

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **A. Tinjauan Pustaka**

##### **1. Minat**

###### **a. Definisi Minat**

Minat menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu gairah ataupun keinginan<sup>11</sup>. minat didefinisikan sebagai kecenderungan perilaku seseorang terhadap suatu objek yang diinginkan, dimana objek tersebut dianggap berharga oleh orang tersebut<sup>12</sup>. Minat adalah rasa suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Minat mempunyai dampak yang besar atas perilaku dan sikap orang tersebut. Minat terdiri dari kombinasi emosi, harapan, kepercayaan, prasangka, ketakutan, maupun hal lain yang mendorong individu pada pilihan tertentu. Minat merupakan suatu motivasi yang mengarahkan seorang guna bertindak memenuhi suatu kebutuhan. Minat juga ialah proses memperhatikan serta melakukan hal-hal yang hendak membuat seseorang bahagia<sup>13</sup>. Di dalam belajarpun minat dapat menjadi sumber

---

<sup>11</sup> *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (PT. Gramedia Pustaka Utama, 2008), hlm 916.

<sup>12</sup> J. P Chaplin, *Kamus Psikologi Lengkap* (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2008), hlm 19.

<sup>13</sup> A. Susanto, *Teori Belajar Dan Pembelajaran Di Sekolah Dasar* (jakarta: Kencana, 2013).

motivasi yang kuat dalam mendorong seseorang untuk belajar<sup>14</sup>. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minatnya. Crow and Crow mengatakan bahwa minat berhubungan dengan berhubungan dengan gaya gerak yang mendorong seseorang untuk menghadapi atau berurusan dengan orang, benda, kegiatan, pengalaman yang dirangsang oleh kegiatan itu sendiri<sup>15</sup>.

Menurut pendapat lain yang dikemukakan oleh Mappiare yang menjelaskan bahwa minat adalah suatu perangkat mental yang terdiri dari campuran perasaan, harapan, pendidikan, rasa takut, atau kecenderungan lain yang menggerakkan individu pada suatu pilihan tertentu. Menurut sukardi<sup>16</sup> bahwa minat merupakan salah satu unsur kepribadian yang memegang peran penting dalam mengambil keputusan masa depan. Minat mengarahkan individu terhadap suatu objek atas dasar rasa senang atau rasa tidak senang. Perasaan senang atau tidak senang merupakan dasar suatu minat.

Menurut Sandjaja, minat merupakan suatu kecenderungan yang menyebabkan seseorang berusaha untuk mencari ataupun mencoba aktivitas aktivitas dalam bidang tertentu. Minat juga merupakan kecenderungan yang tetap untuk memperhatikan dan menikmati

---

<sup>14</sup> Yayat Suharyat, "Hubungan Antara Sikap, Minat Dan Perilaku Manusia," *Jurnal Region* 1, no. 3 (2009): 1–19.

<sup>15</sup> Djaali, *Psikologi Pendidikan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), hlm 121.

<sup>16</sup> Siti Rokhimah, "Pengaruh Dukungan Sosial Dan Efikasi Diri Terhadap Minat Melanjutkan Pendidikan Ke Perguruan Tinggi Pada Siswa SMA Negeri 1 Tenggarong Seberang," *Penambahan Natrium Benzoat Dan Kalium Sorbat (Antiinversi) Dan Kecepatan Pengadukan Sebagai Upaya Penghambatan Reaksi Inversi Pada Nira Tebu* 2, no. 3 (2014): 149–56.

suatu aktivitas disertai dengan rasa senang. Hal ini berarti minat berkaitan dengan proses seseorang menunjukkan perhatian dan fokus pada hal yang diminati, yang dilakukan secara terus menerus disertai perasaan senang dan memunculkan rasa puas<sup>17</sup>.

Teori minat menurut Holland mengatakan bahwa minat adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu<sup>18</sup>. Minat tidak timbul sendirian, ada unsur kebutuhan. Minat muncul ketika seseorang telah mendapatkan informasi yang cukup mengenai produk yang diinginkan dan memiliki kecenderungan untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan. Minat merujuk pada kemungkinan individu untuk mendapatkan produk tertentu dan juga merupakan aspek penting dalam menilai perilaku konsumen<sup>19</sup>. Minat mengandung unsur-unsur yang terdiri dari kognisi (menenal), emosi (perasaan), dan konasi (kehendak). Unsur kognisi, dalam arti minat itu didahului oleh pengetahuan dan informasi mengenai objek yang dituju oleh minat tersebut. Unsur emosi karena dalam partisipasi atau pengalaman itu disertai dengan perasaan tertentu (perasaan senang) sedangkan unsur konasi merupakan kelanjutan dari kedua unsur tersebut yaitu yang diwujudkan dalam bentuk kemauan dan hasrat

---

<sup>17</sup> Nurfi Lali Dwi Nastiti, *Buku Ajar Asesmen Minat Dan Bakat*, (Jawa Timur: UMSIDA PRESS,2020) hlm 6.

<sup>18</sup> Defriyanto Defriyanto and Neti Purnamasari, "Pelaksanaan Layanan Bimbingan Konseling Karir Dalam Meningkatkan Minat Siswa Dalam Melanjutkan Studi Kelas XII Di SMA Yadika Natar," *KONSELI: Jurnal Bimbingan Dan Konseling (E-Journal)* 3, no. 2 (2017): 207–18, <https://doi.org/10.24042/kons.v3i2.566>.

<sup>19</sup> Aditya Pradana, *Perilaku Konsumen Di Era Digital* (Jawa Tengah: Eureka Media Aksara, 2024) hal 68.

untuk melakukan suatu kegiatan, termasuk kegiatan yang diselenggarakan<sup>20</sup>.

Pengertian minat diatas dapat disimpulkan bahwa minat adalah kecenderungan atau kecenderungan seseorang terhadap sesuatu yang dianggap menarik, penting, atau bermanfaat, sehingga mendorong mereka untuk memusatkan perhatian, waktu, dan energi mereka pada hal tersebut. Minat biasanya berasal dari rasa ingin tahu, kebutuhan, atau pengalaman pribadi, tetapi juga dapat berasal dari lingkungan, informasi, atau dorongan sosial.

#### **b. Faktor – faktor yang mempengaruhi minat**

Adapun beberapa faktor yang mempengaruhi minat yaitu<sup>21</sup> :

- 1) Faktor Internal : faktor yang berasal dari dalam diri seseorang seperti keingintahuan, kebutuhan dan motivasi. Misalnya, seseorang mungkin tertarik untuk berinvestasi karena dorongan untuk mengamankan masa depan atau memenuhi kebutuhan finansial tertentu. Motivasi internal seperti keinginan untuk belajar hal baru atau mencapai tujuan jangka panjang juga memengaruhi keputusan individu.
- 2) Faktor Motif Sosial : Faktor ini berkaitan dengan pengetahuan dan informasi yang diterima dari berbagai sumber, seperti media, seminar, atau literatur tentang investasi. Informasi yang didapatkan

---

<sup>20</sup> Suharyat, “Hubungan Antara Sikap, Minat Dan Perilaku Manusia.”

<sup>21</sup> Iin Soraya, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Jakarta Dalam Mengakses Portal Media Jakarta Smart City,” *Jurnal Komunikasi* 6, no. 1 (2015): 10–23.

dari lingkungan sosial dapat membentuk persepsi dan minat seseorang terhadap suatu produk atau layanan, seperti investasi emas. Pengetahuan yang lebih mendalam akan mendorong seseorang untuk mengambil keputusan yang lebih terinformasi<sup>22</sup>.

- 3) Faktor Eksternal : dipengaruhi dari luar seperti keluarga, teman. Dukungan atau saran dari orang-orang terdekat sering kali menjadi faktor penentu dalam pengambilan Keputusan.<sup>23</sup>
- 4) Faktor Emosional : Faktor ini berisi tentang intensitas seseorang saat menanamkan perhatian pada objek atau kegiatan tertentu. mencakup emosi atau perasaan yang mempengaruhi keputusan seseorang, seperti rasa takut, harapan, atau kegembiraan.<sup>24</sup>

### c. Indikator minat

Minat dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut<sup>25</sup>:

#### 1) Keinginan

Mencerminkan dorongan internal seseorang untuk mencapai atau memiliki sesuatu

---

<sup>22</sup> Dwi Riana and Royda Royda, “Dampak Aktivitas Galeri Investasi Bei Terhadap Minat Berinvestasi (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Tridianti Palembang),” *Creative Research Management Journal* 4, no. 2 (2021): 94, <https://doi.org/10.32663/crmj.v4i2.2183>.

<sup>23</sup> Soraya, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Jakarta Dalam Mengakses Portal Media Jakarta Smart City.”

<sup>24</sup> Ibid

<sup>25</sup> Dedi Mulyadi Devina Nadila, Silfia, Dwi Epty, “Pemahaman Investasi, Motivasi Investasi Dan Minat Investasi Di Pasar Modal,” *Jurnal Pijar Studi Manajemen Dan Bisnis* 1, no. 3 (2023): 566–77, <https://e-journal.naureendigiton.com/index.php/pmb>.

## 2) Keyakinan

Keyakinan adalah tingkat kepercayaan seseorang terhadap suatu hal seperti keamanan, manfaat, hal ini dipengaruhi oleh pengalaman, pengetahuan, dan informasi yang dimiliki

## 3) Ketertarikan

Ketertarikan adalah respon emosional atau perhatian khusus terhadap sesuatu yang dianggap menarik, relevan, atau sesuai dengan kebutuhan dan tujuan individu.

## 2. Keingintahuan

### a. Definisi Keingintahuan

Keingintahuan adalah dorongan yang sangat penting untuk belajar dan mengeksplorasi hal-hal baru. Rasa ingin tahu memicu pencarian dan penemuan baru. Hal ini tidak hanya membantu memperoleh pengetahuan baru, tetapi juga menumbuhkan kebiasaan belajar yang akan bertahan seumur hidup<sup>26</sup>. Mereka yang memiliki rasa ingin tahu yang kuat cenderung lebih terbuka terhadap hal-hal baru, lebih gigih dalam menghadapi kesulitan, dan lebih mampu menghadapi tantangan dengan antusiasme<sup>27</sup>. *curiosity* diartikan sebagai dorongan yang kuat yang muncul dalam diri seseorang untuk memahami materi atau masalah yang sedang dihadapi.

---

<sup>26</sup> Laesti Nurishlah, Siti Mariam, and Mochammad Ramdan Samadi, "Kajian Studi Literatur: Memahami Keingintahuan Siswa Dalam Pembelajaran," *TA'DIB: Jurnal Pendidikan Agama Islam* 1, no. 1 (2023): 91–101, <https://doi.org/10.69768/jt.v1i1.26>.

<sup>27</sup> Ibid.

Rasa ingin tahu (curiosity) membuat seseorang termotivasi untuk terus menggali, dan menemukan jawaban dari masalah yang diberikan<sup>28</sup>. Rasa ingin tahu membuat manusia dapat memecahkan setiap permasalahan dan pemikiran yang ada di dalam pikirannya. Apabila rasa ingin tahu ini dapat dimanfaatkan dengan baik maka akan membawa manusia semakin mengerti dirinya sendiri. Lewat rasa ingin tahu membuat manusia mengetahui kebenaran. Segala sesuatu yang tampak nyata dalam hidup tidak sepenuhnya selalu benar. Apabila seseorang yang pikirannya dipenuhi dengan rasa ingin tahu maka dia tidak akan menerima mentah-mentah omongan seseorang, mereka akan selalu menggunakan pikirannya untuk mencari kebenaran dari omongan tersebut. Seorang yang memiliki rasa ingin tahu yang tinggi akan mencari informasi detail tentang segala sesuatu yang mereka pertanyakan<sup>29</sup>.

Teori yang dikemukakan oleh Harlen dalam penelitian Irna Hanifah menjelaskan bahwa keingintahuan sebagai bagian dari sikap ilmiah adalah suatu sikap yang selalu ingin mendapatkan jawaban yang benar dari objek yang diamati. Seseorang akan termotivasi untuk belajar karena adanya rasa ingin tahu yang timbul dari perasaan penasaran.<sup>30</sup>

---

<sup>28</sup> Aulia Sthephani and Fitriana Yolanda, "Analisis Pada Penyelesaian Analisis Kompleks: Curiosity Attitude Mahasiswa," *ANARGYA: Jurnal Ilmiah Pendidikan Matematika* 4, no. 1 (2021): 11–16.

<sup>29</sup> Zetriuslita, "Profil Sikap Ilmiah Rasa Ingin Tahu (Curiosity) Matematis Mahasiswa," *Jurnal Ilmu Pendidikan (JIP) STKIP Kusuma Negara Jakarta*, 2014, 41–46.

<sup>30</sup> Irna Hanifah Ameliah And Mumun Munawaroh, "Pengaruh Keingintahuan Dan Rasa Percaya Diri Siswa Terhadap Hasil Belajar Matematika Kelas Vii Mts Negeri I Kota Cirebon," *Eduma* :

### **b. Indikator keingintahuan**

Indikator dari keingintahuan yaitu<sup>31</sup> :

- 1) Bertanya tentang informasi atau masalah yang diberikan
- 2) Berkeinginan mengetahui hal secara rinci
- 3) Antusias/semangat dalam belajar sesuatu
- 4) Mencari informasi dari berbagai sumber

## **3. Kebutuhan**

### **a. Definisi Kebutuhan**

Kebutuhan adalah keinginan manusia terhadap barang dan jasa yang harus dipenuhi dan jika tidak dipenuhi akan berpengaruh terhadap keberlangsungan hidupnya atau memiliki efek negatif. Sebagai contoh, minum obat bagi orang yang sakit atau makan nasi bagi orang yang lapar dianggap sebagai kebutuhan karena jika tidak dipenuhi akan menyebabkan sakitnya menjadi lebih parah atau kondisi tubuh yang tidak nyaman karena lapar<sup>32</sup>.

Teori hierarki kebutuhan Maslow dalam penelitian Rony D Timuloba, di mana seseorang cenderung memiliki minat yang lebih tinggi terhadap sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhannya, baik itu kebutuhan fisiologis, sosial, maupun aktualisasi diri. Dalam

---

*Mathematics Education Learning And Teaching* 5, No. 1 (2016): 9–21, <https://doi.org/10.24235/Eduma.V5i1.598>.

<sup>31</sup> Ibid.

<sup>32</sup> Rahmat Gunawijaya, “Kebutuhan Manusia Dalam Pandangan Ekonomi Kapitalis Dan Ekonomi Islam,” *Al-Maslahah*, no. 112 (2017).

praktiknya, temuan ini dapat diimplementasikan dalam berbagai bidang, seperti pendidikan, pemasaran, dan pengembangan sumber daya manusia. Misalnya, dalam strategi pemasaran, ketika suatu produk atau layanan dikemas sebagai sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan, maka minat terhadap produk tersebut akan meningkat.<sup>33</sup>

#### **b. Faktor Yang Mempengaruhi Kebutuhan**

Faktor yang mempengaruhi kebutuhan seseorang, antara lain<sup>34</sup>:

- 1) Kondisi alam. Kondisi alam akan sangat berkaitan dengan kebutuhan yang harus dipenuhi manusia. Manusia akan melakukan usaha dan upaya untuk memenuhi kebutuhan berdasar dari kondisi alam dimana dirinya tinggal.
- 2) Pekerjaan. Setiap orang tentunya memiliki pekerjaan atau profesi yang berbeda satu sama lainnya yang menyebabkan kebutuhan hidup yang berbeda pula. Misalnya saja profesi guru tentunya memiliki kebutuhan yang tidak sama dengan profesi sebagai petani
- 3) Penghasilan. Faktor besar atau kecilnya penghasilan yang dimiliki setiap orang akan sangat mempengaruhi kebutuhan masing-masing

---

<sup>33</sup> Timuloba Rony D. et al., “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa ( Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Nusa Cendana ) Analysis Of Factors Influencing Interest In Entrepreneurship In Students,” *Jurnal Ekonomi & Ilmu Sosial* 4, no. 2 (2023): 203–13.

<sup>34</sup> Dila Arista et al., “Analisis Faktor-Faktor Kebutuhan Dan Peluang Masyarakat Menjadi Nasabah Di Bank Mandiri Syariah,” *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah* 3, no. 2 (2021): 125.

- 4) Usia. Kebutuhan yang dimiliki oleh tingkatan umur masing-masing akan berbeda.
- 5) Tingkat Kepuasan. Setiap orang tentunya memiliki tingkat kepuasan yang satu sama lainnya berbeda. Tingkat kepuasan inilah yang akhirnya akan berkaitan dengan kebutuhan hidup yang dimilikinya.

### c. Jenis-Jenis Kebutuhan

- 1) Kebutuhan Fisiologis (*Physiological Needs*), adalah kebutuhan dasar yang dibutuhkan manusia untuk bertahan hidup. Kebutuhan tersebut meliputi kebutuhan jasmani, seperti lapar, haus, kebutuhan tempat tinggal dan kebutuhan istirahat.
- 2) Kebutuhan Rasa Aman (*Safety Needs*), adalah kebutuhan tingkat kedua setelah kebutuhan dasar. Dimana hal ini merupakan kebutuhan perlindungan bagi fisik manusia misalnya keamanan dan perlindungan. Manusia membutuhkan perlindungan dari berbagai gangguan tindak kejahatan agar bisa hidup dengan aman dan nyaman, baik ketika berada di rumah maupun ketika berpergian. Keamanan secara fisik akan menyebabkan diperolehnya rasa aman secara psikis, karena konsumen tidak merasa was-was, khawatir, serta terancam jiwanya dimanapun dia berada.
- 3) Kebutuhan Sosial (*Social Needs*), manusia membutuhkan rasa cinta dari orang lain setelah kebutuhan dasar dan rasa aman terpenuhi,

yaitu rasa memiliki dan dimiliki, dihormati serta diterima oleh orang-orang sekelilingnya. Kebutuhan ketiga dari hierarki Maslow, yaitu kebutuhan sosial yang didasarkan bahwa manusia perlu untuk berhubungan langsung satu dengan yang lainnya. Pernikahan dan keluarga adalah cermin kebutuhan sosial, dimana keluarga adalah lembaga sosial yang mengikat anggota-anggotanya secara fisik dan emosional. Sesama anggota saling membutuhkan, saling menyayangi, saling melindungi dan mendukung.

- 4) Kebutuhan Ego (*Esteem Needs*), adalah kebutuhan keempat yaitu kebutuhan untuk berprestasi sehingga mencapai derajat yang lebih tinggi dari yang lainnya seperti halnya kepuasan pribadi, pengakuan dan status. Manusia tidak hanya puas dengan telah terpenuhinya kebutuhan dasar, rasa aman, dan sosial. Manusia memiliki ego yang kuat untuk bisa mencapai prestasi kerja dan karir yang lebih baik untuk dirinya maupun lebih baik dari orang lain.
- 5) Kebutuhan Aktualisasi Diri (*Self-Actualization Needs*), yaitu pengembangan pribadi dan realisasi. Kebutuhan kelima dari teori Maslow merupakan tingkatan tertinggi kebutuhan manusia, yang merupakan keinginan dari seorang individu untuk menjadikan dirinya sebagai orang terbaik sesuai dengan potensi dan kemampuan yang dimilikinya. Seseorang perlu mengekspresikan dirinya dalam suatu aktivitas untuk membuktikan dirinya bahwa dia mampu aktualisasi melakukan hal tersebut. Kebutuhan diri adalah keinginan untuk bisa

menyampaikan ide-ide, gagasan, dan sistem nilai yang diyakini orang lain<sup>35</sup>.

#### **d. Indikator Kebutuhan**

Menurut Robbins dan Coulter (2010) menyebutkan indikator-indikator dari kebutuhan aktualisasi diri adalah sebagai berikut<sup>36</sup>:

- 1) Kebutuhan Pertumbuhan, Kebutuhan pertumbuhan adalah kebutuhan untuk mengetahui dan memahami sesuatu, untuk tumbuh dan berkembang dengan dihargai orang lain.
- 2) Kebutuhan pencapaian potensi Kebutuhan pencapaian potensi adalah kebutuhan seseorang untuk mengembangkan potensi, kemampuan dan bakat yang ada dalam dirinya secara maksimal.
- 3) Kebutuhan pemenuhan diri Kebutuhan pemenuhan diri adalah kebutuhan untuk memenuhi keberadaan diri dengan memaksimalkan penggunaan kemampuan dan potensi yang ada dalam dirinya.
- 4) Kebutuhan dorongan Kebutuhan dorongan yaitu adanya dorongan dalam diri individu untuk mempertahankan keberadaan dirinya sesuai dengan potensi yang dimilikinya.

---

<sup>35</sup> Edwin Zusrony, *Perilaku Konsumen Di Era Modern*, Semarang, Yayasan Prima Agus Teknik, 2016, hlm 58.

<sup>36</sup> Ervina Erlita Tezar Arianto, "Analisis Pengaruh Kebutuhan Aktualisasi Diri, Penghargaan Dan Kebutuhan Sosial Terhadap Pengembangan Karir (Survei Pada PT. Bukit Angkasa Makmur Bengkulu Tengah)," *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis* 9, no. 1 (2021): 95–106, <https://doi.org/10.37676/ekombis.v9i1.1169>.

#### 4. Motivasi

##### a. Definisi Motivasi

Motivasi seringkali dimaksudkan dengan dorongan untuk menjalankan suatu tindakan atau perbuatan guna mencapai tujuan tertentu. Motivasi adalah proses pemberian dorongan yang dapat menentukan arah, ketekunan, dan intensitas seseorang untuk mencapai tujuan, serta memiliki pengaruh langsung terhadap psikologi individu<sup>37</sup>. Motivasi adalah dasar dari perilaku pelanggan, yang merupakan proses seseorang untuk memenuhi kebutuhannya dan memulai tindakan untuk mencapai kepuasan<sup>38</sup>. Minat masyarakat dalam berinvestasi emas digital akan mendorong motivasi seseorang untuk berani berinvestasi (Robbin, 2006) dalam Taufiqoh, dkk (2019). Hal itu membuktikan bahwa jika seseorang yang mempunyai ketertarikan untuk berinvestasi, maka bisa dipastikan dia akan menjalankan perilaku-perilaku yang bisa memenuhi keinginan mereka untuk menanamkan modalnya, misalnya ikut serta dalam berbagai training dan seminar mengenai investasi. Ketika kebutuhan, keinginan, dan permintaan seseorang belum terpenuhi, kekuatan dorongan dalam diri seseorang yang mendorong mereka untuk melakukan sesuatu dikenal sebagai motivasi. Motivasi merupakan

---

<sup>37</sup> Ririn Sarinah Syaeful Bakhri, Abdul Aziz, "Pengetahuan Dan Motivasi Untuk Menumbuhkan Minat Berinvestasi Pada Mahasiswa," *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi* Volume 15 (2020).

<sup>38</sup> Jefri Putri Nugraha et al., *Teori Perilaku Konsumen* (Penerbit NEM, 2021).

satu penggerak dari dalam diri seseorang untuk melakukan atau mencapai suatu tujuan<sup>39</sup>.

Motivasi juga bisa dikatakan sebagai rencana atau keinginan untuk menuju kesuksesan dan menghindari kegagalan hidup. Dengan kata lain motivasi adalah sebuah proses untuk tercapainya suatu tujuan. Seseorang yang mempunyai motivasi berarti ia telah mempunyai kekuatan untuk memperoleh kesuksesan dalam kehidupannya<sup>40</sup>.

Teori Motivasi menurut Maslow dalam penelitian Akhmad Darmawa bahwa manusia memiliki kebutuhan yang bertingkat, dan setiap kebutuhan harus dipenuhi secara berurutan sebelum bisa naik ke tingkat berikutnya. Maslow menyatakan bahwa motivasi muncul berdasarkan kebutuhan yang belum terpenuhi. Jika kebutuhan dasar belum terpenuhi, seseorang tidak akan terlalu fokus pada kebutuhan yang lebih tinggi. Teori Motivasi Maslow adalah teori psikologi yang dikembangkan oleh Abraham Maslow untuk menjelaskan bagaimana kebutuhan manusia mempengaruhi motivasi mereka. Teori ini dikenal sebagai Hierarki Kebutuhan Maslow, yang menyatakan bahwa manusia memiliki lima tingkatan kebutuhan, dan mereka akan

---

<sup>39</sup> Hamzah B Uno, *Teori Motivasi Dan Pengukurannya: Analisis Di Bidang Pendidikan* (Bumi Aksara, 2023).

<sup>40</sup> Ekawati Rahayu, *Perilaku Konsumen Pengembangan Konsep Dan Praktek Dalam Pemasaran* (Yogyakarta: Idea Press Yogyakarta, 2021) hlm 27.

terdorong untuk memenuhi kebutuhan yang lebih rendah terlebih dahulu sebelum berusaha memenuhi kebutuhan yang lebih tinggi.<sup>41</sup>

Dorongan kemudian memicu perilaku untuk mencapai tujuan atau memenuhi kebutuhan. Ini terjadi bersama dengan proses kognitif (berfikir) dan pengetahuan yang telah dipelajari sebelumnya. Jadi, jika seseorang memiliki motivasi yang tinggi untuk sesuatu, dia akan terdorong untuk berperilaku untuk menguasai sesuatu itu<sup>42</sup>.

#### **b. Fungsi Motivasi**

Motivasi dapat diartikan sebagai sumber penggerak bagi setiap konsumen untuk melakukan suatu Tindakan agar tujuan dan harapan dapat tercapai. Pada prinsipnya motivasi mempunyai tiga fungsi antara lain<sup>43</sup> :

- 1) Mendorong manusia untuk berbuat, dalam arti motivasi penggerak dari setiap kegiatan yang akan dikerjakan
- 2) Menentukan arah perbuatan, sehingga motivasi dapat memberikan arah dan kegiatan yang harus dikerjakan sesuai dengan rumusan tujuan

---

<sup>41</sup> Akhmad Darmawan, Kesih Kurnia, and Sri Rejeki, "Pengetahuan Investasi, Motivasi Investasi, Literasi Keuangan Dan Lingkungan Keluarga Pengaruhnya Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal," *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan* 8, no. 2 (2019): 44–56, <https://doi.org/10.32639/jiak.v8i2.297>.

<sup>42</sup> Edwin Zusrony, *Perilaku Konsumen Di Era Modern*. Semarang, yayasan Prima Agus Teknik, 2016, hlm 49

<sup>43</sup> Supriyadi Meitiana, *Buku Ajar Perilaku Konsumen* (Jawa Tengah: CV Arta Media, 2023).

- 3) Menyelesaikan perbuatan yang harus dikerjakan yang serasi untuk mencapai tujuan, dengan menyisihkan perbuatan yang tidak bermanfaat bagi tujuan tersebut.

**c. Indikator Motivasi**

Menurut Hazkia Elfran Mawey (2013), Indikator-indikator motivasi sebagai berikut<sup>44</sup> :

- 1) Harga produk, merupakan nilai keseluruhan dari penawaran termasuk nilai dari semua bahan mentah dan jasa yang dipakai untuk membuat suatu penawaran.
- 2) Kualitas produk, merupakan syarat agar suatu nilai dari produk memungkinkan untuk bisa memuaskan pelanggan sesuai harapan.
- 3) Ketersediaan barang, merupakan aset lancar dalam bentuk barang atau perlengkapan yang dimaksudkan untuk mendukung kegiatan operasional pemerintah, dan barang-barang yang dimaksudkan untuk dijual dan /atau diserahkan dalam rangka pelayanan kepada masyarakat.
- 4) Trend terhadap produk di lingkungan sosial, produk yang akan dipasarkan kepada masyarakat dengan tujuan mengubah perilaku dan sikap kelompok masyarakat tersebut.

---

<sup>44</sup> Ita Purnama Nurul Fadilla, "Pengaruh Sikap Dan Motivasi Konsumen Terhadap Minat Beli Pada Toko Dillaaa," *Journal of Student Research (JSR)* 1, no. 1 (2023): 1–13.

## 5. Pengetahuan

### a. Definisi Pengetahuan

Pengetahuan berasal dari kata “tahu”, dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia kata tahu memiliki arti antara lain mengerti sesudah melihat (menyaksikan, mengalami, dan sebagainya), mengenal dan mengerti<sup>45</sup>. Mubarak mendefinisikan pengetahuan sebagai segala sesuatu yang diketahui berdasarkan pengalaman manusia dan akan berkembang seiring dengan proses pengalaman. Pengetahuan seseorang tentang suatu objek mengandung dua aspek yaitu aspek positif dan aspek negatif. Kedua aspek ini akan menentukan sikap seseorang, semakin banyak aspek positif dan objek yang diketahui, maka akan menimbulkan sikap positif terhadap objek tertentu<sup>46</sup>.

Menurut Mastura, dkk yang terdapat dalam kutipan Tia Nur Faridah menyatakan bahwa pengetahuan Investasi yaitu pemahaman yang dimiliki seseorang mengenai bagaimana cara berinvestasi. Pengetahuan investasi didapatkan berdasarkan jenjang pendidikan dan pengalaman dalam berinvestasi baik pengalaman pribadi maupun pengalaman orang lain. Pengetahuan investasi menjadi dasar yang sangat penting dimiliki bagi investor sebelum melakukan investasi hal

---

<sup>45</sup> Darsini, Fahrurrozi, and Eko Agus Cahyono, “Pengetahuan; Artikel Review,” *Jurnal Keperawatan* 12, no. 1 (2019): 97.

<sup>46</sup> Edwin Danie Olsa, Delmi Sulastris, and Eliza Anas, “Hubungan Sikap Dan Pengetahuan Ibu Terhadap Kejadian Stunting Pada Anak Baru Masuk Sekolah Dasar Di Kecamatan Nanggalo,” *Andalas Journal of Health* 6, no. 3 (2017): 523–29.

tersebut untuk menghindari kegagalan dalam berinvestasi dipasar modal<sup>47</sup>.

Teori yang dikatakan oleh Mulyadi yang terdapat dalam penelitian Sulis Rahmawati menyatakan bahwa terdapat indikator *product knowledge*, *purchase knowledge* dan *usage knowledge* yang memiliki peran yang penting dalam penelitian tentang perilaku minat dalam suatu produk. Seseorang dengan tingkat *product knowledge*, *purchase knowledge* dan *usage knowledge* yang tinggi akan mengevaluasi sebuah produk berdasarkan kualitasnya karena mereka percaya dengan tingkat pengetahuan yang dimilikinya. Karenanya, sangat mungkin mereka akan lebih menyadari akan nilai dari sebuah produk dan selanjutnya dan naik pada tahap keinginan untuk membeli.<sup>48</sup>

#### **b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengetahuan**

Faktor-faktor yang mempengaruhi pengetahuan dibagi menjadi

(3) tiga hal, antara lain<sup>49</sup>:

- 1) Pendidikan, Merupakan sebuah proses perubahan sikap dan tata laku seseorang atau kelompok dan juga usaha mendewasakan manusia melalui upaya pengajaran dan pelatihan.

---

<sup>47</sup> Tia Nur Faridah and Damayanti Damayanti, "Pengaruh Teknologi Informasi, Pengetahuan Investasi Dan Motivasi Investasi Terhadap Minat Investasi Mahasiswa," *J-MACC: Journal of Management and Accounting* 6, no. 1 (2023): 57–67, <https://doi.org/10.52166/j-macc.v6i1.4153>.

<sup>48</sup> sulis Rahmawati, "Pengaruh Pengetahuan Dan Persepsi Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi Studi Kasus Pada Mahasiswa Ekonomi Syariai Pascasarjana UIN Malang 2020 Dan 2021," *Braz Dent J.* (2022).

<sup>49</sup> Edwin Zusrony, *Perilaku Konsumen Di Era Modern*, Semarang, Yayasan Prima Agust Teknik, 2016, hlm 82.

- 2) Media, Media secara khusus didesain untuk mencapai masyarakat yang sangat luas.
- 3) Informasi, Merupakan sesuatu yang diketahui, selain itu teknologi informasi yakni sebagai suatu teknik untuk pengumpulan, menyiapkan, menyimpan, mengumumkan, menganalisis dan menyebarkan informasi dengan tujuan tertentu.

### **c. Indikator Pengetahuan**

Pengetahuan konsumen adalah semua informasi yang dimiliki oleh konsumen mengenai investasi dengan indikator<sup>50</sup>:

- 1) Mengetahui tujuan investasi
- 2) Mengetahui tentang resiko investasi
- 3) Mengetahui tentang tingkat pengembalian atau (return) investasi
- 4) Mengetahui instrumen investasi pasar modal dan pengetahuan umum tentang investasi pasar modal lainnya.

## **6. Informasi**

### **a. Definisi Informasi**

Informasi adalah hasil dari pemrosesan data yang relevan dan memiliki manfaat bagi penggunaannya. Pengertian informasi menurut Tukino informasi merupakan sebuah data yang dikelola menjadi

---

<sup>50</sup> Nurfadilah Nurfadilah, Ika Wahyuni, and Ida Subaida, "Pengaruh Pengetahuan Investasi Dan Kemajuan Teknologi Terhadap Keputusan Investasi Dengan Minat Investasi Sebagai Variabel Intervening (Studi Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Abdurachman Saleh Situbondo)," *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)* 1, no. 8 (2022): 1630, <https://doi.org/10.36841/jme.v1i8.2209>.

sesuatu yang lebih bernilai tinggi bagi penerima guna untuk membantu membuat sebuah pengambilan keputusan<sup>51</sup>.

Melalui suatu tahapan menjadi informasi penerima kemudian akan menerima informasi tersebut lalu membuat suatu keputusan serta melakukan tindakan yang berarti menghasilkan satu tindakan yang lain akan membuat sejumlah data kembali. Data tersebut akan ditangkap sebagai input diproses kembali lewat suatu model/tahap seterusnya membentuk satu siklus<sup>52</sup>.

Menurut Mastura, dkk dalam kutipan Tia Nur Faridah menyatakan bahwa informasi yaitu sarana yang dapat menghubungkan berbagai data menjadi sebuah informasi penting yang dapat di akses melalui berbagai media yang saling berhubungan melalui internet. Kemajuan informasi melekat pada dunia investasi dipasar modal. Kemajuan informasi mampu memberikan sarana dan prasarana yang mampu mendukung kegiatan investasi semakin mudah bagi para investor, karena dengan adanya informasi para investor akan lebih mudah dalam memantau pergerakan saham melalui smartphone, laptop dan berbagai alat pendukung lainnya. Dengan adanya informasi yang tersedia para investor juga dapat memantau pergerakan saham dimanapun dan kapanpun sesuai keinginan yang dikehendakinya<sup>53</sup>.

---

<sup>51</sup> Maydianto and Muhammad Rasid Ridho, "Rancang Bangun Sistem Informasi Point of Sale Dengan Framework Codeigniter Pada Cv Powershop," *Jurnal Comasie* 02 (2021): 50–59.

<sup>52</sup> Edwin Zusrony, *Perilaku Konsumen Di Era Modern*, Semarang, Yayasan Prima Agus Teknik, 2016, hlm 145.

<sup>53</sup> Faridah and Damayanti, "Pengaruh Teknologi Informasi, Pengetahuan Investasi Dan Motivasi Investasi Terhadap Minat Investasi Mahasiswa."

Menurut Mustaka dalam penelitian Tia Nur Faridah, informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi. Kemudahan dan cukupnya informasi menjadi pertimbangan dalam melakukan aktifitas investasi. Adanya informasi dapat menjadi sarana pendukung investasi dengan mudah dan aman. Informasi yang akurat, transparan, dan mudah diakses memungkinkan investor untuk mengambil keputusan yang tepat dalam berinvestasi<sup>54</sup>. Selain itu, penyebaran informasi yang baik juga dapat meningkatkan kepercayaan investor terhadap pasar atau instrumen investasi yang dipilih. Dengan demikian, semakin tinggi kualitas dan ketersediaan informasi, semakin besar pula peluang peningkatan minat masyarakat dalam berinvestasi.<sup>55</sup>

Pengertian informasi dapat disimpulkan bahwa informasi merupakan sesuatu yang mengandung makna yang sangat penting dalam kegiatan proses pengambilan keputusan. Karena informasi harus benar– benar bebas dari kesalahan – kesalahan yang menyesatkan dan informasi itu sendiri itu mengandung nilai penuh yakni keakuratan, tepat waktu, dan relevan.

---

<sup>54</sup> Nurishlah, Mariam, and Ramdan Samadi, “Kajian Studi Literatur: Memahami Keingintahuan Siswa Dalam Pembelajaran.”

<sup>55</sup> Damayanti Tia Nur Faridah, “Pengaruh Teknologi Informasi, Pengetahuan Investasi Dan Motivasi Investasi Terhadap Minat Investasi Mahasiswa” 6, no. 1 (2023).

## **b. Indikator Informasi**

Berikut merupakan indikator-indikator informasi yaitu<sup>56</sup>:

- 1) Akurasi: informasi yang dihasilkan oleh sistem informasi harus akurat karena sangat berperan bagi pengambilan keputusan. Informasi yang akurat berarti harus bebas dari kesalahan dan bebas dari bias.
- 2) Kelengkapan dari kualitas informasi adalah kelengkapan isi dari informasi yang dihasilkan oleh sistem informasi. Informasi yang lengkap adalah informasi yang mencakup seluruh informasi yang dibutuhkan oleh pengguna sistem informasi tersebut.
- 3) Format (Bentuk) penyajian informasi yang dihasilkan oleh sistem informasi, menggambarkan kualitas informasi sistem informasi tersebut. Jika penyajian informasi dalam bentuk yang tepat maka informasi yang dihasilkan dianggap berkualitas sehingga memudahkan pengguna untuk memahami informasi yang dihasilkan.
- 4) Ketepatan Waktu, kualitas informasi dari sistem informasi dapat dikatakan baik jika informasi yang dihasilkan tepat waktu, bila informasi yang dibutuhkan terlambat, maka hal ini akan berpengaruh dalam kecepatan pengambilan keputusan, dan bila

---

<sup>56</sup> Ni Made Wahyuni Ni Luh mega, Ni Luh Putu, "Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Informasi Terhadap Minat Konsumen Berbelanja Kembali Di Zalora," *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis* 2, no. 2 (2020): 127, <https://doi.org/10.38043/jimb.v2i2.2337>.

pengambilan keputusan terlambat maka akan berakibat fatal terhadap pengguna maupun organisasi.

- 5) Relevansi, kualitas informasi suatu sistem informasi dikatakan baik bila relevan terhadap kebutuhan pengguna, bila informasi yang dihasilkan relevan, maka informasi tersebut akan berguna. Relevansi informasi untuk tiap-tiap pengguna berbeda satu dengan yang lain.

## 7. Generasi Z

### a. Definisi Generasi Z

Generasi Z tumbuh di tengah-tengah ledakan teknologi digital. Mereka adalah generasi pertama yang tumbuh dengan akses penuh terhadap internet, perangkat pintar, media sosial, dan berbagai inovasi teknologi lainnya. Generasi Z atau penduduk asli era digital lahir di dunia digital dengan teknologi lengkap *Personal Computer* (PC), ponsel, perangkat gaming dan internet<sup>57</sup>. Mereka menghabiskan waktu luang untuk menjelajahi web, lebih suka tinggal di dalam ruangan dan bermain online daripada pergi keluar dan bermain di luar ruangan<sup>58</sup>. Barhate dan Dirani mendefinisikan Generasi Z sebagai generasi yang lahir pada tahun 1995-

---

<sup>57</sup> Danang Sunyoto, "Mengasah Generasi Z: Keterampilan Kunci Untuk Bersaing Di Era Teknologi Dan Kreativitas," 2024.

<sup>58</sup> Sirajul Fuad Zis, Nursyirwan Effendi, and Elva Ronaning Roem, "Perubahan Perilaku Komunikasi Generasi Milenial Dan Generasi Z Di Era Digital," *Satwika : Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial* 5, no. 1 (2021): 69–87, <https://doi.org/10.22219/satwika.v5i1.15550>.

2012<sup>59</sup>. Generasi internet bertumbuh dan berkembang seiring dengan digitalisasi di berbagai aspek. Mereka ahli dalam mengoperasikan berbagai media teknologi (*digital natives*) dan memiliki karakter unik *multi-tasking* yang membedakan dengan generasi sebelumnya<sup>60</sup>.

Mereka tumbuh dalam lingkungan di mana akses terhadap informasi melalui internet sangat mudah. Mereka memiliki peluang untuk belajar secara mandiri, mengakses berbagai sumber daya pendidikan, dan terlibat dalam pembelajaran online<sup>61</sup>. Generasi Z terkenal karena keterlibatan mereka dalam media sosial. Mereka berkomunikasi, berbagi pengalaman, dan membangun jejaring sosial mereka melalui platform-platform seperti *Instagram*, *TikTok*, dan *Snapchat*. Ini memengaruhi cara mereka membangun hubungan dan berinteraksi secara sosial. Memahami teknologi terkini menjadi sangat penting, terutama di era yang terus berkembang ini.

Pengaruh teknologi ini telah memberikan dampak besar pada cara mereka berkomunikasi, belajar, dan berinteraksi dengan dunia. Perkembangan sosial seperti globalisasi, perkembangan hak asasi manusia, dan perubahan nilai-nilai sosial telah memengaruhi pola

---

<sup>59</sup> Dian Ratna Sawitri, "Perkembangan Karier Generasi Z: Tantangan Dan Strategi Dalam Mewujudkan SDM Indonesia Yang Unggul," *Angewandte Chemie International Edition* 3, no. 1 (2021): 10–27, <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>.

<sup>60</sup> Lintang Citra Christiani and Prinisia Nurul Iksari, "Generasi Z Dan Pemeliharaan Relasi Antar Generasi Dalam Perspektif Budaya Jawa," *Jurnal Komunikasi Dan Kajian Media* 4, no. 2 (2020): 84–105.

<sup>61</sup> Danang Sunyoto, "Mengasah Generasi Z," (Jawa Tengah: Eureka Media Aksara, 2024), hlm 1–22.

pikir dan pandangan hidup Generasi Z<sup>62</sup>. Mereka tumbuh dalam era di mana diversitas dihargai, dan isu-isu sosial seperti lingkungan, kesetaraan gender, dan keadilan menjadi sangat penting<sup>63</sup>.

Generasi ini dipengaruhi secara signifikan oleh teknologi, yang membentuk cara mereka bekerja, berkomunikasi, dan belajar. Generasi Z tumbuh di era komputer dan internet, yang memungkinkan mereka mengakses informasi secara cepat dan membangun jaringan di seluruh dunia<sup>64</sup>. Mereka juga lebih suka hiburan digital, belanja online, dan pendidikan berbasis teknologi. Untuk memanfaatkan peluang yang ada dan mengatasi tantangan yang muncul, Generasi Z perlu memperoleh literasi digital yang penting seiring perkembangan teknologi.

Generasi Z, yang lahir dan tumbuh dengan teknologi, memiliki kemampuan untuk cepat menyesuaikan diri dengan berbagai platform digital, termasuk dalam hal investasi emas<sup>65</sup>. Dengan kemampuan digital mereka yang kuat, mereka cenderung memanfaatkan kemudahan investasi emas digital, yang memungkinkan transaksi yang aman dan cepat melalui aplikasi ponsel. Selain itu, teknologi memungkinkan transparansi dalam

---

<sup>62</sup> Meuthia Putri et al., “Pengaruh Teknologi Terhadap Perkembangan Islam Di Era Remaja Milenial,” *Jurnal Informatika Dan Teknologi Pendidikan* 2, no. 2 (2022): 49–55, <https://doi.org/10.25008/jitp.v2i2.37>.

<sup>63</sup> Ibid

<sup>64</sup> Harmelia Tulak and Susanna Vonny Rante Noviana, “Strategi Pembelajaran Bahasa Bagi Generasi Z: Sebuah Tinjauan Sistematis,” *Jurnal Pendidikan Edutama (JPE)* 6, no. 2 (2019): 31–45.

<sup>65</sup> Muhammad Misbakul Munir, *Islamic Finance for Gen Z Karakter Dan Kesejahteraan Finansial Untuk Gen Z: Penerapan Islamic Finance Sebagai Solusi* (CV. Green Publisher Indonesia, 2023).

proses investasi, memberi Generasi Z lebih percaya diri dalam membuat keputusan dan mendorong mereka untuk menggunakan emas sebagai instrumen investasi yang aman dan dapat diandalkan saat ekonomi berubah<sup>66</sup>.

#### **b. Karakteristik Generasi Z**

Generasi Z lahir di era teknologi canggih di mana internet merambah semua orang. Generasi NET juga dikenal sebagai Generasi Z karena mereka sangat tergantung pada teknologi. Mereka adalah generasi yang sangat fasih teknologi, *tech-savvy*, *web-savvy*, *appfriendly generation*, generasi sangat sangat fasih dan sangat tergantung pada teknologi informasi dan aplikasi computer<sup>67</sup>.

Gazali, menjelaskan tentang karakteristik Generasi Z adalah<sup>68</sup>:

- 1) *Multi-Tasking*. Generasi Z ini dapat mengerjakan beberapa pekerjaan secara bersamaan, mereka bisa mengetik di laptop sembari mendengarkan lagu dari internet, mengakses media sosial melalui gawai, mencari referensi penting untuk menyelesaikan tugas, dan menonton TV.
- 2) Teknologi. Mereka adalah generasi yang memiliki ketergantungan yang tinggi terhadap teknologi, terutama yang berbasis internet.

---

<sup>66</sup> Maghfirah Nur Fadilah et al., "Review Faktor Penentu Keputusan Investasi Pada Generasi Z & Millenial," *Manajemen* 2, no. 1 (2022): 17–29, <https://doi.org/10.51903/manajemen.v2i1.112>.

<sup>67</sup> Dewa Made Alit and Ni Luh Putu Tejawati, "Smart Classroom: Digital Learning Generation Z and Alpha," *Seminar Nasional (PROSPEK II) "Transformasi Pendidikan Melalui Digital Learning Guna Mewujudkan Merdeka Belajar*," no. Prospek Ii (2023): 277–88.

<sup>68</sup> Yuli Kristyowati and MTh Sekolah Tinggi Theologi Indonesia Manado, "Generasi 'Z' Dan Strategi Melayaninya" 02, no. 1 (2021): 23–34, <https://doi.org/10.31219/osf.io/w3d7s>.

Rata-rata per hari mereka bisa menghabiskan waktu 3-5 jam untuk mengakses media sosial.

- 3) Terbuka. Berkat media sosial tersebut, mereka adalah generasi yang terbuka terhadap hal-hal baru, mudah penasaran terhadap kebaruan termasuk mencoba hal-hal baru.
- 4) Audio-visual. Mereka adalah generasi yang lebih menikmati audio dan visual ketimbang teks tulisan, sehingga gambar, video, grafis dan bentuk audio-visual lainnya lebih disukai.
- 5) Kreatif. Banyaknya informasi yang didapatkan melalui gadget yang dimilikinya, menjadikan mereka sebagai sosok yang kreatif.
- 6) Inovatif. Mereka adalah sosok yang tidak puas dengan keadaan hari ini, karena itulah, mereka berusaha untuk memunculkan inovasi-inovasi yang dapat mempermudah hidupnya.
- 7) Kritis. Dengan teknologi di genggamannya, mereka dapat mengakses beragam informasi secara acak, sehingga menjadikan mereka kritis dalam membaca sesuatu karena sumber yang dibaca tidak pernah tunggal.
- 8) Kolaborasi. Di tangan mereka, era kompetisi seakan berakhir. Mereka lebih menikmati kolaborasi sesama generasi mereka untuk memecahkan masalah yang dihadapinya.

## 8. Investasi Emas

### a. Pengertian investasi emas

Investasi dapat didefinisikan sebagai penundaan konsumsi sekarang untuk digunakan dalam produksi yang efisien selama periode waktu tertentu. Kegiatan investasi yang dilakukan oleh masyarakat secara terus menerus akan meningkatkan kegiatan ekonomi dan kesempatan kerja, meningkatkan pendapatan nasional dan meningkatkan taraf kemakmuran masyarakat. Peranan ini bersumber dari tiga fungsi penting dari kegiatan investasi, yakni (1) investasi merupakan salah satu komponen dari pengeluaran agregat, sehingga kenaikan investasi akan meningkatkan permintaan agregat, pendapatan nasional serta kesempatan kerja; (2) penambahan barang modal sebagai akibat investasi akan menambah kapasitas produksi; (3) investasi selalu diikuti oleh perkembangan teknologi<sup>69</sup>.

Investasi biasanya dijadikan pembelanjaan atau pengeluaran penanam modal atau perlengkapan produksi untuk menambah kemampuan memproduksi barang-barang dan jasa-jasa yang tersedia dalam perekonomian. Investasi dilakukan didasari oleh adanya kebutuhan masa depan atau kebutuhan saat ini yang belum mampu untuk dipenuhi saat ini, adanya keinginan untuk menambah nilai asset, serta adanya kebutuhan untuk melindungi nilai asset yang

---

<sup>69</sup> Destina Paningrum, *Buku Referensi Investasi Pasar Modal*, (Kediri: Lembaga Chakra Brahmanda Lentera, 2022), hlm 1.

dimiliki. Umumnya investasi dibedakan menjadi dua, yaitu investasi pada asset-asset berwujud (*real asset*) dan investasi pada asset-asset financial (*financial asset*)<sup>70</sup>.

Emas menjadi sesuatu yang menarik untuk dijadikan investasi karena harga komoditas emas dalam bentuk rupiah telah terbukti naik secara terus menerus. Emas masih jadi pilihan investasi yang aman. Komoditas emas juga mengikuti alur inflansi sehingga ketika inflansi tinggi, saat itulah harga emas juga melambung tinggi<sup>71</sup>. Investasi emas merupakan salah satu instrument investasi yang melindungi nilai mata uang dan memiliki sifat *Zero Inflation*<sup>72</sup>. Dalam QS. At-Taubah ayat 34 menjelaskan mengenai investasi emas.

﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّ كَثِيرًا مِّنَ الْأَحْبَارِ وَالرُّهْبَانِ لِيَآكُلُوا  
أَمْوَالَ النَّاسِ بِالْبَاطِلِ وَيَصُدُّونَ عَن سَبِيلِ اللَّهِ وَالَّذِينَ يَكْنِزُونَ  
الذَّهَبَ وَالْفِضَّةَ وَلَا يَنْفِقُونَهَا فِي سَبِيلِ اللَّهِ فَبَشِّرْهُمْ بِعَذَابٍ أَلِيمٍ

Artinya: "Wahai orang-orang yang beriman,

*sesungguhnya banyak dari para rabi dan rahib benar-benar memakan harta manusia dengan batil serta memalingkan (manusia) dari jalan Allah. Orang-orang yang menyimpan emas dan perak, tetapi tidak menginfakkannya di jalan*

<sup>70</sup> Ibid.

<sup>71</sup> Joko Salim, *Jangan Investasi Emas Sebelum Baca Buku Ini* (Jakarta Selatan: Transmedia Pustaka, 2010) hlm 1.

<sup>72</sup> Fathihani Fathihani et al., "Sosialisasi Investasi Emas Digital Bagi Generasi Millennial Di Pulau Tidung," *Lentera Pengabdian* 1, no. 03 (2023): 327–37, <https://doi.org/10.59422/lp.v1i03.113>.

*Allah, berikanlah kabar ‘gembira’ kepada mereka (bahwa mereka akan mendapat) azab yang pedih (At-Taubah :34)<sup>73</sup>.*

Di Era yang Modern ini Investasi emas dapat dilakukan secara online melalui berbagai platform digital, penggunaan dapat membeli emas dengan mudah dan aman tanpa harus memiliki emas fisik. Metode ini dianggap bijak karena mengurangi risiko penyimpanan dan pencurian serta memberikan fleksibilitas dalam transaksi, seperti pembelian emas dalam jumlah kecil sesuai kemampuan finansial. Selain itu, platform digital sering menawarkan fitur tambahan, seperti kemudahan jual-beli akses investasi yang lebih luas, dan pemantauan harga emas secara *real-time*. Ini menjadikannya Solusi modern yang praktis dan menguntungkan investor.<sup>74</sup>

Investasi emas digital adalah salah satu jenis yang memungkinkan investor membelinya secara online tanpa membutuhkan penyimpanan. Salah satu platform penyedia layanan investasi emas dan logam mulia ini adalah *mobile banking* BSI, yang menawarkan cara mudah, aman, dan praktis untuk membeli emas. Karena nilai emas terus meningkat setiap tahun, itu menjadi salah satu instrumen investasi jangka panjang yang paling aman<sup>75</sup>.

---

<sup>73</sup> Qur'an Surat At-Taubah, Qur'an Kemenag, *accessed* Oktober 01, 2024 "QuranKemenagInMsWord-64-3," n.d.

<sup>74</sup> Pusat Data dan Analisa Tempo, *Mengenal Potensi Investasi Emas*, Tempo Publishing, 2021 hlm 30.

<sup>75</sup> Fathihani et al., "Sosialisasi Investasi Emas Digital Bagi Generasi Millenial Di Pulau Tidung.", Jurnal Lentera Pengabdian, Volume 01 No 03 Juli 2023 E ISSN : 2985-6140

Investasi emas digital adalah aplikasi atau platform digital yang memungkinkan investor membeli dan menjual emas secara online melalui aplikasi atau platform lainnya. Investor dapat membeli emas dalam bentuk fisik atau non-fisik. Selain itu, platform investasi emas digital biasanya menawarkan harga emas yang kompetitif dan layanan penyimpanan emas yang aman di gudang<sup>76</sup>.

#### **b. Manfaat Investasi Emas**

Adapun manfaat dari investasi emas yaitu<sup>77</sup> :

##### **1) Menghindarkan dari Inflansi**

Inflansi yang terjadi setiap tahunnya membuat nilai aset berkurang dengan melakukan investasi emas maka aset juga akan berkembang menghasilkan nilai tambah sehingga bisa mengimbangi gerusan inflansi. Emas cenderung mempertahankan atau bahkan meningkatkan nilainya seiring waktu, terutama saat terjadi inflasi. Ini karena emas sering dianggap sebagai "*safe haven*" atau aset yang aman saat nilai mata uang turun.

##### **2) Meningkatkan nilai uang/kekayaan**

Manfaat dan tujuan investasi adalah untuk meningkatkan nilai kekayaan. Jika investasi emas yang harganya naik setiap tahunnya tentu saja hal ini akan menjadi sumber penghasilan

---

<sup>76</sup> Hanifah Ekawati and Yunita, "Penerapan Metode MOOSRA Dalam Rekomendasi Platform Investasi Emas Online Terbaik Dengan Pembobotan ROC," *Jurnal Media Informatika Budidarma* 7, no. 2 (2023): 778–86, <https://doi.org/10.30865/mib.v7i2.6063>.

<sup>77</sup> Panuwun Budi, *Investasi Anak Muda Masa Kini* (Yogyakarta: Pustaka Referensi, 2023).

tambahan untuk meningkatkan harta. Bahkan dalam situasi ekonomi yang tidak menentu, nilai emas relatif stabil karena merupakan aset yang tahan terhadap perubahan pasar dan inflasi. Selain itu, emas mudah dijual atau diuangkan karena likuiditasnya yang tinggi. Investor dapat memperoleh keuntungan besar dari investasi emas, karena harganya terus naik.

### 3) Kebutuhan darurat

Ketika dalam keadaan dimana membutuhkan dana untuk suatu kebutuhan, tentunya investasi ini bisa digunakan untuk suatu keadaan yang urgent. Karena likuiditasnya yang tinggi dan kemampuan untuk diuangkan kapan saja, emas adalah investasi yang sangat baik dalam menghadapi keadaan darurat. Emas dapat dijual dengan cepat dalam keadaan darurat tanpa kehilangan banyak nilainya, membuatnya pilihan investasi yang baik. Selain itu, emas tidak terpengaruh oleh perubahan kebijakan moneter atau fluktuasi ekonomi yang signifikan, sehingga nilainya tetap stabil meskipun situasi keuangan atau ekonomi tidak stabil. Jadi, emas adalah aset yang aman dan dapat diandalkan untuk disimpan dalam keadaan darurat.

### 4) Mempersiapkan kebutuhan masa depan

Berinvestasi juga dapat membantu untuk mempersiapkan modal untuk kebutuhan di masa depan. Karena emas cenderung

mempertahankan nilainya dan bahkan dapat meningkat seiring waktu, investasi emas adalah cara yang bagus untuk mempersiapkan kebutuhan masa depan. Emas dapat menjadi aset yang aman untuk tujuan jangka panjang, seperti merencanakan pensiun, membiayai sekolah anak, atau membeli properti. Emas membantu menjaga daya beli, karena ia stabil dan tidak terpengaruh oleh inflasi. Ini memastikan bahwa dana yang diinvestasikan sekarang masih bernilai di masa mendatang.

#### 5) Melatih dalam pengambilan keputusan

Wawasan dan pengetahuan tentang investasi akan bertambah seiring berjalannya waktu. Investasi emas dapat melatih kemampuan pengambilan keputusan yang lebih baik, karena investasi ini memerlukan pemahaman tentang waktu yang tepat untuk membeli atau menjual emas berdasarkan pergerakan harga pasar.

### c. Keuntungan Investasi Emas

Adapun keuntungan investasi emas digital antara lain<sup>78</sup> :

#### 1) Modal Terjangkau

Investasi emas tidak memerlukan banyak dana. Saat ini, ada banyak platform, baik online maupun offline, yang memungkinkan investor membeli emas dengan harga mulai dari

---

<sup>78</sup> Fathihani et al., “Sosialisasi Investasi Emas Digital Bagi Generasi Millenial Di Pulau Tidung.”, Jurnal Lentera Pengabdian, Volume 01 No 03 Juli 2023 E ISSN : 2985-6140

beberapa ribu rupiah. Hal ini membuat investasi emas lebih mudah diakses oleh banyak orang, termasuk pemula atau mereka yang memiliki dana terbatas. Transaksi beli simpan emas digital mulai dari Rp 10 ribu atau gramasi 0,01 gram. Sehingga seluruh kalangan masyarakat termasuk generasi Z pun bisa mulai mengalokasikan sebagian penghasilannya untuk investasi jangka panjang ke dalam aset ini.

## 2) Memiliki Risiko Rendah

Nilai investasi emas lebih stabil dibandingkan dengan instrumen investasi lainnya, seperti saham atau mata uang, investasi emas memiliki risiko yang rendah. Inflasi tidak memengaruhi emas secara signifikan, dan itu cenderung meningkat dalam jangka panjang, menjadikannya aset perlindungan nilai (*safe haven*) di tengah ketidakpastian ekonomi. Selain itu, karena emas mudah diperjualbelikan dan memiliki permintaan global yang stabil, kemungkinan kehilangan uang lebih kecil. Emas adalah pilihan yang lebih stabil dan aman bagi investor yang mengutamakan keamanan daripada keuntungan jangka pendek.

## 3) Transaksi Jual-Beli Emas Secara Online

Salah satu keuntungan investasi emas melalui transaksi jual-beli secara online adalah kemudahan dan kecepatan bertransaksi kapan saja dan di mana saja. Investor dapat membeli atau menjual emas melalui aplikasi atau platform digital tanpa harus datang langsung

ke toko emas atau bank. Investor dapat melakukan pembelian emas melalui aplikasi secara online. Investor dapat memilih produk logam mulia dengan gramasi atau nominal uang tertentu dan melakukan transaksi pembayaran dapat berlangsung secara online.

#### 4) Likuiditas Terjamin

Keuntungan investasi emas dengan likuiditas yang terjamin adalah kemudahannya untuk dijual kapan saja, baik digital maupun fisik. Karena selalu diminati dan memiliki pasar global yang luas, emas dapat dengan cepat dikonversi menjadi uang tunai. Selain itu, investor dapat dengan mudah mengeluarkan uang mereka saat dibutuhkan karena banyak platform dan lembaga keuangan menawarkan layanan pembelian kembali emas dengan harga kompetitif. Dengan likuiditas yang tinggi, emas menjadi salah satu instrumen investasi yang fleksibel dan aman. Investor tidak perlu khawatir akan sulit menjual emas dalam waktu dekat karena likuiditas yang tinggi. Proses penjualan logam mulia di aplikasi hanya membutuhkan waktu 1-2 hari di hari kerja. Setelah itu, hasil penjualan akan otomatis masuk ke nomor rekening.

#### 5) Tempat Penyimpanan Aman

Umumnya, aplikasi penyedia layanan investasi emas digital bekerja sama dengan perusahaan terpercaya. Dengan begitu, seluruh proses transaksi jual-beli hingga penyimpanan aset logam mulia terjamin keamanannya. Salah satu keuntungan investasi

emas di tempat penyimpanan yang aman adalah memberi investor ketenangan pikiran karena mereka dapat melindungi emas mereka dengan sempurna. Saat ini, ada banyak situs investasi digital yang memungkinkan Anda menyimpan emas fisik secara online atau melalui rekening bank. Emas fisik disimpan di gudang yang aman dan dilindungi oleh lembaga keuangan yang dipercaya. Layanan seperti ini mengurangi kemungkinan kehilangan atau pencurian emas, sehingga investasi tetap aman tanpa khawatir tentang tempat penyimpanan sendiri.

Investasi emas adalah pilihan yang bagus karena banyak keuntungan yang ditawarkannya. Dengan modal awal yang rendah, risiko yang rendah, dan stabilitas nilai yang tahan terhadap inflasi dan gejolak ekonomi, emas adalah pilihan investasi yang aman. Transaksi digital mempermudah akses dan fleksibilitas investasi, sementara likuiditas tinggi memungkinkan emas diperjualbelikan kapan saja. Selain itu, investor merasa tenang karena memiliki tempat penyimpanan yang aman, baik digital maupun fisik.

#### **d. Kelemahan Investasi Emas**

Meskipun investasi emas memiliki keuntungan manfaatnya, namun investasi emas pun memiliki kelemahan seperti<sup>79</sup> :

- 1) Kenaikan harga yang lambat. Harga emas biasanya naik dengan lambat selama kondisi ekonomi stabil dan tenang. Namun, ketika

---

<sup>79</sup> Kartika Marella et al, *Investasi Dalam Islam* (Az-Zahra Media Society, 2023).

terjadi krisis ekonomi, nilai emas akan meningkat dengan cepat. Ini karena saat krisis ekonomi terjadi, para investor akan cenderung memilih emas sebagai investasi yang lebih aman, dan emas dianggap sebagai investasi yang paling aman. Dengan demikian, kenaikan harga emas akan terjadi saat krisis ekonomi terjadi, tetapi selama ekonomi stabil, kenaikan harga emas akan lamban.

- 2) Emas tidak menambah kekayaan, tetapi mempertahankannya. Saat melakukan transaksi emas, selisih antara harga beli dan jual biasanya sekitar 2,4 persen, mirip dengan ketika seseorang menukarkan mata uang asing. Meskipun nilai emas cenderung stabil dari waktu ke waktu, emas tidak memberikan pendapatan pasif seperti dividen atau bunga. Akibatnya, investor harus siap menerima biaya transaksi yang mengurangi margin keuntungan mereka, selain mempertimbangkan perubahan harga pasar.

## **9. Investasi Emas Dalam Perspektif Islam**

### **a. Konsep Investasi Emas Dalam Islam**

Investasi adalah upaya untuk meningkatkan sekaligus mempertahankan nilai modal yang digunakan dalam suatu usaha. Investasi dimulai dengan menahan kegiatan konsumsi saat ini untuk memperoleh keuntungan yang lebih besar di kemudian hari<sup>80</sup>.

---

<sup>80</sup> Jefik Zulfikar hafizd, "Investasi Emas Dalam Perspektif Hukum Islam," *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* Vol. 05, no. No. 2 (2021): h. 100.

Investasi syari'ah adalah investasi yang dilakukan berdasarkan dengan syariat Islam atau pedoman – pedoman hukum Islam, atau bisa di artikan sebagai suatu penanaman modal dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan sesuai dengan prinsip-prinsip syari'ah. Jadi dari barang atau dana yang di investasikan itu merupakan produk yang sudah terjamin halal<sup>81</sup>.

Menurut perspektif Islam, investasi dapat dibagi menjadi dua kategori yaitu investasi yang sesuai dengan syariah dan investasi yang bertentangan dengan syariah. Dengan menerapkan prinsip rabbani, halal, dan maslahah, investasi dapat dianggap tidak bertentangan dengan syariah. Prinsip rabbani berpendapat bahwa Allah SWT memiliki segala sesuatu, dan manusia hanya menggunakan apa yang Dia berikan untuk memenuhi kebutuhan mereka di dunia ini dan mempersiapkan diri mereka untuk kehidupan akhirat. Prinsip halal mengatakan bahwa investasi tidak boleh melibatkan hal-hal yang tidak jelas atau haram, dan prinsip maslahah adalah inti dari perekonomian, di mana semua pihak yang terlibat dalam investasi harus memperoleh keuntungan secara proporsional. Investasi yang bertentangan dengan syariah dikategorikan menjadi syubhat dan haram<sup>82</sup>.

---

<sup>81</sup> Heradhyaksa, "Jurnal Hukum Ekonomi Islam (JHEI) Implementasi Investasi Emas Syariah Perspektif Hukum Islam ABST RAK."

<sup>82</sup> Jefik Zulfikar hafizd, "Investasi Emas Dalam Perspektif Hukum Islam.", Jurnal Hukum Ekonomi Syariah, Vol. 5, No. 2, 2021

Investasi syariah harus terkait dengan kegiatan—kegiatan yang berbasis dan berorientasi pada syariah atau keagamaan. Investasi syariah harus didasarkan pada konsep syariah. Dalam konsep investasi syariah transaksi syariah dapat digunakan dengan transaksi secara syariah bila sudah menghindari ke ghararan (ketidak jelasan) dan juga maisir ( spekulasi murni ) yang telah di larang dalam prinsip investasi syariah<sup>83</sup>.

Fatwa tentang investasi emas salah satunya adalah yang dikeluarkan oleh DSN-MUI yaitu fatwa No. 77/DSNMUI/2010 tentang Jual Beli Emas secara Tidak Tunai yang menyatakan “Jual beli emas secara tidak tunai, baik melalui jual beli biasa atau jual beli murabahah, hukumnya boleh (mubah, ja’iz) selama emas tidak menjadi alat tukar yang resmi (uang).<sup>84</sup>” Jadi hukum investasi emas secara syariah menurut fatwa DSN-MUI tersebut adalah diperbolehkan dan hukumnya mubah, dengan catatan selama emas tidak menjadi mata uang resmi di negara, dimana kedudukan emas di anggap sebagai barang biasa bukan menjadi alat tukar<sup>85</sup>.

---

<sup>83</sup> Bagas Heradhyaksa, “Impkementasi Investasi Emas Syariah Perspektif Hukum Islam,” *Jurnal Hukum Ekonomi Islam (JHEI)* 6, no. 1 (2022): 35–51, [www.jhei.appheisi.or.id](http://www.jhei.appheisi.or.id).

<sup>84</sup> Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia, “Fatwa Dewan Syariah No 77 Tahun 2010 Tentang Jual - Beli Emas Secara Tidak Tunai,” *Dewan Syariah Nasional MUI*, no. 51 (2010): 1–11, <https://dsnmu.or.id/jual-beli-emas-secara-tidak-tunai/>. Diakses pada tanggal 21 oktober 2024, pukul 08.32

<sup>85</sup> Bagas Heradhyaksa, “Impkementasi Investasi Emas Syariah Perspektif Hukum Islam.” *Jurnal Hukum ekonomi islam (JHEI)* 6, no. 1 (2022); 35-51

### **b. Invetasi Dalam Prinsip Islam**

Dalam Islam investasi didorong karena empat prinsip utama, sebagaimana ijtihad yang dikemukakan oleh Ahmad Gozali, adalah sebagai berikut<sup>86</sup>:

- 1) Halal, Halal atau tidaknya investasi dapat dilihat dari tempat serta proses investasi. Tempat yang halal tentu yaitu usaha-usaha yang didirikan secara halal, tidak ada bentuk penipuan, memberikan jasa yang halal, juga tidak mengandung unsur gharar, dan riba didalamnya.
- 2) Berkah, Keberkahan artinya suatu kebaikan yang bertambah, tidak hanya secara fisik saja tetapi rohani juga karena kepuasan dan ketenangan batin dalam memanfaatkan kekayaan secara produktif sehingga dapat dimanfaatkan oleh orang lain juga.
- 3) Bertambah, Investasi bertujuan untuk meningkatkan kekayaan dari suatu aset yang diinvestasikan. Hendaknya investasi yang ditanamkan diatur sedemikian rupa sehingga mendatangkan keuntungan yang banyak, akan tetapi tidak melupakan prinsip halal serta berkah.
- 4) Realistis, Hasil investasi yang didapat tentu tidak hanya sekedar mimpi serta janji kertas saja, tetapi berdasarkan nilai kenyataan/riil yang besar kemungkinannya akan terjadi dan

---

<sup>86</sup> Moh. Nurkholis Sasa Sunarsa, "Analisis Fatwa Dewan Syariah Majelis Ulama Indonesia Tentang Akad Bagi Investor Emas Melalui Platform Aplikasi Bareksa," *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah (JHESY)* 2, no. 1 (2023): 84–97, <https://doi.org/10.37968/jhesy.v2i1.433>.

tidak mengada-ada yang juga tentunya dalam proses pengelolaan dan manajemennya harus sesuai dengan prinsip syariah dan tidak bercampur dengan riba dan hal-hal yang gharar (tidak jelas).

## B. Penelitian Terdahulu

Untuk mendukung penelitian ini, penulis memaparkan beberapa penelitian yang relevan dengan permasalahan yang diteliti oleh penulis tentang " Faktor Faktor yang mempengaruhi minat generasi Z dalam berinvestasi emas digital di BSI KC Sutisna Senjaya Tasikmalaya.

**Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu**

| No. | Nama                                     | Judul                                                                                                                                | Hasil                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|-----|------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.  | Muchammad Ali Khutbi, 2023 <sup>87</sup> | Pengaruh Pengetahuan, Motivasi, Persepsi Keuntungan Investasi, Dan Layanan Bsi Mobile Terhadap Minat Dalam Berinvestasi Emas Digital | Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Hasil dari uji pertama menyatakan bahwa pengetahuan, motivasi, persepsi keuntungan investasi, dan layanan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap minat masyarakat dalam berinvestasi e-mas BSI Mobile. Hasil dari uji kedua menyatakan bahwa motivasi dan layanan berpengaruh positif signifikan secara parsial terhadap minat masyarakat dalam berinvestasi emas |

<sup>87</sup> Muchammad Ali Khutbi, "Pengaruh Pengetahuan, Motivasi, Persepsi Keuntungan Investasi, Dan Layanan BSI Mobile Terhadap Minat Dalam Berinvestasi Emas Digital."

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                            |                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                            |                                                                                                                                        | digital BSI Mobile, sedangkan untuk variabel pengetahuan dan persepsi keuntungan investasi berpengaruh negatif signifikan secara parsial terhadap minat masyarakat dalam berinvestasi emas digital BSI Mobile. Hasil dari uji ketiga menyatakan bahwa pada variabel layanan merupakan variabel yang paling berpengaruh dikarenakan pada variabel layanan memiliki nilai koefisien Beta paling jauh dari angka 0.00 di antara variabel lainnya yaitu 0.733. |
| Persamaan : Persamaan penelitian ini terletak pada variabel independet yaitu variabel pengetahuan dan variabel motivasi.                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                            |                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Perbedaan : Perbedaan penelitian ini terletak pada variabel independen lainnya serta variabel dependen pada penelitian ini variabel dependennya yaitu minat masyarakat sedangkan penelitian penulis variabel dependennya yaitu minat generasi Z. Objek penelitian ini yaitu nasabah bank BSI kantor cabang ciputat, sedangkan objek yang dilakukan penulis yaitu mahasiswa universitas siliwangi. |                                                                                            |                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| 2.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Naili Nuril<br>Aufa Manik,<br>Putri Indah<br>Fadillah, Nurul<br>Jannah, 2021 <sup>88</sup> | Faktor-Faktor<br>Yang<br>Mempengaruhi<br>Minat Generasi Z<br>Dalam<br>Berinvestasi<br>Tabung Emas<br>Pada Pegadaian<br>Digital Syariah | Penelitian ini menunjukkan bahwa Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa variabel persepsi resiko (X1) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat berinvestasi (Y) di pegadaian digital syariah. variabel                                                                                                                                                                                                                                         |

<sup>88</sup> Naili Nuril, Putri Indah, "Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Minat Generasi Z Dalam Berinvestasi Tabung Emas Pada Pegadaian Digital Syariah."

|                                                                                                                                                                                                           |                                               |                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                                           |                                               |                                                                                                                                                                                                               | pengetahuan (X2) berpengaruh signifikan terhadap minat berinvestasi (Y) di pegadaian digital syariah. Variabel persepsi kemudahan (X3) tidak memiliki pengaruh terhadap minat berinvestasi (Y) di pegadaian digital syariah.                                                                                                                                                                      |
| Persamaan : Persamaan penelitian ini terletak pada variabel independen yaitu variabel pengetahuan dan variabel dependen yaitu variabel minat generasi Z.                                                  |                                               |                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Perbedaan : Perbedaan penelitian ini terletak pada lokasi penelitian yang dilakukan di Pegadaian syariah sedangkan lokasi penelitian yang dilakukan penulis berada di BSI KC sutisna senjaya Tasikmalaya. |                                               |                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| 3.                                                                                                                                                                                                        | Karman Pribowo, Fathihani, 2023 <sup>89</sup> | Pengaruh Pengetahuan, Kemudahan, dan Sistem Pembayaran terhadap Minat Investasi Emas Digital pada Generasi Milenial (Studi pada Mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ilmu Sosial Universitas Dian Nusantara Jakarta) | Penelitian ini menunjukkan bahwa Pengetahuan berpengaruh terhadap minat investasi emas digital pada generasi milenial. Kemudahan berpengaruh terhadap minat investasi emas digital pada generasi milenial 3. Sistem Pembayaran berpengaruh terhadap minat investasi emas digital pada generasi milenial 4. Pengetahuan, Kemudahan dan Sistem Pembayaran berpengaruh terhadap minat investasi emas |

<sup>89</sup> K Pribowo and F Fathihani, "Pengaruh Pengetahuan, Kemudahan, Dan Sistem Pembayaran Terhadap Minat Investasi Emas Digital Pada Generasi Milenial (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Bisnis Dan Ilmu Sosial Universitas Dian Nusantara Jakarta)," ... *Manajemen Dan Pemasaran Digital* 1, no. 3 (2023): 133–42, <https://siberpublisher.org/JMPD/article/view/60%0Ahttps://siberpublisher.org/JMPD/article/download/60/33>.

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                               |                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                               |                                                                                                                 | digital pada generasi milenial.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Persamaan : Persamaan penelitian ini terletak pada variabel independen yaitu variabel pengetahuan                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                               |                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Perbedaan : Perbedaan pada penelitian ini terletak pada variabel independen lainnya serta variabel dependen pada penelitian ini minat generasi millenial sedangkan variabel yang dilakukan penulis yaitu minat generasi Z. Objek yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya yaitu mahasiswa fakultas bisnis dan ilmu sosial Universitas Dian Nusantara Jakarta sedangkan objek yang diteliti penulis yaitu Mahasiswa Universitas Siliwangi. |                               |                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| 4.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Ade Wawan, 2024 <sup>90</sup> | Pengaruh Pengetahuan, Keamanan Dan Persepsi Risiko Investasi Terhadap Minat Berinvestasi Tabungan E-Mas Digital | Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pengetahuan (X1) secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi tabungan emas digital pada masyarakat pengguna BSI Mobile di purwokerto utara (Y). variabel keamanan (X2) secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi tabungan emas digital pada masyarakat pengguna BSI Mobile di purwokerto utara (Y). variabel persepsi risiko (X3) secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi tabungan emas digital pada masyarakat pengguna BSI Mobile di purwokerto utara (Y). |

<sup>90</sup> Ade Wawan, *Pengaruh Pengetahuan, Keamanan, Dan Persepsi Risiko Investasi Terhadap Minat Berinvestasi Tabungan E-Mas Digital (Studi Kasus Pada Masyarakat Pengguna BSI Mobile Di Purwokerto Utara)*, 2016.

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                  |                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                  |                                                                                                                                                                   | Variabel pengetahuan, keamanan, dan persepsi risiko secara simultan atau bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi tabungan emas digital pada masyarakat pengguna BSI Mobile di purwokerto utara.                                                                                                                                                                                                                          |
| Persamaan : Persamaan penelitian ini terletak pada variabel independen yaitu variabel pengetahuan.                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                  |                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| Perbedaan : Perbedaan penelitian ini terletak pada variabel independen lainnya serta variabel dependen pada peneliti ini minat masyarakat sedangkan dalam penelitian penulis minat generasi Z. objek penelitian yang dilakukan oleh penelitian sebelumnya pada masyarakat pengguna BSI Mobile di purwokerto utara sedangkan objek yang dilakukan oleh penulis Mahasiswa Universitas Siliwangi. |                                  |                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| 5.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Riska Afriza, 2022 <sup>91</sup> | Analisis Pengetahuan Dan Ketertarikan Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Investasi E-Mas Digital Di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blang Pidie | Pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan investasi E-mas digital di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blang Pidie. Ketertarikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan investasi E-mas digital di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blang Pidie. Pengetahuan dan ketertarikan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan investasi |

<sup>91</sup> Riska Afriza, "Analisis Pengetahuan Dan Ketertarikan Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Investasi E-Mas Digital Di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blang Pidie," no. 112 (n.d.).

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                              |                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                              |                                                                                                             | E-mas digital di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Blang Pidie.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Persamaan : Persamaan penelitian ini terletak pada variabel independen yaitu variabel pengetahuan                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                              |                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| Perbedaan : Perbedaan pada penelitian ini terletak di variabel independen lainnya dan untuk variabel dependen pada penelitian ini yaitu minat nasabah sedangkan penelitian yang dilakukan penulis minat generasi Z. Objek yang dilakukan penelitian ini yaitu nasabah BSI Kantor Cabang Pembantu Blang Pidie sedangkan objek yang diteliti penulis Mahasiswa Universitas Siliwangi. |                                              |                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| 6.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Amelia Puspita Widiawati, 2022 <sup>92</sup> | Pengaruh Pengetahuan Keuangan Syariah Terhadap Minat Berinvestasi Emas Di Pegadaian Digital Pada Generasi Z | Variabel pengetahuan keuangan syariah tidak memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi pegadaian digital untuk berinvestasi emas. Persepsi kegunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap sikap penggunaan aplikasi pegadaian digital untuk berinvestasi emas. Persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap sikap penggunaan aplikasi pegadaian digital untuk berinvestasi emas. Persepsi sikap penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi pegadaian |

<sup>92</sup> Amelia Puspita Widiawati, "Pengaruh Pengetahuan Keuangan Syariah Terhadap Minat Berinvestasi Emas Di Pegadaian Digital Pada Generasi Z (The Influence Of Sharia Finance Knowledge ...," 2022, <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/41955%0Ahttps://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/41955/18423179.pdf?sequence=1>.

|                                                                                                                                                                                                                                 |  |  |                                  |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|----------------------------------|
|                                                                                                                                                                                                                                 |  |  | digital untuk berinvestasi emas. |
| Persamaan : Persamaan penelitian ini terletak pada variabel dependen yaitu minat generasi Z                                                                                                                                     |  |  |                                  |
| Perbedaan : Perbedaan penelitian ini terletak pada variabel independen yaitu pengetahuan keuangan syariah serta lokasi penelitian di pegadaian sedangkan penelitian yang penulis lakukan di BSI KC Sutisna Senjaya Tasikmalaya. |  |  |                                  |

Penelitian ini tidak hanya menyoroti faktor-faktor umum seperti pengetahuan atau persepsi risiko, tetapi menggali lebih dalam mengenai faktor keingintahuan, kebutuhan, motivasi yang lebih spesifik dari generasi Z. Ketiga faktor ini mencerminkan karakteristik generasi Z yang lebih tertarik pada keterbukaan informasi, inovasi teknologi, dan kesadaran finansial sejak usia dini, sehingga memberikan pemahaman baru tentang apa yang benar-benar mendorong generasi ini untuk berinvestasi. Faktor keingintahuan, kebutuhan dan motivasi ini secara teori berpengaruh dan juga berdasarkan hasil studi pendahuluan yang telah dilakukan bahwa keputusan seseorang untuk berinvestasi ini dipengaruhi oleh dorongan pribadi.

Selain itu, penelitian ini menemukan bahwa informasi dan pengetahuan adalah komponen yang berperan penting dalam membentuk minat investasi generasi Z, yang tumbuh dengan akses internet dan media sosial. Motif sosial berupa informasi dan pengetahuan ini dapat berasal dari berbagai sumber, seperti influencer keuangan, komunitas online, dan aplikasi edukasi investasi. Aspek ini memberikan sudut pandang baru

mengenai peran sosial dalam memengaruhi keputusan investasi di lingkungan syariah.

Penelitian ini mengkaji minat investasi emas digital pada generasi Z, kelompok usia yang saat ini paling dekat dengan teknologi digital. Penelitian ini menyoroti kebiasaan finansial generasi Z khususnya di Tasikmalaya. Penelitian tidak hanya membahas investasi emas secara umum, tetapi lebih spesifik pada platform digital yang ada di e-mas BSI Mobile.

### **C. Kerangka Pemikiran**

Minat merupakan salah satu aspek psikologis yang mempunyai pengaruh cukup besar terhadap perilaku dan minat juga merupakan sumber motivasi yang akan mengarahkan seseorang dalam melakukan apa yang mereka lakukan. Minat adalah kecenderungan orang untuk tertarik dalam suatu pengalaman dan untuk terus demikian itu. Kecenderungan itu tetap bertahan sekalipun seseorang sibuk mengerjakan hal lain. Kegiatan yang diikuti seseorang karena kegiatan itu menarik baginya, merupakan perwujudan minatnya<sup>93</sup>.

Faktor keinginan-tahuan, kebutuhan dan motivasi seseorang dapat dijelaskan berdasarkan studi pendahuluan yang telah dilakukan bahwa keputusan seseorang untuk berinvestasi sangat dipengaruhi oleh dorongan

---

<sup>93</sup> Ryan Juliansyah et al., "Pengaruh Aplikasi Tabungan Emas Digital (Dinaran) Terhadap Minat Investasi Masyarakat Provinsi Kepulauan Bangka Belitung," *IJAB Indonesian Journal of Accounting and Business* 3, no. 2 (2022): 128–38, <https://doi.org/10.33019/ijab.v3i2.40>.

pribadi. Motivasi berperan sebagai kekuatan pendorong yang membuat individu ingin meningkatkan keamanan finansial atau mencapai kebebasan finansial melalui investasi emas, yang dianggap sebagai aset stabil. Motivasi kemudian memicu perilaku untuk mencapai tujuan atau memenuhi kebutuhan<sup>94</sup>. Keingintahuan adalah dorongan yang sangat penting untuk belajar dan mengeksplorasi hal-hal baru, keingintahuan mendorong individu untuk mencari informasi mengenai keuntungan dan cara kerja investasi emas digital, terutama dalam memahami teknologi baru seperti platform e-mas<sup>95</sup>. Kebutuhan adalah keinginan manusia terhadap barang dan jasa yang harus dipenuhi. Kebutuhan muncul dari kesadaran akan pentingnya melindungi nilai kekayaan dari inflasi atau devaluasi mata uang<sup>96</sup>.

Permasalahan akan muncul ketika kurangnya motivasi atau keterbatasan informasi membuat individu enggan berinvestasi. Solusi untuk permasalahan ini adalah dengan meningkatkan literasi keuangan dan mempermudah akses ke informasi yang jelas dan relevan. Mereka juga harus menekankan betapa pentingnya investasi emas sebagai instrumen untuk memenuhi kebutuhan jangka panjang mereka. Keingintahuan Generasi Z terhadap peluang investasi baru mendorong mereka untuk mengeksplorasi emas sebagai aset yang stabil dan aman. Selain itu,

---

<sup>94</sup> Edwin Zusrony, *Perilaku Konsumen Di Era Modern Semarang*, Yayasan Prima Agus Teknik, 2016..

<sup>95</sup> Nurishlah, Mariam, and Ramdan Samadi, "Kajian Studi Literatur: Memahami Keingintahuan Siswa Dalam Pembelajaran." *TA'DIB: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 2023

<sup>96</sup> Rahmat Gunawijaya, "Kebutuhan Manusia Dalam Pandangan Ekonomi Kapitalis Dan Ekonomi Islam.", *Al- Maslahah*, 2017

kebutuhan untuk mencapai keamanan finansial dan motivasi untuk mendapatkan keuntungan jangka panjang memperkuat minat mereka dalam menjadikan emas sebagai pilihan investasi.

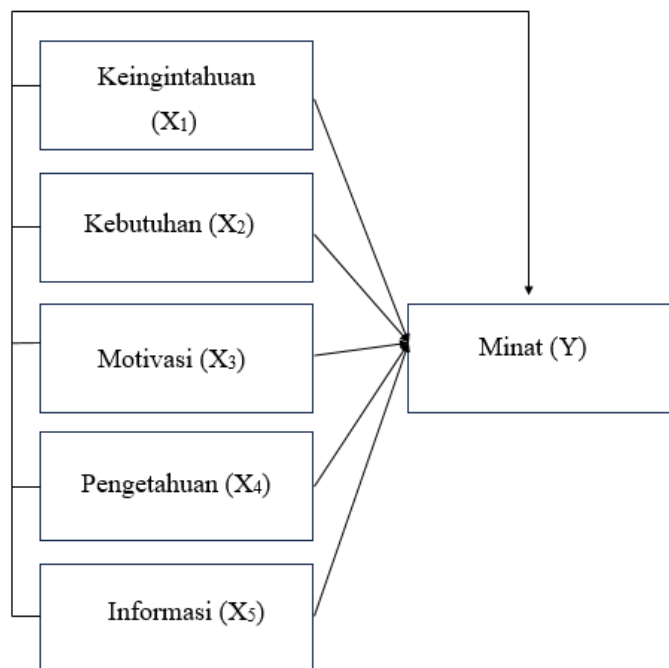
Faktor pengetahuan dan informasi yang dimiliki seseorang pun berpengaruh terhadap minat investasi emas digital bagi generasi Z. Keputusan investasi sering dipengaruhi oleh lingkungan sosial dan interaksi individu dengan sumber informasi. Rekomendasi teman, keluarga, atau media sosial, serta informasi yang mereka peroleh dari komunitas investor atau internet sangat memengaruhi keputusan investasi emas digital. Pengetahuan sebagai segala sesuatu yang diketahui berdasarkan pengalaman manusia. Pengetahuan yang tersebar di antara jaringan sosial juga sangat memengaruhi keputusan investasi emas digital<sup>97</sup>. Individu akan lebih percaya diri dalam mengadopsi investasi ini ketika mereka mendapatkan informasi yang akurat dan menyeluruh. Faktor seperti pengetahuan yang diperoleh dari lingkungan sekitar dan akses mudah terhadap informasi melalui media digital berperan penting dalam membentuk minat Generasi Z terhadap investasi emas. Diskusi di platform media sosial serta edukasi dari komunitas finansial meningkatkan kesadaran mereka tentang manfaat emas sebagai instrumen investasi yang aman dan menguntungkan. Namun, jika informasi yang diterima kurang jelas atau menyesatkan, ini dapat menjadi hambatan. Dengan adanya informasi kemudian nantinya penerima ini akan menerima informasi dan membuat

---

<sup>97</sup> Darsini, Fahrurrozi, and Cahyono, "Pengetahuan ; Artikel Review." Jurnal Keperawatan, 2019.

Keputusan, sehingga informasi yang diterima ini haruslah jelas<sup>98</sup>. Solusi dari permasalahan ini adalah menyediakan akses yang lebih baik terhadap edukasi investasi yang transparan, melibatkan ahli atau influencer terpercaya, serta memperkuat literasi keuangan masyarakat agar informasi yang diterima lebih valid dan mudah dipahami.

Maka berdasarkan paparan teori diatas terlihat bahwa faktor internal dan faktor motif sosial dapat mempengaruhi minat generasi Z dalam investasi emas. Sehingga berdasarkan uraian diatas dapat dibuat kerangka pemikiran dalam penelitian ini, sebagai berikut:



**Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran**

<sup>98</sup> Edwin Zusrony, *Perilaku Konsumen Di Era Modern, Semarang, Yayasan Prima Agus Teknik, 2016.*

## D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum berdasarkan pada fakta fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data<sup>99</sup>. Hipotesis adalah keterangan sementara dari hubungan fenomena fenomena yang kompleks. Oleh karena itu, perumusan hipotesis menjadi sangat penting dalam sebuah penelitian<sup>100</sup>.

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, maka peneliti merumuskan hipotesis pada penelitian ini adalah :

### 1. Hipotesis 1

$H_{01}$  : Faktor Keingintahuan ( $X_1$ ) Secara Parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat generasi Z (Y)

$H_{a1}$  : Faktor Keingintahuan ( $X_1$ ) Secara Parsial berpengaruh signifikan terhadap minat generasi Z (Y)

### 2. Hipotesis 2

$H_{02}$  : Faktor Kebutuhan ( $X_2$ ) Secara Parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat generasi Z (Y)

$H_{a2}$  : Faktor Kebutuhan ( $X_2$ ) Secara Parsial berpengaruh signifikan terhadap minat generasi Z (Y)

---

<sup>99</sup> Fenti Hikmawati, *Metodologi Penelitian*, (Depok; PT RajaGrafindo Persada,2020), hlm 50.

<sup>100</sup> et al Amruddin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Sukoharjo: CV. Pradina Pustaka Grup,2022). hlm 63.

3. Hipotesis 3

$H_{03}$  : Faktor Motivasi ( $X_3$ ) Secara Parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat generasi Z (Y)

$H_{a3}$  : Faktor Motivasi ( $X_3$ ) Secara Parsial berpengaruh signifikan terhadap minat generasi Z (Y)

4. Hipotesis 4

$H_{04}$  : Faktor Pengetahuan ( $X_4$ ) Secara Parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat generasi Z (Y)

$H_{a4}$  : Faktor Pengetahuan ( $X_4$ ) Secara Parsial berpengaruh signifikan terhadap minat generasi Z (Y)

5. Hipotesis 5

$H_{05}$  : Faktor Informasi ( $X_5$ ) Secara Parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat generasi Z (Y)

$H_{a5}$  : Faktor Informasi ( $X_5$ ) Secara Parsial berpengaruh signifikan terhadap minat generasi Z (Y)