

---

## PENGARUH PERSEPSI RESIKO TERHADAP MINAT MEMBELI EMAS

Yofina Bintang Cahyani<sup>1</sup>, Didit Darmawan<sup>2</sup>  
[yofinabintangcahyani@gmail.com](mailto:yofinabintangcahyani@gmail.com)<sup>1</sup>, [dr.diditdarmawan@gmail.com](mailto:dr.diditdarmawan@gmail.com)<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Sunan Giri Surabaya, Indonesia

### ABSTRACT

*This study uses a qualitative research method by conducting a literature study approach, which aims to test the influence of risk perception on gold buying interest. This study focuses on values, culture and standards in educational activities. This study includes various scientific literature and theoretical studies. The data collected are descriptive and come from several selected scientific works based on the relevance of the research topic, academic quality, and suitability with the theoretical framework used. The two main variables discussed in this study are risk perception, which is considered an independent variable, and buying interest which is considered a dependent variable. Data analysis is carried out based on descriptive qualitative to show how these variables interact with each other. Based on the findings of the study on how risk perception affects the desire to buy gold, we can conclude that each variable has a positive result. It is interesting to conduct research on gold buying interest because buying interest is one of the main elements and problems for gold production companies about choosing the right strategy. The problems with consumer buying interest are very complicated. Which means that, people's buying interest links interrelated variables, companies must be able to analyze the transition in buying interest and set a strategy that fits the transition. Trends and transitions in buying interest are one issue that needs to be analyzed by a company because it greatly influences several factors, if the company wants the business to continue running and grow rapidly in the future.*

**Keywords:** Risk Perception, Buying Interest, Gold.

### ABSTRAK

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan melakukan pendekatan studi literatur, yang mempunyai tujuan untuk menguji pengaruh persepsi resiko terhadap minat beli Emas. Penelitian ini berfokus kepada nilai, budaya dan standar dalam kegiatan pendidikan. Studi ini mencakup berbagai literatur ilmiah dan studi teoritis. Data yang dikumpulkan bersifat deskriptif dan berasal dari beberapa karya ilmiah pilihan berdasarkan relevansi topik

---

penelitian, kualitas akademik, dan kesesuaian dengan kerangka teoritis yang digunakan. Dua variabel utama yang dibahas dalam penelitian ini adalah persepsi resiko, yang dianggap sebagai variabel independen, dan minat beli yang dianggap sebagai variabel dependen. Analisis data dilakukan berdasarkan kualitatif deskriptif untuk menunjukkan bagaimana antar variabel tersebut saling berinteraksi satu sama lain. Berdasarkan temuan penelitian tentang bagaimana persepsi resiko memengaruhi keinginan untuk membeli emas, kita dapat mengambil kesimpulan bahwa masing-masing variabel memiliki hasil yang positif. Menarik untuk dilakukannya penelitian tentang minat beli emas ini karena minat beli merupakan salah satu elemen utama dan masalah bagi perusahaan produksi emas tentang pemilihan strategi yang sesuai. Problematika pada minat beli konsumen sangat rumit. Yang berarti bahwa, minat beli masyarakat mengaitkan antar variabel yang saling terkait, perusahaan harus bisa menganalisis transisi dalam minat beli dan mengatur strategi yang pas dengan transisi tersebut. Tren dan transisi dalam minat beli adalah satu permasalahan yang perlu di analisis sebuah perusahaan karena sangat berpengaruh terhadap beberapa faktor, jika perusahaan menginginkan usaha tersebut terus berjalan dan bertumbuh cepat kedepannya.

**Kata Kunci:** Persepsi Resiko, Minat Beli, Emas.

---

## **PENDAHULUAN**

Ekonomi Indonesia terus berkembang seiring dengan perubahan kebutuhan masyarakat yang semakin kompleks. Dalam menghadapi tantangan global, perekonomian Indonesia harus mampu beradaptasi dengan perubahan tersebut, salah satunya dengan memanfaatkan berbagai instrumen ekonomi yang ada (Djaelani & Putra, 2021). Perkembangan ekonomi itu senantiasa mengalami transformasi di tiap-tiap waktu seiring dengan naiknya kebutuhan pokok,

transformasi itu disebabkan adanya inflasi yang bisa menurunkan daya beli masyarakat pada barang dan jasa akibat nilai tukar mata uang asing yang menurun. Pentingnya peran investasi untuk bisa mencegah penurunan lebih rendah lagi atau bahkan bisa meningkatkan perekonomian di Indonesia (Mardikaningsih & Darmawan, 2023). Masyarakat harus mempunyai visi untuk maju dan strategi adaptif untuk beradaptasi dengan perubahan ekonomi. Investasi adalah salah satu contohnya. Masyarakat telah

menyisihkan setengah penghasilan mereka untuk investasi karena tingkat kesadaran dari mereka akan pentingnya manajemen keuangan yang efektif. Namun, dibutuhkan suatu pembelajaran finansial untuk memotivasi tentang investasi yang berjangka panjang dan lebih strategis untuk memastikan perihal keamanan keuangan di masa mendatang (Sukmaningati, 2021). Investasi merupakan tindakan menanggulangi konsumsi pada saat ini, untuk kemudian mengalokasikan sumber daya tersebut ke dalam aset investasi, dengan harapan memperoleh keuntungan finansial di masa depan (Fadilla & Khalidin, 2021). Penting bagi masyarakat untuk terus memperdalam pemahaman tentang investasi agar dapat membuat keputusan yang tepat dalam merencanakan finansial mereka. Dengan edukasi yang lebih baik, diharapkan investasi jangka panjang akan semakin diminati, mendatangkan efek positif bagi seluruh perekonomian di Indonesia.

Investasi dalam bentuk emas telah dikenal luas sebagai salah satu instrumen yang aman dan stabil dalam dunia keuangan. Banyak orang beralih ke emas karena sifatnya yang dapat melindungi kekayaan mereka dari berbagai ketidakpastian ekonomi. Emas adalah sebuah pilihan jangka panjang dalam investasi yang dianggap bisa mendatangkan

keuntungan kedepannya (Chasanah & Haikal, 2023). Hal ini disebabkan karena emas lantakan mempunyai standar kualitas sama dan tidak kenal dengan anggaran pembuatan. Untuk memastikan bahwa nilainya tidak akan hilang kapanpun dan dimanapun (Rinwantin & Taufik, 2021). Emas memiliki kekuatan untuk menjaga nilai dan kekayaan orang yang memilikinya. Harga emas akan meningkat saat inflasi meningkat, tetapi perlu diperhatikan bahwa nilai emas akan tetap stabil jika inflasi turun atau di tingkat yang rendah. Hal ini menjadi sebuah alasan mengapa emas sangat tepat digunakan sebagai pelindung nilai kekayaan, mengingat nilai emas cenderung stabil dan dianggap tidak terpengaruh oleh inflasi (zero inflation effect) (Tanuwidjaja, 2009). Karena keamanan dan stabilitasnya, emas juga menjadi pilihan investasi yang menarik. Emas dikenal dapat bertahan di tengah perubahan ekonomi dan inflasi serta mudah dijual karena likuiditasnya yang tinggi. Emas juga biasanya digunakan sebagai tanda status sosial dan kekayaan. Investasi menggunakan emas biasanya memberikan hasil yang stabil dan menguntungkan dalam jangka panjang, karena hal ini yang membuat emas cocok untuk menjadi pilihan yang menarik untuk mereka yang mencari cara untuk melindungi

kekayaan mereka dari ekonomi yang tidak pasti (Rotinsulu, 2021). Dengan berbagai keuntungan yang ditawarkan, emas tetap menjadi pilihan utama bagi banyak investor yang mengutamakan stabilitas dan perlindungan terhadap nilai kekayaan mereka. Penting untuk terus memahami dinamika pasar emas agar bisa memaksimalkan manfaat dari investasi jangka panjang ini.

Minat beli adalah faktor terpenting untuk menentukan keputusan konsumen dalam membeli suatu produk. Pengetahuan tentang bagaimana minat beli terbentuk sangat membantu para produsen dalam merancang strategi pemasaran yang efektif. Puriwati *et al.* (2022) memberikan penjelasan tentang minat beli sebagai proses integrasi di mana orang mengevaluasi dua atau lebih tindakan potensial dan memilih salah satunya. Menurut Moslehpour *et al.* (2021) minat beli adalah perilaku yang muncul sebagai respons terhadap sesuatu yang menunjukkan keinginan pembeli untuk membeli sesuatu. Menurut Mahar *et al.* (2022), Minat Beli juga Salah satu komponen perilaku konsumen dalam sikap berkonsumsi. Hal ini juga mempengaruhi kecenderungan seseorang untuk bertindak sebelum mereka benar-benar membuat keputusan pembelian. Minat beli merupakan konsep terpenting dalam perilaku konsumen

yang merujuk pada kecenderungan konsumen untuk membeli suatu produk (Darmawan & Arifin, 2021). Indikator yang mempengaruhi minat beli menurut Schiffman dan Kanuk (2010), yakni 1) Tertarik pada informasi mengenai produk; 2) Mempertimbangkan untuk membeli; 3) Tertarik untuk mencoba; 4) Ingin mengetahui produk; dan 5) Jadi ingin memiliki produk. Minat beli merupakan sebuah konsep psikologis yang menggambarkan keinginan dan kecenderungan konsumen untuk membeli suatu produk (Mardikaningsih & Putra, 2021). Konsep ini sangat penting bagi perusahaan karena minat beli dapat mempengaruhi keputusan pembelian dan akhirnya mempengaruhi kinerja penjualan. Pemahaman mengenai minat beli dapat memberikan wawasan berharga dalam merancang strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran (Darmawan *et al.*, 2023). Produsen dapat meningkatkan peluang penjualan dengan mengakomodasi preferensi dan keinginan konsumen yang beragam.

Persepsi risiko adalah faktor yang memengaruhi keputusan pembeli dalam berbelanja. Semakin rendah persepsi risiko dari suatu individu maka semakin tinggi tingkat kepercayaannya, begitupun sebaliknya (Ningsih *et al.*, 2021). Schiffman dan Kanuk (2005)

mengartikan persepsi risiko sebagai suatu keadaan yang dihadapi oleh pembeli ketika mereka tidak dapat memperkirakan konsekuensi dari keputusan pembelian yang diambil. Persepsi risiko juga dapat dipahami sebagai sesuatu hal tidak pasti yang dihadapi konsumen ketika mereka tidak dapat melihat kemungkinan yang akan terjadi akibat adanya keputusan yang dilakukan (Arifudin *et al.*, 2020). Adapun indikator persepsi risiko menurut Lailina *et al.*, (2022), yakni 1) Risiko keuangan (financial risk); 2) Risiko pasar (market risk); dan 3) Risiko psikologis (psychology risk). Persepsi risiko merujuk pada bagaimana individu atau kelompok memahami dan menilai potensi risiko untuk membuat keputusan (Arifin *et al.*, 2023). Persepsi ini bukanlah penilaian objektif terhadap risiko, tetapi lebih kepada pandangan subjektif yang dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti pengalaman, pengetahuan, dan situasi lingkungan (Masrifah & Darmawan, 2023). Persepsi risiko memainkan peran penting dalam keputusan investasi, pembelian barang, atau bahkan dalam pengambilan keputusan sehari-hari (Issalillah *et al.*, 2023). Langkah-langkah mitigasi risiko yang tepat dapat membantu meningkatkan minat beli yang berdampak pada keputusan pembelian.

Investasi emas semakin menjadi pilihan menarik bagi banyak orang, terutama dalam menghadapi ketidakpastian ekonomi. Terdapat berbagai faktor yang dapat memengaruhi persepsi risiko seseorang terhadap minat beli emas, seperti pengalaman pembelian sebelumnya, informasi yang diterima, dan kondisi pasar. Konsumen dengan persepsi risiko yang tinggi cenderung menunda pengambilan keputusan, sedangkan mereka yang memiliki persepsi risiko rendah lebih cenderung untuk segera membeli emas. Penelitian ini mempunyai tujuan untuk menguji pengaruh persepsi risiko terhadap minat membeli emas. Dengan memahami hubungan ini, semoga dapat memberikan wawasan bagi investor dan pelaku pasar dalam menganalisis sebuah resiko terhadap investasi. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi akademisi, pembuat kebijakan, dan pengusaha. Dengan mempelajari factor yang berpengaruh terhadap minat beli emas, diharapkan semoga dapat membantu untuk membuat strategi pemasaran yang lebih baik dan meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang keuangan.

#### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif

dengan tujuan untuk menguji pengaruh persepsi resiko terhadap minat beli Emas. Studi literatur ini meliputi kajian teoritis, referensi, dan berbagai literatur ilmiah yang relevan dengan budaya, nilai, dan norma dalam kegiatan pendidikan yang menjadi fokus penelitian. Data yang dikumpulkan berbentuk deskriptif dan berasal dari beberapa artikel, jurnal, dan situs web. Artikel-artikel ini dipilih berdasarkan relevansi dengan topik penelitian, kualitas akademik, serta kerangka teoritis yang digunakan. Dua variabel utama yang dibahas dalam penelitian ini adalah persepsi resiko yang dianggap sebagai variabel independen, dan minat beli yang dianggap sebagai variabel dependen. Analisis data dilakukan berdasarkan kualitatif deskriptif untuk menunjukkan bagaimana antar variabel tersebut saling berinteraksi satu sama lain, dan membagikan dedikasi ilmiah untuk perluasan praktik manajemen dan kebijakan. Melalui metode penelitian ini semoga dapat membagikan pemahaman lebih baik yang berhubungan dengan aspek yang berpengaruh terhadap persepsi resiko, khususnya dalam minat beli Emas. Penelitian ini juga diharapkan dapat membantu pelaku industri emas dan pembuat kebijakan membuat metode yang lebih baik untuk mengurangi persepsi resiko.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Selama bertahun-tahun, emas sudah dianggap sebagai salah satu instrumen investasi yang terjamin, terutama dalam menghadapi ketidakpastian ekonomi dan inflasi. Banyak investor yang memilih emas sebagai alat lindung nilai terhadap perubahan pasar keuangan. Minat beli emas diketahui memiliki banyak faktor yang mempengaruhinya termasuk persepsi resiko yang dimiliki individu. Persepsi resiko adalah cara individu memandang atau menilai potensi resiko yang terkait dengan suatu keputusan atau tindakan, termasuk dalam hal ini adalah keputusan untuk membeli emas. Persepsi ini tidak selalu objektif, tetapi dipengaruhi oleh berbagai faktor psikologis, pengalaman pribadi, informasi yang diterima, serta kondisi ekonomi saat itu. Kajian terhadap pengaruh persepsi resiko terhadap minat beli emas dilakukan untuk menganalisis topik ini. Berikut Beberapa peneliti terdahulu yang diidentifikasi sebagai sumber kajian di penelitian ini.

### 1. Wasti Reviandani (2023)

Penelitian ini bertujuan untuk menentukan apakah persepsi return dan resiko, serta mediasi pengetahuan investasi, dapat mempengaruhi minat investasi mahasiswa. Metode penelitian ini bersifat kuantitatif, dan data yang diperoleh dari penyebaran

kuesioner diproses dengan teknik analisis data menggunakan model SEM (Modeling Equation Structural). Program SmartPLS 3.0 (Partial Least Square) dan berjumlah 120 responden valid. Berdasarkan populasi data yang diperoleh dari Admisi Universitas Muhammadiyah Gresik tahun 2022, yang berjumlah 207 orang, kemudian dihitung dengan rumus slovin menjadi 135 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah non-probability sampling. Hasil analisis menunjukkan bahwa minat mahasiswa terhadap investasi dipengaruhi oleh persepsi return dan risiko investasi. Pengetahuan investasi mahasiswa sangat berpengaruh signifikan terhadap pengetahuan investasi dan hasil empiris ini menunjukkan bahwa semakin banyak mahasiswa memahami return dan risiko dan tentang investasi, semakin besar minat investasi mereka.

## 2. Ismi Kuswati (2023)

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana persepsi risiko, kualitas pelayanan, dan harga emas memengaruhi minat masyarakat untuk menabung emas di Unit Pegadaian Syariah Bintoro Demak. Jenis penelitian lapangan (field research) yang dipakai dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Sumber data ini berasal

dari data primer, dengan menggunakan metode pengambilan data berupa kuesioner disertai dengan dokumentasi dengan jumlah responden sebanyak 85 responden pengguna produk tabungan emas. Analisis data telah dilakukan dengan memakai analisis regresi linear berganda dengan Uji T, Uji F, dan koefisien determinasi ( $R^2$ ). Kualitas pelayanan, harga emas, dan persepsi risiko dipandang sebagai variabel independen, sementara minat dianggap sebagai variabel dependen.. Hasil penelitian menunjukkan bahwa minat untuk menabung emas berpengaruh secara signifikan oleh variabel kualitas pelayanan dan persepsi risiko. Sebaliknya, variabel harga emas tidak memengaruhi minat masyarakat untuk menabung emas di Unit Pegadaian Syariah Bintoro Demak.

## 3. Ade Wawan (2024)

Penelitian ini mempunyai tujuan untuk menyelidiki pengaruh persepsi terhadap risiko, keamanan, dan pengetahuan terhadap minat penduduk untuk berinvestasi dalam emas digital melalui aplikasi BSI Mobile. Subjek dalam penelitian ini adalah individu yang berdomisili di Purwokerto Utara, berusia minimal 17 tahun, dan telah mengunduh aplikasi BSI Mobile. Sampel penelitian ini diambil dengan menggunakan teknik pendekatan non-probabilitas, tepatnya

dengan teknik purposive sampling yang bertujuan untuk memilih responden yang sesuai dengan kriteria tertentu. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh melalui pengisian kuesioner yang disebarakan secara online melalui google form kepada 100 responden. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda dengan alat bantu SPSS (Statistical Product and Service Solution) versi 25.0. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pengetahuan, keamanan, dan persepsi risiko investasi berpengaruh secara positif terhadap minat masyarakat dalam berinvestasi emas digital BSI Mobile. Sedangkan berdasarkan uji simultan bahwa keseluruhan variabel independen berpengaruh positif dan signifikan

4. Naili Nuril Afa Manik, Putri Indah Fadillah dan Nurul Jannah (2021)

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menemukan faktor-faktor yang mempengaruhi minat generasi Z untuk berinvestasi emas. Data diperoleh menggunakan kuesioner dan dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda. Populasi dan sampel pada penelitian ini adalah Generasi Z (dengan kategori rentang usia 17-25 tahun). Variabel yang

digunakan adalah persepsi risiko, pengetahuan, dan dirasakan kemudahan untuk digunakan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan sampel sejumlah 85 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi resiko dan pengetahuan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat generasi Z dalam berinvestasi emas di pegadaian digital syariah. Sedangkan variabel persepsi kemudahan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat generasi Z dalam berinvestasi emas di pegadaian digital syariah.

5. Atiqah Athi'ulhaq (2023)

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengetahuan, keamanan, dan persepsi risiko investasi terhadap minat Generasi Z dalam berinvestasi emas digital. Objek dari penelitian ini adalah masyarakat yang termasuk dalam Generasi Z yang berusia 18 hingga 27 tahun di Indonesia dan belum pernah melakukan transaksi investasi emas digital. Pengambilan sampel dalam penelitian ini Teknik non-probability sampling menggunakan teknik purposive sampling. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer berupa kuesioner (angket) yang disebarakan secara online kepada 140 responden. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif

dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan, keamanan, dan persepsi risiko berpengaruh secara positif terhadap minat Generasi Z dalam berinvestasi emas digital.

6. Sulthan Ahmad Mamduh (2023)

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, dan risiko terhadap minat masyarakat dalam menabung emas di Pegadaian Syariah Digital pada penduduk di wilayah Jabodetabek. Populasi dalam penelitian ini yaitu masyarakat berusia 20-50 tahun yang berdomisili di Jabodetabek dan mempunyai aplikasi pegadaian syariah digital. Sampel dalam penelitian ini diambil dengan menggunakan metode pengumpulan data yang disebut *purposive sampling*. Jumlah sampel yang digunakan yaitu sebanyak 100 responden. Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan teknik analisis SEM-PLS (*Structural Equation Modeling-Partial Least Square*) melalui software SmartPLS versi 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pengaruh *Perceived usefulness*, *Perceived ease of use*, dan Risiko berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat

dalam menabung emas di pegadaian syariah digital.

7. Lailina, Nuratiran, Noor Shodiq Askandar dan Junaidi Junaidi (2022)

Tujuan penelitian kuantitatif ini untuk mengetahui pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Risiko dan Motivasi Investasi terhadap Minat Investasi Tabungan Emas di Pegadaian (studi pada mahasiswa Universitas Islam Malang, Politeknik Negeri Malang dan Universitas Negeri Malang. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa aktif angkatan 2018 jurusan Akuntansi UNISMA, POLINEMA dan Universitas Negeri Malang dan pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* ditentukan dengan rumus *Slovin standard error*, sampel sebanyak 85 responden. Pengumpulan data menggunakan kuesioner. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 570 Mahasiswa. Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: literasi keuangan dan motivasi investasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat investasi tabungan emas di Pegadaian, sedangkan persepsi risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap minat investasi tabungan emas di Pegadaian. Hasil

pengujian secara simultan menunjukkan Literasi keuangan, persepsi risiko dan motivasi investasi berpengaruh signifikan terhadap minat investasi tabungan emas di Pegadaian.

8. Rizka Fadilah (2023)

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap minat investasi mahasiswa melalui cicil emas, pengaruh persepsi risiko terhadap minat investasi mahasiswa melalui cicil emas, dan seberapa besar pengaruh literasi keuangan dan persepsi risiko terhadap minat berinvestasi mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon jurusan perbankan syariah angkatan 2019 melalui cicil emas di bank syariah indonesia. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan teknik pengumpulan data yang melalui kuisisioner dengan jumlah sampel 69 orang. Teknis analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis statistik berupa uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, uji hipotesis berupa uji t (parsial), uji F (simultan), dan uji koefisien dterminasi (R<sup>2</sup>) dengan menggunakan SPSS statistik versi 22. Hasil penelitian ini menunjukkan variabel literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat investasi dan variabel persepsi risiko

berpengaruh positif terhadap minat investasi

9. Tiara Rheapita Chazmira (2021).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh modal minimal, persepsi kemudahan, return dan persepsi risiko terhadap minat investasi secara digital pada mahasiswa. Objek penelitian adalah mahasiswa STIE Pembangunan tanjungpinang jurusan akuntansi angkatan tahun 2016, 2017, dan 2018 sebanyak 245 responden yang diperoleh dengan teknik Nonprobability Sampling dengan pendekatan purposive sampling. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan metode survey. Pengumpulan data dilakukan dengan cara memberikan kuisisioner, test, wawancara terstruktur, dan sebagainya. Pada penelitian ini, teknik pengolahan data yang akan digunakan adalah editing, coding, scoring, dan tabulating. Data yang diperoleh berupa jawaban dari responden yang didapat dari penyebaran kuesioner dan kemudian diolah menggunakan SPSS versi 25.5. Adapun metode analisis yang digunakan adalah analisis linier bergandam uji t, uji F dan koefisien determinasi. Hasil penelitian secara simultan menunjukkan bahwa variabel modal minimal, persepsi kemudahan, return dan persepsi risiko

berpengaruh signifikan terhadap minat investasi.

10. Erwin Febriansyah dan Reza Feby Yoanda (2024).

Penelitian kuantitatif ini bertujuan untuk menguji pengaruh pengetahuan investasi, kemajuan teknologi dan persepsi risiko terhadap minat berinvestasi pada generasi milenial di Kota Bengkulu. Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Bengkulu dijadikan sebagai subjek penelitian, dengan pendekatan *purposive sampling* dan jumlah sampel 62 responden. Metode pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner online. Temuan penelitian ini dapat disimpulkan melalui penggunaan teknik analisis data regresi berganda bahwa variabel pengetahuan investasi, kemajuan teknologi, dan persepsi risiko semuanya berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi.

Tabulasi dari studi tersebut ditunjukkan pada tabel 1. Dari berbagai studi yang dikaji, terlihat jelas bahwa Persepsi Resiko yang berasal dari dalam diri sendiri maupun yang didorong oleh lingkungan eksternal, memiliki dampak signifikan terhadap Minat Beli.

Tabel 1. Studi tentang Pengaruh Persepsi Resiko Terhadap Minat Beli Emas

Peneliti	Lokasi Penelitian	Fokus Penelitian	Temuan Utama
Reviandani (2023)	Universitas Muhammadiyah Gresik	Pengaruh persepsi risiko dan return serta mediasi pengetahuan investasi berpengaruh terhadap minat investasi mahasiswa.	Adanya pengaruh yang signifikan terhadap minat berinvestasi.
Kuswati (2023)	Pegadaian Syariah Bintoro Demak	pengaruh persepsi risiko, harga emas, dan kualitas layanan terhadap minat masyarakat untuk menabung emas	Adanya pengaruh yang signifikan terhadap minat untuk menabung emas
Wawan (2024)	Purwokerto Utara	Pengaruh pemahaman, rasa aman, dan persepsi terhadap risiko investasi terhadap ketertarikan masyarakat untuk berinvestasi dalam emas digital melalui BSI Mobile.	Terdapat pengaruh yang signifikan terhadap minat masyarakat untuk berinvestasi dalam emas digital melalui BSI Mobile.
Manik <i>et al</i> (2021)	Pegadaian syariah digital	Kemudahan penggunaan, pengetahuan dan persepsi risiko terhadap minat Gen Z berinvestasi	Terdapat pengaruh yang positif terhadap minat gen Z untuk berinvestasi emas melalui Pegadaian Digital

		di pegadaian digital syariah dan emas.	Syariah.
Athi'ulhaq (2023)	Masyarakat yang termasuk dalam Gen Z	Pengaruh persepsi resiko, keamanan dan pengetahuan investasi terhadap minat Gen Z berinvestasi emas digital.	Adanya pengaruh secara positif terhadap minat Gen Z berinvestasi emas digital.
Mamduh (2023)	Wilayah Jabodetabek	<i>Perceived usefulness, Perceived ease of use, dan Risiko</i> Terhadap minat masyarakat menabung emas di Pegadaian Syariah Digital	Terdapat pengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat menabung emas di pegadaian syariah digital
Lailina et al (2022)	Universitas Islam Malang	Literasi Keuangan, Persepsi Risiko dan Motivasi Investasi terhadap Minat Investasi Tabungan Emas	Terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi
Fadilah (2023)	IAIN Syekh Nurjati Cirebon	pengaruh literasi keuangan, persepsi resiko terhadap minat investasi mahasiswa melalui cicil emas	Bahwa terdapat variabel persepsi resiko berpengaruh signifikan terhadap minat investasi.
Chazmira (2021)	Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pembangunan Tanjungpinang	pengaruh modal minimal, persepsi kemudahan, persepsi risiko dan <i>return</i>	Adanya pengaruh yang signifikan terhadap minat berinvestasi

		terhadap minat investasi mahasiswa secara digital.	pada mahasiswa
Febriansyah, & Yoanda (2024)	Generasi milenial di Kota Bengkulu	Pengaruh pengetahuan investasi, perkembangan teknologi, dan persepsi terhadap risiko terhadap minat investasi pada generasi milenial.	Adanya pengaruh positif terhadap minat investasi

Berinvestasi dalam emas telah menjadi pilihan yang lebih populer dibarengi dengan meningkatnya kesadaran masyarakat tentang pentingnya melindungi kekayaan. Namun, keputusan untuk berinvestasi emas dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kualitas pelayanan, harga emas, pengetahuan, dan persepsi risiko yang dirasakan oleh konsumen. Menurut Kuswati (2023), persepsi risiko, kualitas pelayanan, dan harga emas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat untuk menabung emas. Sementara itu, Wawan (2024) menyatakan bahwa persepsi risiko, keamanan, dan pengetahuan investasi berpengaruh terhadap minat masyarakat untuk berinvestasi emas digital melalui BSI Mobile. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Manik et al. (2021) dan Athi'ulhaq (2023),

yang menjelaskan bahwa pengetahuan, keamanan, dan persepsi risiko memiliki dampak terhadap minat masyarakat dalam berinvestasi emas. Dengan adanya temuan-temuan ini, semakin jelas bahwa faktor-faktor tersebut mempunyai dampak positif terhadap minat beli dan investasi emas. Penelitian lebih lanjut diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam untuk membantu pelaku pasar dan investor dalam mengambil keputusan yang lebih bijak terkait investasi emas.

Persepsi risiko adalah sebuah perspektif tentang akibat yang tidak pasti dari jual beli. Risiko adalah sesuatu hal tidak pasti yang harus dihadapi dan diterima oleh setiap calon investor (Piraga *et al.*, 2021). Penelitian ini sejalan dengan penelitian Manik (2021), yang menunjukkan bahwa persepsi risiko investasi memberikan hasil yang signifikan terhadap minat Generasi Z untuk berinvestasi emas digital. Penemuan ini juga didukung oleh Amalia (2022), yang penelitiannya menunjukkan bahwa persepsi risiko juga memiliki dampak yang signifikan terhadap minat untuk berinvestasi secara *online*. Penting untuk memahami bagaimana persepsi risiko dapat memengaruhi minat investasi, terutama di kalangan generasi muda. Penelitian lebih lanjut tentang persepsi risiko diharapkan dapat membantu pihak-pihak terkait

untuk menyusun strategi yang dapat mengurangi ketidakpastian dan meningkatkan kepercayaan investor.

Selama bertahun-tahun, emas sudah dianggap sebagai salah satu instrumen investasi yang terjamin, terutama dalam menghadapi ketidakpastian ekonomi dan inflasi. Sebagai logam mulia yang memiliki nilai tinggi, emas sering dipilih oleh masyarakat sebagai sarana lindung nilai terhadap inflasi dan fluktuasi pasar. Faktanya, minat beli emas tidak selalu stabil dan bisa terpengaruhi dari beberapa faktor, salah satunya adalah persepsi risiko. Pandangan individu terhadap kemungkinan terjadinya kerugian atau ketidakpastian yang terkait dengan suatu keputusan atau tindakan disebut dengan persepsi risiko. Dalam konteks investasi emas, persepsi risiko berkaitan dengan bagaimana individu menilai kemungkinan fluktuasi harga emas, kebijakan ekonomi, serta faktor-faktor eksternal lainnya yang dapat mempengaruhi nilai investasi mereka. Minat beli merupakan kecenderungan atau niat konsumen untuk membeli suatu produk. Dalam hal ini, minat beli emas dipengaruhi oleh faktor-faktor psikologis dan situasional yang dimiliki oleh individu. Berdasarkan studi yang telah dilakukan, minat beli emas tidak hanya dipengaruhi oleh faktor persepsi risiko, terdapat faktor kualitas pelayanan, harga emas,

pengetahuan, dan keamanan yang turut membentuk minat individu untuk membeli emas.

Pengkajian tentang pengaruh persepsi risiko terhadap minat beli emas memiliki sejumlah implikasi penting bagi manajer dan pelaku industri yang terlibat dalam perdagangan emas atau investasi. Implikasi ini tidak selalu berkaitan dengan pemahaman perilaku konsumen, tetapi sama halnya dengan strategi pemasaran dan kebijakan yang dapat diadopsi untuk meningkatkan minat beli emas. Perusahaan di industri emas perlu lebih aktif memberikan edukasi kepada konsumen mengenai pasar emas, fluktuasi harga, serta faktor-faktor yang mempengaruhi nilai emas. Gerakan seperti sosialisasi atau melibatkan audien dengan informasi yang transparan dan berbasis data dimungkinkan dapat membantu mengurangi kekhawatiran yang muncul akibat persepsi risiko yang berlebihan. Strategi pemasaran dengan menonjolkan sifat emas sebagai alat pelindung nilai yang tahan terhadap inflasi atau krisis ekonomi global dapat mengurangi ketakutan konsumen terkait fluktuasi harga jangka pendek. Penampilan testimoni dari investor atau pembeli atau ahli ekonomi berkemungkinan besar membantu memperkuat persepsi positif terhadap emas sebagai aset yang relatif aman.

Perusahaan dapat mempertimbangkan untuk menawarkan produk emas yang dilengkapi dengan asuransi atau perlindungan terhadap fluktuasi harga yang besar. Perusahaan juga dapat bekerja sama dengan lembaga sertifikasi atau badan regulasi untuk memastikan bahwa emas yang ditawarkan memiliki kualitas yang terjamin. Pengembangan layanan konsumen yang responsif terhadap pertanyaan dan kekhawatiran terkait risiko pembelian emas perlu untuk difokuskan. Implikasi manajerial dari penelitian ini menekankan pentingnya memahami persepsi risiko konsumen dan bagaimana hal tersebut memengaruhi minat beli emas.

## **KESIMPULAN**

Emas telah menjadi salah satu pilihan investasi yang banyak digemari di kalangan masyarakat, khususnya di negara-negara berkembang. Sebagai investasi yang relatif stabil, emas memberikan peluang bagi individu untuk melindungi kekayaan mereka di tengah ketidakpastian ekonomi. Investasi emas dianggap menguntungkan jika dilakukan dalam jangka panjang. Ini disebabkan karena emas lantakan memenuhi standar kualitas yang sama dan tidak kenal biaya anggaran pembuatan. Untuk memastikan bahwa nilai jual emas tidak akan hilang kapanpun dan

dimanapun. Investasi emas juga merupakan layanan titipan saldo yang dikonversi menjadi satuan emas. Ini menjadi salah satu sarana yang mudah, murah, aman, dan terpercaya karena dapat dicetak dalam bentuk emas. Emas adalah salah satu logam mulia yang paling sering digunakan sebagai standar keuangan dan alat tukar dalam perdagangan. Karena nilainya yang stabil, emas sering dipilih sebagai investasi oleh pelaku bisnis dan masyarakat. Emas juga Sangat menjanjikan untuk beberapa orang yang ingin berinvestasi dalam jangka Panjang. Selain itu, berinvestasi emas juga relatif lebih aman. Biaya administrasi, tingkat suku bunga rendah, jaminan terbatas, dan pajak bunga 20% akan perlahan mengurangi manfaat menyimpan uang di bank. Karena tidak ada pertemuan langsung langsung antara pembeli dan penjual, e-commerce menyebabkan persepsi risiko yang berbeda-beda dan menjadi salah satu alasan mengapa orang enggan belanja lewat online. Semakin kecil persepsi risiko seseorang, semakin tinggi kepercayaan orang tersebut, begitupun sebaliknya. Berinvestasi dalam emas tidak hanya memberikan keuntungan jangka panjang, tetapi juga menawarkan keamanan yang relatif tinggi. Emas tetap menjadi pilihan sebuah instrumen investasi yang digemari

oleh banyak orang, meskipun ada tantangan dan persepsi risiko yang perlu diperhatikan.

Seiring dengan perkembangan ekonomi dan perubahan pola konsumsi masyarakat, minat beli terhadap produk tertentu, termasuk emas, menjadi topik yang menarik untuk diteliti. Pengaruh berbagai faktor, seperti persepsi risiko, terhadap keputusan beli customer menjadi cara penting yang perlu diperhatikan oleh pelaku industri. Berdasarkan temuan penelitian tentang bagaimana persepsi resiko memengaruhi keinginan untuk membeli emas, kita dapat mengambil kesimpulan bahwa masing-masing variabel memiliki hasil yang positif. Menarik untuk dilakukannya penelitian tentang minat beli emas ini karena minat beli merupakan salah satu elemen utama dan masalah bagi perusahaan produksi emas tentang memilih strategi yang sesuai. Permasalahan pada minat beli konsumen ini sangat rumit. Artinya, minat beli masyarakat mengaitkan banyak variabel yang saling terkait sehingga Perusahaan harus bisa menganalisis perubahan dalam minat beli dan mengatur strategi yang pas dengan perubahan tersebut. Tren dan transisi dalam minat beli adalah satu permasalahan yang perlu di analisis sebuah perusahaan karena sangat berpengaruh terhadap beberapa faktor, jika perusahaan menginginkan

usaha tersebut terus berjalan dan bertumbuh cepat kedepannya. Perusahaan produksi emas harus memperhatikan lebih banyak faktor yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen, sehingga mereka dapat membuat strategi pemasaran yang lebih baik dengan mempelajari dinamika minat beli. Dengan mengetahui dinamika minat beli, perusahaan dapat memperoleh keuntungan yang lebih besar dan tetap bertahan di pasar yang terus berubah.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, F. H. (2022). Pengaruh Persepsi *Return*, Literasi Keuangan, Persepsi Risiko, Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Investasi Secara *Online* (Studi Kasus Pada Pebisnis Muda). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Ekonomi Kreatif*, 1(2), 24-41
- Arifin, S., Darmawan, D., Jahroni, J., Khayru, R. K., & Lestari, U. P. (2023). Persepsi Risiko Dan Kepercayaan Pelanggan Dalam Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Terhadap Produk Elektronik Ramah Lingkungan. *Jurnal of Management and Social Sciences*, 1(4), 172-182.
- Arifudin, O., Wahrudin, U., & Rusmana, F. D. (2020). *Manajemen Risiko*. Penerbit Widinam, Bandung.
- Athi'ulhaq, A. (2023). Pengaruh Pengetahuan, Keamanan, dan Persepsi Resiko Investasi Terhadap Minat Generasi Z dalam Berinvestasi Emas Digital: Studi Pada E-Mas BSI Mobile. *Skripsi*, Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
- Chasanah, U., & Haikal, M. R. (2023). Literasi Sebagai Strategi Menarik Minat Menabung Emas di Pegadaian Syariah Cabang Blauran Surabaya. *Al Itmamiy Jurnal Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)*, 5(2), 28-43.
- Chazmira, T. R. (2021). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Investasi Secara Digital pada Mahasiswa (Studi Kasus pada mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pembangunan Tanjungpinang). *Skripsi*, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang.
- Darmawan, D., & Arifin, S. (2021). Studi Empiris tentang Kontribusi Harga, Varian Produk, dan Kemasan terhadap Pembentukan Minat Beli Produk Sabun Mandi Batang (Studi Kasus terhadap Pekerja Rantau di Kota Surabaya). *Bisman (Bisnis dan Manajemen): Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 4(2), 99-116.
- Darmawan, D., Sari, P. N. L., Jahroni, J., Halizah, S. N., & Mardikaningsih, R. (2023).

- Digitalization of Kedai Industry: Analysis of the Role of Internet Marketing Orientation and Innovation on Marketing Performance. *Sustainable Environmental and Optimizing Industry Journal*, 5(1), 21-31.
- Djaelani, M., & Putra, A. R. (2021). Youth Empowerment to Grow Creative Business Interest. *Journal of Social Science Studies*, 1(2), 52-54.
- Fadilah, R. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan dan Persepsi Risiko terhadap Minat Berinvestasi Mahasiswa Melalui Cicil Emas di Bank Syariah Indonesia (Studi pada Mahasiswa Perbankan Syariah Angkatan 2019 IAIN Syekh Nurjati Cirebon). *Skripsi*, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.
- Fadilla, F., & Khalidin, B. (2021). The Effect of Sbi Levels on Price Stability Sharia Shares in Sharia Capital Market According to the Perspective of Syirkah. *Dusturiyah: Jurnal Hukum Islam, Perundang-undangan dan Pranata Sosial*, 11(2), 145-163.
- Febriansyah, E., & Yoanda, R. F. (2024). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Berinvestasi pada Generasi Milenial Di Kota Bengkulu. *Realible Accounting Journal*, 3(2), 153-164.
- Fitrian, A., & Franciska, W. (2024). Perlindungan Hukum bagi Masyarakat dalam Transaksi Pembelian Perhiasan Emas Ditinjau dari Aspek Filosofis Hukum. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 4(1), 335-348.
- Gamble, W., Vaughan, M., Kruth, H. S., & Avigan, J. (1978). Procedure for Determination of Free and Total Cholesterol in Micro-or Nanogram Amounts Suitable for Studies with Cultured Cells. *Journal of lipid research*, 19(8), 1068-1070.
- Issalillah, F., Fahriza, F., Putra, A. R., Darmawan, D., & Khayru, R. K. (2023). Upaya Meningkatkan Penggunaan Ulang App Halodoc: Explorasi Akses Mudah, Penilaian Risiko, dan Sikap Pasien. *TIN: Terapan Informatika Nusantara*, 4(1), 20-28.
- Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2016). *Marketing Management (3th Edition)*. Pearson Higher, London.
- Kuswati, I. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Emas, dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Masyarakat Menabung Emas pada Unit Pegadaian Syariah Bintoro Demak Tahun 2018-2022. *Skripsi*, Institut Agama Islam Negeri Kudus.

- Lailina, N., Askandar, N. S., & Junaidi, J. (2022). Pengaruh Financial Literacy, Persepsi Risiko, dan Motivasi Investasi Terhadap Minat Berinvestasi Tabungan Emas di Pegadaian (Studi pada Mahasiswa UNISMA, Politeknik Negeri Malang dan Universitas Negeri Malang). *e\_Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, 11(11), 36-45.
- Lailina, N., Shodiq, N., & Junaidi. (2022). Pengaruh *Financial Literacy*, Persepsi Risiko, dan Motivasi Investasi Terhadap Minat Beli Berinvestasi Tabungan Emas di Pegadaian. *E-JRA: e\_Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, 11(11), 36-45.
- Mahar, F., Ahmed, S. Z., Danish, M., & Mobin, W. (2022). The Effect of Electronic Word of Mouth on Brand Equity in the Context of Social Media. *Journal of Business Administration and Management Sciences (JOBAMS)*, 4(1), 19-30.
- Mamduh, S. A. (2023). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, dan Resiko Terhadap Minat Masyarakat dalam Menabung Emas pada Pegadaian Syariah Digital (Studi di Masyarakat Jabodetabek). *Skripsi*, Universitas Islam Negeri Hidayatullah Jakarta.
- Manik, N. N. A., Fadillah, P. I., & Jannah, N. (2021). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Generasi Z dalam Berinvestasi Tabung Emas pada Pegadaian Digital Syariah. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 1(4), 637-646.
- Mardikaningsih, R., & Darmawan, D. (2023). Analysis of Financial Literacy and Risk Tolerance on Student Decisions to Invest. *International Journal of Service Science, Management, Engineering, and Technology*, 3(2), 7-12.
- Mardikaningsih, R., & Putra, A. R. (2021). Pengambilan Keputusan Pembelian Produk berdasarkan Ekuitas Merek. *Bisman (Bisnis dan Manajemen): The Journal of Business and Management*, 4(2), 85-98.
- Masoud, E. Y. (2013). The Effect of Perceived Risk on Online Shopping in Jordan. *European journal of Business and Management*, 5(6), 76-87.
- Masrifah, M., & Darmawan, D. (2023). Keputusan Pembelian Helm: Analisis Pengaruh Harga, Kelompok Acuan, dan Persepsi Risiko. *PPIMAN: Pusat Publikasi Ilmu Manajemen*, 1(4), 291-304.
- Montolalu, P., & Raintung, M. C. (2018). Analisis Pengaruh Promosi, Citra Merek, dan Persepsi Terhadap Keputusan Nasabah Pengguna Tabungan Emas pada Pegadaian (Persero) Kanwil V Manado. *Jurnal Riset*

- Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi*, 6(3), 1808-1817.
- Moslehpour, M., Ismail, T., Purba, B., & Wong, W. K. (2021). What makes GO-JEK go in Indonesia? The influences of social media marketing activities on purchase intention. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 17(1), 89-103.
- Ningsih, H. A., E. M, Sasmita, & B, Sari. (2021). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan Uang Elektronik (QRIS) pada Mahasiswa. *Ikraith-Ekonomika*, 4(1), 1-9.
- Piraga, N. I., Widiasmara, A., & Novitasari, M. (2021). Pengaruh Motivasi, Pengetahuan Investasi, Kemajuan Teknologi Informasi, Ekspektasi Return, dan Persepsi Resiko terhadap Minat Generasi Milenial dalam Berinvestasi di Pasar Modal. In *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi 2021*, 1-19.
- Puriwati, W., & Tripopsakul, S. (2022). Consumers' Attitude towards Digital Social Responsibility: Impacts on Electronic Word of Mouth and Purchase Intention. *Emerging Science Journal*, 6(1), 64-74.
- Putri, N. L. (2023). Pengaruh Financial Literacy, Persepsi Risiko, dan Pendapatan Terhadap Minat dalam Berinvestasi Melalui Tabungan Emas (Studi Kasus di Pegadaian Syariah Cabang Pasar Ngabul Jepara). *Skripsi*, IAIN KUDUS.
- Reviandani, W. (2023). Pengetahuan Investasi Memediasi Pengaruh Persepsi Return dan Risiko Terhadap Minat Investasi Mahasiswa. *Jurnal Manajerial*, 10(02), 377-392.
- Rinwantin, & Setiyono, T. A. (2021). Minat Generasi Z dalam Berinvestasi Tabung Emas pada Pegadaian Digital Syariah. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 5(2), 203-211.
- Rotinsulu, R. Y., Mangantar, M., & Untu, V. N. (2021). Uji Kausalitas Beberapa Indeks Saham Global, Harga Emas dan Minyak Mentah Dunia Terhadap Kinerja Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) Periode 2016-2020. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi*, 9(3), 1611-1619.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2005). *Comportamiento Del Consumidor*. Pearson Education, New York.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer Behaviour (10th ed)*. Pearson, New Jersey.
- Sukmaningati, V. (2021). Analisis Minat Masyarakat Terhadap Investasi Logam Mulia di

- 
- Pegadaian Syariah Ups Ronggolawe Kota Kudus. *Disertasi*, IAIN Kudus.
- Suryamadani, K. A. (2024). Pengaruh Edukasi Investasi, Persepsi Risiko, Motivasi, Social Media Influencer terhadap Minat Berinvestasi bagi Mahasiswa di Yogyakarta. *Skripsi*, Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
- Tanuwidjaja, W. (2009). *Cerdas Investasi Emas*. Media Pressindo, Jakarta
- Trang, P. T. M., & Tho, N. H. (2017). Perceived Risk, Investment Performance and Intentions in Emerging Stock Markets. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 7(1), 269-278
- Wawan, A. (2024). Pengaruh Pengetahuan, Keamanan, dan Persepsi Resiko Investasi Terhadap Minat Berinvestasi Tabungan E-Mas Digital (Studi Kasus Pada Masyarakat Pengguna BSI Mobile di Purwokerto Utara). *Skripsi*, Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. KH. Syaifudin Zuhri Purwokerto.
- Wibowo, A. (2019). Pengaruh Pengetahuan Investasi, Kebijakan Modal Minimal Investasi, dan Pelatihan Pasar Modal terhadap Minat Investasi (Studi Kasus Mahasiswa FE Unesa yang Terdaftar di Galeri Investasi FE Unesa). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(1), 192-201.