	0,1891	0,2236	0,2469	0,3123
107	0,1584	0,1882	0,2226	0,2458	0,3109
108	0,1576	0,1874	0,2216	0,2446	0,3095
109	0,1569	0,1865	0,2206	0,2436	0,3082
110	0,1562	0,1857	0,2196	0,2425	0,3068
111	0,1555	0,1848	0,2186	0,2414	0,3055
112	0,1548	0,1840	0,2177	0,2403	0,3042
113	0,1541	0,1832	0,2167	0,2393	0,3029
114	0,1535	0,1824	0,2158	0,2383	0,3016
115	0,1528	0,1816	0,2149	0,2373	0,3004
116	0,1522	0,1809	0,2139	0,2363	0,2991
117	0,1515	0,1801	0,2131	0,2353	0,2979
118	0,1509	0,1793	0,2122	0,2343	0,2967
119	0,1502	0,1786	0,2113	0,2333	0,2955
120	0,1496	0,1779	0,2104	0,2324	0,2943

Lampiran 7: Titik Persentase Distribusi

1. Titik Persentase Distribusi F = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
128	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
129	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
130	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
131	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
132	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
133	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
134	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
135	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74

2. Titik persentase distribusi t tabel

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –120)

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954