

ABSTRAK

Jawza Asyara Oktavian, 2025. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Generasi Z dalam Berinvestasi Emas Digital (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Siliwangi Tasikmalaya): Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi.

Investasi emas digital merupakan salah satu solusi investasi yang memudahkan nasabah untuk memiliki emas secara mudah, aman, dan syariah. Namun bagi generasi Z yang dikenal sangat melek teknologi dan aktif di dunia digital, Generasi Z ini seringkali tidak memiliki pengetahuan yang cukup tentang investasi emas digital. Banyak generasi Z belum tertarik untuk mempelajari investasi emas digital karena mereka tidak memiliki akses terhadap informasi yang menyeluruh tentang instrumen investasi ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa Universitas Siliwangi Tasikmalaya dalam berinvestasi emas digital. Faktor yang diteliti meliputi keingintahuan, kebutuhan, motivasi, pengetahuan dan informasi terhadap minat berinvestasi emas digital.

Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan menggunakan SEMPLS. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada mahasiswa Universitas Siliwangi yang memiliki *mobile banking* BSI.

Variabel keingintahuan (X1) berpengaruh signifikan terhadap minat (Y) dengan nilai t-statistik $> 1,96$ yaitu 3,731 dan nilai p value sebesar 0,000, maka hipotesis keingintahuan (X1) terhadap minat (Y) diterima. Variabel kebutuhan (X2) berpengaruh signifikan terhadap minat (Y) dengan nilai t-statistik $> 1,96$ yaitu 3,638 dan nilai p value sebesar 0,000, maka hipotesis kebutuhan (X2) terhadap minat (Y) diterima. Variabel motivasi (X3) tidak berpengaruh terhadap minat (Y) dengan nilai t-statistik $> 1,96$ yaitu 0,585 dan nilai p value sebesar 0,559, maka hipotesis motivasi (X3) terhadap minat (Y) ditolak. Variabel pengetahuan (X4) berpengaruh signifikan terhadap minat (Y) dengan nilai t-statistik $> 1,96$ yaitu 37,222 dan nilai p value sebesar 0,000, maka hipotesis pengetahuan (X4) terhadap minat (Y) diterima. Variabel informasi (X5) tidak berpengaruh terhadap minat (Y) dengan nilai t-statistik $< 1,96$ yaitu 1,132 dan nilai p value sebesar 0,258, maka hipotesis informasi (X5) terhadap minat (Y) ditolak. Penelitian ini masih dapat dikembangkan lebih lanjut dengan meneliti faktor lain yang belum dibahas, seperti pengaruh media sosial, tren ekonomi dalam minat generasi Z untuk berinvestasi emas digital. Selain itu, penelitian dengan cakupan lebih luas, seperti perbandingan antara mahasiswa dari berbagai universitas atau kota lain, dapat memberikan hasil yang lebih komprehensif.

Kata kunci: Minat, emas digital, generasi Z, Universitas Siliwangi.

ABSTRACT

Jawza Asyara Oktavian, 2025. Factors that Influence Generation Z's Interest in Investing in Digital Gold (Case Study of Students at Siliwangi University, Tasikmalaya): Sharia Economics Study Program, Faculty of Islamic Studies, Siliwangi University.

Digital gold investing is one of the investment solutions that allows users to hold gold in a simple, safe, and Sharia-compliant manner. However, despite their reputation for being very tech-savvy and active in the internet world, Generation Z frequently lacks appropriate knowledge regarding digital gold investment. Many members of Generation Z are not interested in learning more about digital gold investments because they lack access to detailed information about this investment instrument. The purpose of this study is to identify the factors influencing Siliwangi University Tasikmalaya students' interest in investing in digital gold. Curiosity, needs, motivation, knowledge, and information about digital gold investing were among the characteristics investigated.

The research method used is quantitative using SEMPLS. Data were collected through questionnaires distributed to Siliwangi University students who have BSI mobile banking.

The curiosity variable (X1) has a substantial effect on interest (Y) with a t-statistic value > 1.96 , 3.731, and a p-value of 0.000, implying that the hypothesis of curiosity (X1) on interest (Y) is accepted. The need variable (X2) has a substantial effect on interest (Y) with a t-statistic value > 1.96 (3.638) and a p-value of 0.000, implying that the hypothesis of need (X2) on interest (Y) is accepted. The motivation variable (X3) has no effect on interest (Y) with a t-statistic value > 1.96 , 0.585, and a p value of 0.559, hence the hypothesis of motivation (X3) on interest (Y) is rejected. The knowledge variable (X4) has a significant effect on interest (Y) with a t-statistic value > 1.96 , namely 37.222 and a p value of 0.000, so the hypothesis of knowledge (X4) on interest (Y) is accepted. The information variable (X5) does not affect interest (Y) with a t-statistic value < 1.96 , namely 1.132 and a p value of 0.258, so the hypothesis of information (X5) on interest (Y) is rejected. This research can still be developed further by examining other factors that have not been discussed, such as the influence of social media, economic trends in the interest of generation Z to invest in digital gold, and research with a broader scope.

Keywords: Interest, digital gold, generation Z, Siliwangi University