

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

### A. Landasan Teori

#### 1. *Theory Planned of Behavoir* (TPB)

Teori *planned of behavior* atau teori perilaku yang direncanakan merupakan pengembangan dari teori *reasoned of action* (TRA). Awalnya teori *reasoned of action* (TRA) mempunyai kesimpulan bahwa niat untuk melakukan sesuatu disebabkan oleh dua faktor yaitu norma subjektif dan sikap terhadap perilaku (Fishbein dan Azjen, 1980 dalam Mahyarni, 2013).

Kemudian (Azjen, 1991) menambahkan 1 faktor lagi yaitu persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*) dan mengubah *Theory of Reasoned Action* (TRA) menjadi *Theory of Planned Behavior* (TPB).

TPB merupakan teori yang menjelaskan tentang penyebab timbulnya intensi berperilaku. Dalam teori ini, intensi berperilaku ditentukan oleh 3 faktor utama yaitu sikap (*attitude*), norma subjektif (*subjective norm*) dan pengendalian perilaku yang dirasakan (*perceived behavioral control*). Sikap merupakan suatu wahana dalam membimbing seorang individu untuk berperilaku. Norma subjektif yaitu suatu perilaku tertentu yang dilakukan oleh seorang individu, dimana perilaku yang dilakukannya dapat diterima oleh orang-orang disekitarnya dan mau menerima apa yang dilakukan individu tersebut. Persepsi kontrol perilaku adalah keadaan dimana seorang individu mengerti bahwa perilaku yang dilakukannya tersebut merupakan hasil dari pengendalian yang dilakukan oleh dirinya.

TPB merupakan teori yang cukup kuat dan sederhana dalam memprediksi dan atau menjelaskan perilaku. TPB adalah teori yang menjelaskan tentang intensi, yaitu seberapa keras individu mencoba dan seberapa besar usaha yang dikorbankan dalam melakukan sesuatu. Oleh karena itu, pada dasarnya konsep dasar TPB adalah prediksi

intensi yang apabila tidak ada masalah serius, maka akan terwujud dalam bentuk *actual behavior*.

TPB merupakan alat yang dapat digunakan untuk memprediksi perilaku individu ketika individu tersebut tidak memiliki kontrol kemaun sendiri secara penuh. Individu tersebut memiliki halangan atau hambatan sehingga perilakunya tidak bisa semaunya sendiri (Mahyarni, 2013). Sampai saat ini, teori ini banyak digunakan dalam beragam keilmuan yang membahas mengenai perilaku dan isu lingkungan (Sandra, 2020).

Dalam *theory of planned behavior*, intensi berperilaku ditentukan oleh tiga determinan utama yaitu sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan. Perilaku mahasiswa dalam berinvestasi emas dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu pendapatan, pengetahuan, dan promosi. Faktor-faktor tersebut dihubungkan dengan tiga determinan utama dari *theory of planned behavior*. Faktor pendapatan dijadikan sebagai kontrol perilaku yang dirasakan, karena pendapatan akan menjadi bahan pertimbangan seorang mahasiswa dalam berinvestasi yang digunakan sebagai sumber dana. Faktor pengetahuan dijadikan sebagai sikap karena adanya pengetahuan yang matang tentang investasi emas akan menumbuhkan ketertarikan terhadap minat investasi emas. Faktor promosi dijadikan sebagai norma subjektif karena promosi menjadi pertimbangan terhadap produk investasi emas sehingga dapat menumbuhkan minat investasi pada mahasiswa. Dari hal tersebut dapat diketahui bahwa faktor-faktor tersebut dapat menumbuhkan minat mahasiswa dalam berinvestasi emas.

## **2. Theory Technology Acceptance Model (TAM)**

*Theory Technology Acceptance Model (TAM)* diperkenalkan oleh Davis (1989) adalah suatu adaptasi dari *Theory of Reasoned Action (TRA)* yang dikhususkan untuk memodelkan penerimaan pemakai (*user acceptance*) terhadap sistem informasi. Dalam teori ini, terdapat dua faktor yang mempengaruhi penerimaan penggunaan terhadap

teknologi yaitu persepsi akan manfaat teknologi dan persepsi akan kemudahan dalam menggunakan teknologi. Kedua faktor tersebut mempengaruhi kemauan untuk memanfaatkan teknologi.

Tujuan TAM adalah untuk menjelaskan faktor-faktor eksternal dari perilaku penggunaan teknologi informasi terhadap penerimaan penggunaan teknologi informasi itu sendiri. Dalam teori ini, dijelaskan bahwa penerimaan teknologi informasi dengan dimensi-dimensi tertentu yang dapat mempengaruhi diterima atau tidaknya teknologi informasi oleh pengguna (*user*).

Teori TAM ( *Venkatesh and Davis, 2000*) menunjukkan bahwa keinginan perilaku individual untuk menggunakan suatu sistem ditentukan oleh dua keyakinan, yaitu :

a) Manfaat yang dirasakan (*perceived usefulness*)

Didefinisikan dimana seseorang merasa yakin bahwa dengan menggunakan sistem tersebut akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Pengukuran manfaat tersebut berdasarkan frekuensi penggunaan dan keragaman aplikasi yang dijalankan. Seseorang akan menggunakan teknologi informasi jika mengetahui manfaat positif atas penggunaan teknologi informasi tersebut (Thompson, 1991).

b) Kemudahan penggunaan (*perceived ease of use* )

Didefinisikan dimana seseorang merasa yakin dengan menggunakan sistem tersebut tidak memerlukan upaya apapun (*free effort*).

### 3. Pendapatan

Pendapatan adalah sumber penghasilan seseorang untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan sangat penting artinya bagi kelangsungan hidup dan penghidupan seseorang baik secara langsung maupun tidak langsung (Suroto,2000). Menurut PSAK No. 23 Paragraf 06 Ikatan Akuntan Indonesia (Revisi 2012), menyatakan bahwa pendapatan adalah arus kas bruto dari manfaat ekonomi yang timbul

dari aktivitas normal perusahaan selama satu periode apabila arus masuk tersebut tersebut mengakibatkan kenaikan ekuitas, yang tidak berasal dari kontribusi penanaman modal. Sedangkan menurut Niswonger (2006;56), mendefinisikan pendapatan adalah kenaikan kotor (*gross*) dalam modal pemilik yang dihasilkan dari penjualan barang dagang, pelaksanaan jasa kepada klien, menyewakan harta, peminjaman uang, dan semua kegiatan usaha profesi yang bertujuan untuk memperoleh penghasilan.

Pendapatan digolongkan menjadi tiga golongan (Suparmoko, 2005 dalam Oktami dan Widodo, 2020) yaitu :

a) Gaji dan Upah.

Imbalan yang diperoleh setelah orang tersebut melakukan pekerjaan untuk orang lain yang diberikan dalam satu hari, satu minggu atau satu bulan.

b) Pendapatan dari usaha sendiri.

Merupakan nilai total dari hasil produksi yang dikurangi dengan biaya-biaya yang digunakan dan usaha ini merupakan usaha milik sendiri.

c) Pendapatan dari usaha lain.

Pendapatan yang diperoleh tanpa mencurahkan tenaga kerja dan diperoleh dari pendapatan sampingan yaitu pendapatan menyewakan aset, bunga dari bank, dan pendapatan dari pensiun.

Dari beberapa pemaparan teori di atas dapat disimpulkan bahwa pendapatan adalah sumber penghasilan seseorang dalam bentuk uang atau barang dari pihak lain atas kegiatan usaha yang dilakukan oleh seseorang tersebut.

#### 4. Pengetahuan

Menurut Sumadi (1996), pengetahuan merupakan kemampuan seseorang dalam mengingat fakta, simbol, proses dan teori. Menurut Keraf (2001), pengetahuan merupakan sebuah hasil gagasan, konsep

atau pemahaman manusia yang membentuk pola tindakan atau perilaku. Sedangkan menurut Notoadmojo (2002), pengetahuan adalah berupa ide atau hasil dari sebuah aktivitas atau perilaku manusia yang telah terjadi setelah penginderaan dari objek tertentu. Dalam pengertian lain, pengetahuan adalah berbagai gejala yang ditemui dan diperoleh manusia melalui pengamatan akal. Pengetahuan muncul ketika seseorang menggunakan akal budinya untuk mengenali benda atau kejadian tertentu yang belum pernah dilihat atau pernah dirasakan sebelumnya. Misalnya ketika seseorang mencicipi masakan yang baru dikenalnya, ia akan mendapatkan pengetahuan tentang bentuk, rasa dan aroma masakan tersebut. Mowen dan Minor membagi pengetahuan konsumen menjadi tiga kategori yaitu :

- a) Objektif Pengetahuan (*Objective knowledge*)  
Merujuk pada informasi yang akurat dan benar mengenai kelas produk yang disimpan dalam memori jangka panjang.
- b) Pengetahuan Subjektif (*Subjective knowledge*)  
Merujuk pada persepsi konsumen mengenai apa atau seberapa banyak pengetahuan tentang kelas produk.
- c) Informasi mengenai pengetahuan lainnya.

Adapun indikator pengetahuan adalah

- a) Pengetahuan terhadap produk
- b) Pengetahuan terhadap prosedur
- c) Pengetahuan terhadap syarat investasi emas
- d) Pengetahuan terhadap risiko dan manfaat tabungan emas

Dari beberapa pemaparan teori di atas dapat disimpulkan bahwa pengetahuan investasi adalah pengetahuan yang dimiliki oleh seorang investor dalam melakukan kegiatan investasinya. Agar investor terhindar dari praktik-praktik investasi yang tidak rasional (perjudian), budaya ikut-ikutan, penipuan dan risiko keuangan.

## 5. Promosi

Promosi adalah suatu aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh seseorang atau perusahaan kepada masyarakat luas. Tujuan dari promosi adalah untuk memperkenalkan merek, produk, atau perusahaan kepada masyarakat sekaligus dapat mempengaruhi mereka untuk menggunakan atau membeli produk atau jasa tersebut. Promosi biasanya dilakukan oleh para marketer dalam menyampaikan sebuah informasi terkait dengan suatu produk atau jasa. Promosi biasanya dilakukan secara langsung maupun tidak langsung bahkan terkadang menggabungkan beberapa bentuk promosi misalnya seperti iklan, diskon, ataupun kaos bermerek perusahaan. Adapun indikator-indikator promosi menurut Philip Kotler adalah :

- a) Promosi Penjualan
- b) Periklanan
- c) Tenaga Penjualan
- d) Kehumasan/Publik Relation
- e) Pemasaran Langsung

## 6. Minat

Menurut Slameto (1995 dalam Matondang, 2018), minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal tanpa ada yang menyuruh. Sedangkan menurut Heri (1998 dalam Amir, 2017), mendefinisikan minat adalah suatu fungsi jiwa untuk dapat mencapai sesuatu yang merupakan kekuatan di dalam dan tampak di luar sebagai gerak-gerak. Sementara itu, Witherington (1999), mengungkapkan bahwa minat adalah kesadaran seseorang dalam suatu objek, suatu soal atau suatu situasi yang mengandung sangkut paut terhadap dirinya.

- Indikator minat

Indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur minat adalah:

- a) Ketertarikan

Dalam hal ini ketertarikan menunjukkan adanya pemusatan perhatian dan perasaan senang.

b) Keinginan

Ditunjukkan dengan adanya dorongan untuk memiliki.

c) Keyakinan

Ditunjukkan dengan adanya rasa percaya diri individu terhadap kualitas, daya guna dan keuntungan.

• Faktor-faktor yang mempengaruhi minat

a) Faktor kebudayaan

Merupakan faktor yang paling dasar dari keinginan dan perilaku seseorang yang muncul karena dipengaruhi oleh lingkungan sekitar.

b) Faktor sosial

- Kelompok
- Keluarga

c) Faktor pribadi

- Kepribadian dan konsep
- Gaya hidup
- Pekerjaan
- Keadaan ekonomi
- Umur dan tahapan dalam siklus hidup

Dari pemaparan teori di atas, bahwa minat adalah kecenderungan seseorang terhadap suatu objek atau situasi yang memiliki keterkaitan dengan dirinya sendiri. Sehingga dalam hal ini, minat investasi merupakan Kecenderungan atau kekuatan yang mendorong seorang investor dalam melakukan kegiatan investasinya.

## 7. Investasi Emas

Berikut ini merupakan pengertian investasi menurut beberapa ahli yaitu

- a) Menurut Webster (1999) investasi adalah penanaman uang dengan harapan mendapat hasil dan nilai tambah.

- b) Menurut Kamarudin ( 2004) investasi adalah penempatan uang atau dana dengan harapan untuk memperoleh tambahan atau keuntungan tertentu atas uang atau dana tersebut.
- c) Menurut Martono dan Harjito (2010) investasi adalah sebagai penanaman modal pada aktiva ril atau aktiva finansial keputusan dari aktiva apa yang akan dikelola oleh perusahaan merupakan keputusan investasi.

Dari beberapa teori yang dikemukakan di atas dapat disimpulkan bahwa investasi merupakan penanaman modal baik dalam bentuk fisik maupun non fisik dengan harapan mendapatkan keuntungan di masa yang akan datang.

Sementara itu emas adalah sebuah unsur kimia dengan lambang Au dan nomor atom 79. Emas adalah sebuah logam yang cerah, memiliki warna agak oranye-kuning, padat, lunak, dan ulet dalam bentuk murni. Di antara berbagai instrumen investasi, logam mulia emas dianggap sebagai instrumen investasi yang relatif aman. Selain itu, investasi logam mulia emas (batangan) di Indonesia memiliki kelebihan, yaitu dibebaskan dari Pajak Pertambahan Nilai (PPN) sebesar 11% sesuai Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (HPP).

Ada beberapa jenis investasi emas, yaitu:

- a. Emas Batangan (*Gold Bullion*)  
Logam mulia berbentuk balok emas/emas batangan yang memiliki sertifikat dari PT (Persero) Aneka Tambang Unit Logam Mulia.
- b. Emas Perhiasan (*Gold Jewellery*)  
Logam mulia berbentuk perhiasan dan merupakan cara yang populer untuk membeli emas. Tetapi sebenarnya bukan cara

yang terbaik untuk berinvestasi emas, karena adanya biaya pengrajin, *mark up* penjualan dan faktor lainnya yang membuat harga belinya menjadi lebih tinggi namun nilai jualnya rendah.

c. Emas Trading (*Gold Futures/Gold trading On-line*)

Kontrak untuk membeli atau menjual suatu jumlah emas tertentu pada suatu harga tertentu dan pada tanggal tertentu. Transaksi emas ini dilakukan di bursa berjangka.

d. Sertifikat Emas (*Gold Certificates*)

Sertifikat kepemilikan atas suatu kuantitas emas tertentu yang disimpan di brankas bank. Kelebihan sertifikat emas, yaitu investor tidak perlu mengkhawatirkan keamanan dari penyimpanan sendiri emas secara fisik.

e. Keping Emas (*Gold Coins*)

Emas berbentuk kepingan atau koin di mana nilainya ditentukan oleh kandungan emasnya. Kandungan emas dari kepingan ini diukur dalam *troy ounce* (1 *troy ounce* setara dengan 31 gram).

f. Rekening Emas

Salah satu investasi emas yang cukup banyak peminatnya adalah tabungan emas. Ini merupakan layanan transaksi jual beli emas dengan cara membeli emas berbentuk logam mulia melalui fasilitas tabungan. Modal dalam berinvestasi emas melalui tabungan emas ini terbilang cukup terjangkau, sebab dapat mulai menabung emas dengan berat 0,01 gram.

Dari pemaparan teori di atas dapat disimpulkan bahwa investasi emas adalah penanaman modal atau dana dalam bentuk investasi emas dengan harapan mendapatkan keuntungan di masa yang akan datang.

## B. Penelitian Terdahulu

Tabel 1 Penelitian Terdahulu

Nama Penulis	Judul	Variabel	Perbedaan	Hasil Penelitian
Cut Fitri Keumala Sari (2023)	Pengaruh Pengetahuan dan Fluktuasi Harga Terhadap Minat Investasi Emas	Variabel Terikat : Minat Investasi (Y) Variabel : Pengetahuan (X1) Fluktuasi Harga (X2)	Adanya perbedaan objek penelitian dan perbedaan variabel fluktuasi harga	Hasil penelitian menunjukkan bahwa; pertama, variabel pengetahuan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi mahasiswa-mahasiswi Ekonomi Syariah, kemudian yang kedua, variabel fluktuasi harga (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi mahasiswa-mahasiswi Ekonomi Syariah, dan yang ketiga variabel pengetahuan (X1) dan fluktuasi harga (X2) secara simultan berpengaruh terhadap minat investasi emas mahasiswa-mahasiswi Ekonomi Syariah.
1.Juli Dwina Puspita Sari 2. Sayyidah Azzafira (2021)	Analisis Pengaruh Pendapatan dan Pengetahuan Terhadap Minat Calon Nasabah Berinvestasi Emas di Pegadaian Syariah.	Variabel Terikat : Minat Investasi (Y) Variabel Bebas : Pendapatan (X1) Pengetahuan (X2)	Adanya perbedaan objek penelitian	Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, diperoleh hasil bahwa secara parsial variabel pendapatan dan pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat calon nasabah berinvestasi emas di Pegadaian Syariah Kota Langsa. Sedangkan secara simultan variabel

				pendapatan dan variabel pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat calon nasabah berinvestasi emas di Pegadaian Syariah Kota Langsa.
1. Agnes Alfonita Eka Suci 2. Mirdha Fahlevi	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Generasi Muda Terhadap Keputusan Berinvestasi Emas Pada Bank Syariah Indonesia	Variabel Terikat : Minat Investasi (Y) Variabel bebas : Sikap Investasi (X1) Noma Subjektif (X2) Persepsi Kontrol (X3)	Adanya perbedaan objek penelitian dan perbedaan variabel penelitian.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa minat generasi muda untuk berinvestasi ditentukan oleh sikap investasi dan motivasi investasi. Sikap investasi diiringi dengan motivasi investasi yang baik dari generasi muda, akan menumbuhkan minat mereka untuk melakukan investasi dalam berbagai wahana investasi yang tersedia seperti investasi emas dan sarana investasi lainnya.
Risydatussalma Septyandini (2019)	Pengaruh Pendidikan, Pendapatan, dan Motivasi Terhadap Minat Nasabah Dalam Berinvestasi Emas di Bank Syariah Mandiri KCP Ambarukmo Yogyakarta	Variabel Terikat : Minat Investasi (Y) Variabel Bebas: Pendidikan (X1) Pendapatan (X2) Motivasi (X3)	Adanya perbedaan objek penelitian dan perbedaan variabel yaitu : pendidikan dan motivasi.	Hasil penelitian dalam uji simultan (Uji F) menunjukan bahwa variabel pendidikan, pendapatan, dan motivasi berpengaruh secara simultan terhadap minat nasabah dalam berinvestasi emas. Hasil uji parsial (Uji T) menunjukkan bahwa variabel pendidikan dan motivasi berpengaruh, sedangkan variabel pendapatan tidak berpengaruh. Hasil

				analisis ini menunjukkan bahwa pendidikan dan motivasi berpengaruh terhadap minat nasabah dalam berinvestasi emas. Akan tetapi, pendapatan tidak berpengaruh terhadap minat nasabah dalam berinvestasi emas.
1.Novia Rosyiani 2.Fuad Hasyim (2021)	Analisis Pengaruh Minat Generasi Millenial Dalam Menggunakan Produk Tabungan Emas di Pegadaian Syariah.	Variabel Terikat : Minat (Y) Variabel Bebas : Promosi (X1) Pengetahuan (X2) Kualitas Pelayanan (X3) Motivasi (X4)	Adanya perbedaan objek penelitian dan variabel penelitian yaitu : Kualitas pelayanan dan motivasi	Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa promosi dan motivasi berpengaruh signifikan terhadap minat generasi millenial untuk menabung tabungan emas di pegadaian syariah. Pengetahuan dan motivasi berpengaruh signifikan terhadap minat generasi millenial untuk menabung tabungan emas di Pegadaian Syariah. Sementara itu, Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh terhadap minat generasi milenial untuk menabung tabungan emas di Pegadaian Syariah.
1. Indah Apriani 2. Nazori Majid 3. Rohana (2023)	Pengaruh Pendapatan, Pengetahuan, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah	Variabel Terikat : Minat (Y) Variabel Bebas : Pendapatan (X1)	Adanya perbedaan objek penelitian dan variabel penelitian	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hasil uji-F variabel pendapatan, pengetahuan dan kualitas pelayanan secara bersama-sama

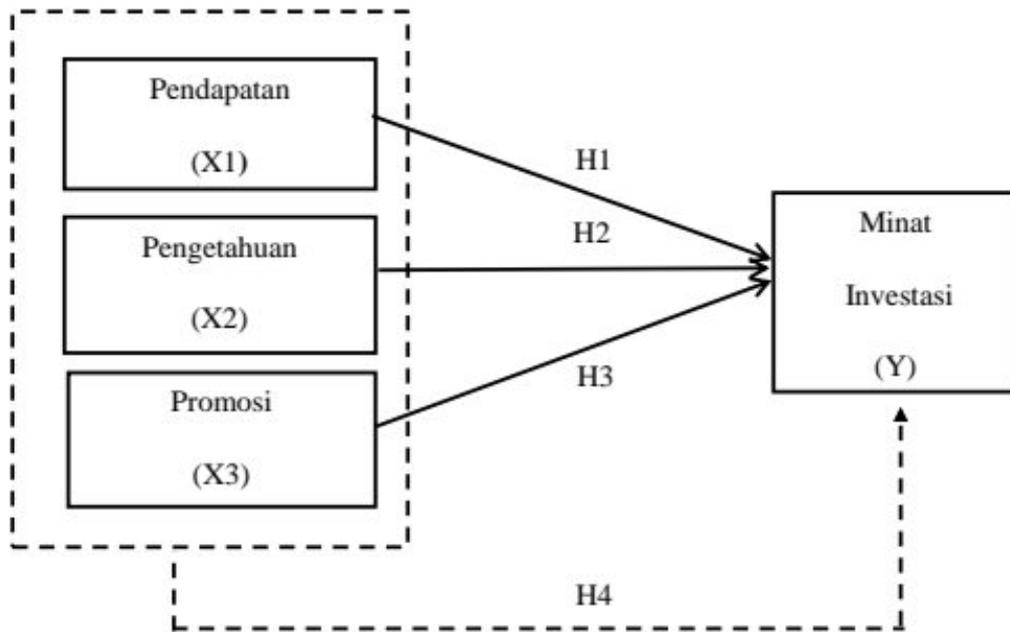
	Menabung Emas di Unit Pegadaian Syariah UIN STS Jambi	Pengetahuan (X2) Kualitas Pelayanan (X3)	yaitu kualitas pelayanan	berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menabung emas, secara uji-T pendapatan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah menabung emas, pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menabung emas dan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap minat menabung emas.
1.Nabika Sandi 2.Muhammad Halim 3.Andika Rusli	Pengaruh Pendapatan Nasabah Terhadap Minat Investasi Emas pada PT Pegadaian Cabang Kota Palopo	Variabel terikat : Minat Investasi (Y) Variabel Bebas : Pendapatan (X)	Adanya perbedaan objek penelitian..	Berdasarkan hasil analisis regresi linier sederhana menunjukkan bahwa pendapatan nasabah berpengaruh positif dan signifikan dalam minat investasi emas.
1.Guspia Ningsih 2.Muhammad Dayyan 3. Nurjanah (2019)	Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Berinvestasi Logam Mulia Di Pegadaian Syariah Langsa Barat	Variabel Terikat : Minat Investasi (Y) Variabel Bebas : Promosi (X1) Kualitas Pelayanan (X2) Pengetahuan (X3)	Adanya perbedaan variabel penelitian yaitu kualitas pelayanan	Berdasarkan uji hipotesis taraf signifikan 5% menunjukan secara parsial bahwa : 1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan promosi terhadap minat masyarakat berinvestasi Logam Mulia di Unit Pegadaian Syariah Langsa Barat; 2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan

				kualitas pelayanan terhadap minat masyarakat berinvestasi Logam Mulia di Unit Pegadaian Syariah Langsa Barat; 3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan pengetahuan terhadap minat masyarakat berinvestasi Logam Mulia di Unit Pegadaian Syariah Langsa Barat.
Natalie Tanaya (2021)	Pengaruh Pemahaman Investasi, Motivasi Investasi, Modal Minimal Investasi dan Pendapatan terhadap Keputusan Investasi di Pegadaian Cabang Singaraja	Variabel Terikat : Keputusan Investasi (Y) Variabel Bebas : Pemahaman Investasi (X1) Motivasi Investasi (X2) Modal Minimal Investasi (X3) Pendapatan (X4)	Adanya perbedaan objek penelitian dan perbedaan variabel yaitu pemahaman investasi, motivasi investasi, modal minimal	Hasil penelitian memperlihatkan jika : 1.) Pemahaman investasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi emas di PT. Pegadaian Cabang Singaraja, 2) Motivasi investasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi emas di PT. Pegadaian Cabang Singaraja, 3) Modal minimal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi di PT. Pegadaian Cabang Singaraja, 4) Pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi di PT Pegadaian Cabang Singaraja.
Moena Azizah (2016)	Pengaruh Pendapatan	Variabel Terikat :	Adanya perbedaan	Berdasarkan hasil analisis berganda

	dan Pendidikan Nasabah Terhadap Minat Nasabah Investasi Emas di BSM KC. Warung Buncit	Minat Investasi (Y) Variabel bebas : Pendapatan (X1) Pendidikan (X2)	objek penelitian dan perbedaan variabel yaitu pendidikan nasabah	menunjukkan bahwa variabel pendapatan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah investasi emas dengan nilai beta uji-t sebesar 0,150 atau sebesar 15% dan variabel pendidikan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah investasi emas dengan nilai beta uji-t sebesar 0,684 atau sebesar 68,4 %. Variabel pendapatan dan pendidikan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh dengan minat nasabah investasi emas dengan presentasi pengaruh sebesar 60,1 % dan sisanya 30,9 % dipengaruhi faktor variabel lain yang tidak diteliti.
--	---	--	--	--

### C. Kerangka Pemikiran

Gambar 4 Kerangka Pemikiran



Keterangan :

- > : Berpengaruh secara parsial
- - - - -> : Berpengaruh secara simultan

#### D. Hipotesis

Hipotesis merupakan suatu kesimpulan sementara yang belum final, suatu jawaban sementara, suatu dugaan sementara, yang merupakan konstruk peneliti terhadap masalah penelitian, yang menyatakan hubungan antara dua variabel atau lebih (Nurdin dan Hartati, 2019). Berdasarkan landasan teori, penelitian terdahulu dan kerangka berpikir yang telah diuraikan. Maka peneliti menyusun hipotesis sebagai berikut :

##### 1. Pengaruh Pendapatan Terhadap Minat Investasi Emas Pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto

Pendapatan adalah jumlah penghasilan yang diperoleh dari jasa-jasa kegiatan yang dilakukan yang diserahkan pada suatu waktu tertentu atau pendapatan juga dari harta kekayaan ( Mankiw, 2012 dalam Indrianawati dan Soesatyo, 2015). Dalam kegiatan berinvestasi, pendapatan merupakan salah satu faktor penting yang harus dimiliki dalam kegiatan berinvestasi emas. Pendapatan sendiri memiliki pengaruh yang cukup signifikan terhadap minat seseorang dalam berinvestasi emas. Puspita Sari dan Azzafira (2021), penelitian menunjukkan jika variabel pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat calon nasabah berinvestasi emas di Pegadaian Syariah Kota Langsa. Dewi (2023), menyimpulkan bahwa variabel pendapatan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah di BSI Basuki Rahmat. Berdasarkan hal tersebut maka peneliti merumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut :

**H1 : Pendapatan berpengaruh secara signifikan terhadap minat mahasiswa dalam berinvestasi emas.**

##### 2. Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Investasi Emas Pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto

Pengetahuan merupakan kemampuan yang dimiliki personal yang bisa dimengerti dan dipahami ( Alfrita, 2019). Pengetahuan menjadi salah satu faktor penting dalam menarik minat mahasiswa untuk

berinvestasi emas. Karena pengetahuan mahasiswa tentang investasi emas diperlukan sebagai bahan pertimbangan dalam memilih instrumen investasi. Ketika mahasiswa memiliki pengetahuan yang luas, maka ia lebih baik dalam mengambil keputusan. Semakin baik pengetahuan mahasiswa tentang investasi emas maka akan tinggi kemungkinan minat mahasiswa untuk melakukan investasi emas. Keumala Sari (2023), penelitian menunjukan jika variabel pengetahuan berpengaruh positif terhadap minat investasi emas mahasiswa/i Ekonomi UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Apriani dkk. (2023), menyimpulkan bahwa variabel pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menabung emas di Unit Pegadaian Syariah UIN STS Jambi. Berdasarkan hal tersebut maka peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut :

**H2 : Pengetahuan Berpengaruh Secara Signifikan Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Berinvestasi Emas.**

3. Pengaruh Promosi Terhadap Minat Investasi Emas Pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto

Promosi merupakan komponen yang dipakai untuk memberitahukan dan mempengaruhi pasar bagi produk perusahaan, sehingga pasar dapat mengetahui tentang produk yang diproduksi oleh perusahaan (Kotler dalam Maharani, 2020). Dengan adanya promosi, produsen atau distributor mengharapkan kenaikan angka penjualannya. Promosi mencakup metode komunikasi yang digunakan oleh produsen untuk memberikan informasi tentang produknya. Informasi ini bisa bersifat verbal maupun visual. Promosi dilakukan untuk menarik minat dari mahasiswa agar tertarik dengan produk investasi emas tersebut. Ningsih dkk.(2019), penelitian menunjukkan bahwa variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat dalam berinvestasi Logam Mulia di Pegadaian Langsa Barat. Maharani (2020), menyimpulkan bahwa variabel

promosi berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah pada tabungan emas di PT. Pegadaian Syariah Lumajang. Berdasarkan hal tersebut maka peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut :

**H3 : Promosi Berpengaruh Secara Signifikan Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Berinvestasi Emas.**

4. Pengaruh Pendapatan, Pengetahuan, dan Promosi Secara Terhadap Minat Investasi Emas Pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Sari & Azzafira (2021), menunjukkan bahwa variabel pendapatan dan pengetahuan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat calon nasabah berinvestasi emas di Pegadaian Syariah Kota Langsa. Apriani dkk. (2023), dalam penelitiannya menunjukkan bahwa variabel pendapatan, pengetahuan, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menabung emas di Unit Pegadaian Syariah UIN STS Jambi. Ningsih dkk. (2019), dalam penelitiannya bahwa variabel promosi, kualitas pelayanan dan pengetahuan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat berinvestasi Logam Mulia di Pegadaian Syariah Langsa Barat. Maharani (2020), dalam penelitiannya bahwa variabel promosi dan fluktuasi harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah pada Tabungan Emas di PT. Pegadaian Syariah Lumajang. Berdasarkan hal tersebut maka peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut :

**H4 : Pendapatan, Pengetahuan, Dan Promosi Bersama-Sama Berpengaruh Secara Signifikan Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Berinvestasi Emas.**