

Date Received : March, 2024
Date Accepted : March, 2024
Date Published : April, 2024

ANALISIS NIAT UNTUK BERINVESTASI EMAS PADA GENERASI MILENIAL MUSLIM PADA BANK SYARIAH DI INDONESIA

Muhammad Sandi Akbar

Institut Tazkia & Indonesia
sancun69@gmail.com

Kata Kunci:

**Millennial Muslim,
Knowledge About
Islamic Banks,
Attitude toward The
Behaviour**

ABSTRAK

Perilaku finansial yang dalam hal ini investasi menjadi hal penting bagi generasi milenial kelas menengah perkotaan karena memiliki daya beli yang tinggi. Penelitian ini berupaya menguji dan menganalisis pengaruh *Knowledge About Islamic Banks, Attitude toward The Behaviour, Subjective Norm, Perceived Behavioral Control* memiliki pengaruh terhadap *Gold Investment Intention* pada generasi milenial muslim di Indonesia. Responden dalam penelitian ini adalah generasi Milenial muslim yang telah memiliki penghasilan dan memiliki minat untuk berinvestasi emas. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan metode survei cara menyebarkan kuesioner kepada 105 orang responden. Hasil dari data kuesioner kemudian diolah dengan menggunakan metode Partial Least Square. Data diolah dengan menggunakan software *Smart PLS 3.0*. Hasil penelitian menemukan bahwa *Perceived Behavioral Control* dan *Attitude toward The Behaviour* terbukti berpengaruh positif terhadap *Gold Investment Intention*. Sedangkan *Knowledge About Islamic Banks* dan *Subjective Norm* tidak berpengaruh terhadap *Gold Investment Intention*. Implikasi penelitian diharapkan memberikan masukan bagi bank, lembaga keuangan dan pengambil kebijakan dalam merumuskan strategi investasi bagi generasi Milenial muslim yang telah memiliki penghasilan dan memiliki minat untuk berinvestasi emas.

A. PENDAHULUAN

Perekonomian Islam merupakan salah satu kegiatan muamalat yang berperan penting dalam kehidupan bermasyarakat, termasuk dalam sektor ekonomi. Investasi merupakan salah satu kegiatan dalam sektor ekonomi yang keberadaannya dibutuhkan sebagai mesin pembangunan ekonomi suatu negara. Dewasa ini terdapat beberapa jenis investasi yang banyak ditawarkan di Bank Syariah maupun sektor keuangan syariah diantaranya adalah tabungan, deposito, saham syariah maupun investasi asset berupa properti dan emas (logam mulia). Berbagai investasi tersebut mendorong terciptanya perekonomian untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Perilaku finansial yang dalam hal ini investasi menjadi hal penting bagi generasi milenial kelas menengah perkotaan karena memiliki daya beli yang tinggi. Perilaku ini mencakup pengetahuan generasi milenial tentang produk keuangan, jenis produk keuangan, dan perilaku dalam melakukan transaksi keuangan. Generasi milenial memanfaatkan produk keuangan tidak hanya untuk proses pembelian tetapi juga untuk investasi. Investasi merupakan hal penting bagi perencanaan keuangan untuk mengamankan kebutuhan keuangan di masa depan (Setyorini & Indriasari, 2020).

Emas dalam perspektif Islam Emas dianggap sebagai barang yang sangat berharga dalam Islam. Dalam Al-Quran, ada beberapa ayat di mana Allah SWT. menyoroti emas dalam kehidupan manusia dan juga hal-hal lain yang berkaitan dengan emas dan fungsinya dalam kehidupan manusia (Muhammad Mas'ad et al., 2019). Emas dapat diolah untuk dijadikan koin dan menjadi mata uang sebagai media dalam diri manusia untuk tujuan perdagangan dan bisnis. Nilai emas juga terbukti sebagai nilai tabungan terbaik sepanjang abad ini dan juga sebagai aset anti inflasi terbaik. Emas juga menjadi dasar bagi nilai uang saat ini di seluruh dunia (Muhammad Mas'ad et al., 2019). Emas atau logam mulia tidak akan pernah lekang dimakan zaman, jumlahnya terbatas di dunia merupakan komoditas yang unik alternatif dari uang (Sugeng, 2021).

Investasi emas saat ini tidak terbatas hanya pada cara konvensional dengan membeli dan menjaga fisik emas saja, namun telah diubah dan diperluas sebagai alternatif investasi bentuk baru. Dalam investasi semacam ini, pembeli emas tidak perlu mengambil risiko sendiri dengan memegang dan menyimpan emas itu sendiri. Dengan konsep ini, dapat dipahami bahwa investasi emas adalah instrumen investasi berdasarkan nilai harga emas saat ini untuk mendapatkan imbal hasil. Jenis investasi emas ini menjadi begitu populer dari hari ke hari dengan mendirikan begitu banyak perusahaan dan lembaga perbankan yang menawarkan skema investasi emas semacam ini dan berbeda satu sama lain (Muhammad Mas'ad et al., 2019). Investasi emas dijalankan oleh beberapa Bank Syariah diantaranya adalah Bank BSI, Bank BJB Syariah, Pegadaian Syariah, dan sebagainya. Beberapa Bank Syariah menawarkan produk yang sama dalam beberapa produk yang ditawarkan menjadi pertanda bahwa sistem ekonomi Islam yang mulai banyak digunakan yang ditandai dengan produk berbasis syariah.

Penelitian mengenai perkembangan investasi emas yang sesuai dengan prinsip Syariah dilakukan di negara Malaysia. Di Malaysia, investasi emas dilakukan dengan cara investor menyimpan emas tersebut secara fisik dan dilakukan dengan prinsip-prinsip Islam. Peraturan investasi diatur sedemikian rupa sehingga compliance

Syariah dapat terpenuhi. Lembaga keuangan dan emas diatur oleh pemerintah dengan akad yang sesuai prinsip Syariah pada bank Syariah (Nordin et al., 2018). Salah satu negara di Eropa, yaitu Swiss menilai bahwa emas merupakan investasi yang menguntungkan dilihat pada nilai dan harganya. Harga emas pun relative stabil dalam situasi ketidakpastian politik seperti pada saat pemilihan presiden (Saragih, 2020).

Fenomena menarik pada periode pandemi Covid-19, banyak kaum millennial dan masyarakat yang menghemat pengeluarannya dan memilih untuk menabung atau menginvestasikan uangnya ke instrument investasi emas dan obligasi karena resiko yang rendah dan harga yang cenderung stabil (Rahadi & Stevanus, 2020).

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tahun 2020 menjelaskan bahwa literasi keuangan dikalangan milenial masih tergolong rendah. Riset dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menunjukkan, kalangan milenial usia 18-25 tahun di Indonesia hanya memiliki tingkat literasi sebesar 32,1 persen, sedangkan usia 25-35 tahun memiliki tingkat literasi sebesar 33,5 persen (Sugeng, 2021). Penelitian ini berupaya untuk bagaimana perilaku milenial, khususnya milenial muslim di Indonesia dalam berinvestasi emas, dengan berfokus pada analisis niat untuk berinvestasi emas. Selanjutnya, penelitian ini

Faktor sentral dari perilaku individu adalah bahwa perilaku itu dipengaruhi oleh niat individu (*behavior intention*) terhadap perilaku tertentu tersebut. Niat untuk berperilaku dipengaruhi oleh tiga komponen yaitu (1) sikap (*attitude*), (2) norma subjektif (*subjective norm*) dan (3) persepsi kontrol berperilaku (*perceived behavior control*). Dari sini dapat dilihat apa yang membuat kaum muslim milenial memutuskan untuk berinvestasi, kearah mana keyakinannya untuk berinvestasi atau dipengaruhi faktor lingkungan, keluarga dan orang-orang terdekat, teori ini disusun menggunakan Asumsi dasar bahwa manusia berperilaku sadar mempertimbangkan segala informasi yang didapatkannya (Ajzen, 1991).

Theory of Planned Behavior dapat digunakan sebagai analisis untuk menjelaskan investasi pada generasi millennial (Setyorini & Indriasari, 2020). Penelitian sebelumnya mengenai investasi emas dilakukan oleh (Ahmad Fauzi et al., 2017), yang melakukan analisis perilaku investasi emas di kalangan karyawan Malaysia yang mengidentifikasi tujuan investasi, hambatan berinvestasi emas dan untuk memastikan toleransi risiko keuangan sebagai salah satu prediktor yang mempengaruhi perilaku investasi emas di kalangan karyawan Malaysia.

Perbankan syariah menyediakan produk keuangan untuk memenuhi kebutuhan transaksi konsumen Muslim. Pada tahun 2004, Majelis Ulama Indonesia menyatakan bahwa pembebanan atau pembayaran bunga dilarang. Namun, tidak ada peningkatan yang signifikan pada nasabah bank syariah dalam menanggapi deklarasi ini, meskipun Indonesia memiliki mayoritas penduduk Muslim. (Nugraheni & Widyani, 2021).

Dalam proses keputusan konsumen, konsumen memiliki pandangan dan pola pikir yang berbeda terhadap konsep perbankan syariah pada produk atau layanannya. Konsumen menganggap bahwa perbankan syariah hanya untuk Muslim, sehingga non-Muslim enggan untuk terlibat dalam layanan perbankan syariah. Beberapa konsumen melihat bahwa produk dan layanan perbankan konvensional dan syariah serupa, di mana pada syariah hanya "mengislamkan" konsep untuk menarik pasar Muslim. Sementara itu, bank syariah menghadapi tingkat kesadaran dan pemahaman

yang rendah terhadap prinsip-prinsip perbankan syariah, sehingga mempengaruhi pilihan konsumen (Effendi et al., 2020).

Selanjutnya, penelitian sebelumnya menjelaskan bahwa mayoritas responden menyadari perbankan Islam di negara mereka namun memiliki persentase yang rendah dalam pengetahuan tentang produk perbankan Islam (Muhammad et al., 2015). Merujuk pada fenomena dan studi yang dilakukan sebelumnya, maka penelitian ini berupaya untuk menguji dan menganalisis niat untuk berinvestasi pada salah satu produk perbankan Islam, yaitu emas pada generasi milenial muslim di Bank Syariah, Indonesia. Pada penelitian ini, niat untuk berinvestasi emas diinvestigasi berdasarkan pengaruh *knowledge about islamic banks*, *attitude toward the behaviour*, *subjective norm* dan *perceived behavioral control* ((Ajzen, 1991); (Safira & Baridwan, 2018)).

B. METODE

Jenis Penelitian

Sifat penelitian bersifat *confirmatory* yang merupakan penelitian yang analisis yang bertujuan untuk menemukan sejumlah variabel indikator yang membentuk suatu variabel yang tidak terukur langsung berdasarkan pada landasan teori. Jadi, dapat disimpulkan penelitian ini dilakukan untuk menguji teori.

Penelitian ini merupakan Penelitian kuantitatif di mana pengetahuan ditemukan dengan menggunakan alat analisis berupa data, kemudian menganalisis hasil temuannya.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah generasi Millennial muslim yang telah memiliki penghasilan dan memiliki minat untuk berinvestasi emas. Metode *sampling* yang digunakan di penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan menggunakan teknik pengambilan sampel *convenience sampling*.

Teknik penentuan jumlah sampel adalah dengan menggunakan rumus Heir, et al. dimana jumlah sampel didapatkan dengan mengalikan indikator pada rentang 5 – 10. Jumlah sampel dalam penelitian adalah $17 \times 5 = 85$ orang responden (minimal).

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan metode survei cara menyebarkan kuesioner kepada para generasi milenial muslim dalam bentuk pernyataan. Hasil dari data kuisisioner kemudian diolah dengan menggunakan metode analisis Regresi Berganda.

Teknik Analisis Data

SEM (*Structural Equation Model*) merupakan teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini. Tujuan dari metode SEM yaitu menggabungkan analisis faktor dengan analisis regresi, adalah untuk melihat bagaimana variabel-variabel dalam model struktural berhubungan satu sama lain (Hair, 2017). SEM digunakan sebagai teknik pengolahan data karena penelitian ini hendak mengonfirmasi variabel yang diajukan, dan menjelaskan model secara keseluruhan.

Untuk mengoperasikan SEM dibutuhkan perangkat lunak (software), dalam penelitian ini software yang akan digunakan adalah SmartPLS (Partial Least Square)

Versi 3.3.7. Pada penelitian ini, yang merupakan variabel eksogen yaitu *Knowledge About Islamic Banks, Attitude toward The Behaviour, Subjective Norm, dan Perceived Behavioral Control*. Selanjutnya, yang merupakan variabel endogen adalah *Gold Investment Intention*.

Pengujian Hipotesis

Hasil dari pengujian hipotesis digunakan untuk melihat *path coefficients* dengan melakukan *bootstrapping*. Tahap ini mengevaluasi *p-value* dari hubungan sebab dan akibat antar variabel yang ada di dalam model penelitian. Apabila hasil analisis menunjukkan nilai *p-value* < 0,05 maka hipotesis terbukti signifikan dan didukung oleh data. Dan jika nilai *p-value* > 0,05 maka hipotesis tidak terbukti signifikan dan tidak didukung oleh data.

C. HASIL DAN AND DISKUSI

Uji Validitas dan Reliabilitas (*Pre-Test*)

Pre-Test untuk menguji validitas dan reliabilitas dilakukan pada penelitian ini, dengan melakukan penyebaran kuesioner ke 30 orang responden yang memenuhi kriteria sebagai berikut: beragama Islam, lahir dalam periode waktu antara tahun 1980 – 1999 dan memiliki minat berinvestasi emas melalui Bank Syariah.

Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan *convergent validity* dengan melakukan analisis pada nilai *outer loading*, di mana nilai harus sama dengan atau lebih besar dari 0,70, maka asumsi validitas konvergen dapat dipenuhi. Untuk penelitian di tahap awal, pengukuran nilai *outer loading* 0.5 sampai 0.6 dianggap cukup (Ghozali, 2014). Selanjutnya, kriteria valid mensyaratkan nilai AVE teridentifikasi di atas 0.5. Pada hasil pengujian dapat diidentifikasi bahwa seluruh nilai *outer loading* lebih besar dari 0.70, maka dapat disimpulkan seluruh indikator memenuhi kriteria *convergent validity*.

Tabel 1. Hasil Uji *Convergent Validity (Pre-Test)*

Variabel	Indikator	Outer Loading (≥ 0.70)	AVE (> 0.5)	Kesimpulan
<i>Knowledge About Islamic Banks</i>	KAIB ₁	0.910	0.831	Valid
	KAIB ₂	0.921		Valid
	KAIB ₃	0.904		Valid
<i>Attitude toward The Behaviour</i>	ATTB ₁	0.907	0.848	Valid
	ATTB ₂	0.892		Valid
	ATTB ₃	0.962		Valid
<i>Subjective Norm</i>	SN ₁	0.854	0.750	Valid
	SN ₂	0.832		Valid
	SN ₃	0.910		Valid
<i>Perceived Behavioral Control</i>	PBC ₁	0.937	0.743	Valid
	PBC ₂	0.754		Valid
	PBC ₃	0.805		Valid
	PBC ₄	0.937		Valid
<i>Gold Investment Intention</i>	GII ₁	0.952	0.920	Valid
	GII ₂	0.965		Valid
	GII ₃	0.960		Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data Dengan Menggunakan SmartPLS 3.0 (2023)

Selanjutnya, dalam pengujian validitas, juga perlu dilakukan evaluasi *discriminant validity*, yaitu pengujian dengan melihat korelasi antara nilai outer loading pada indikator dan variabel itu sendiri harus lebih besar dari korelasi antar variabel lainnya. Pada Tabel 2, seluruh nilai *cross loading* memenuhi kriteria *discriminant validity*.

Tabel 2. Hasil Uji Discriminant Validity (Pre-Test)

Indikator	<i>Attitude toward The Behaviour</i>	<i>Gold Investment Intention</i>	<i>Knowledge About Islamic Banks</i>	<i>Perceived Behavioral Control</i>	<i>Subjective Norm</i>
ATTB ₃	0,907	0,830	0,592	0,721	0,749
ATTB ₁	0,892	0,691	0,360	0,569	0,657
ATTB ₂	0,962	0,782	0,366	0,633	0,699
GII ₁	0,851	0,952	0,632	0,883	0,867
GII ₂	0,807	0,965	0,647	0,817	0,775
GII ₃	0,747	0,960	0,601	0,805	0,790
KAIB ₁	0,590	0,654	0,910	0,668	0,785
KAIB ₂	0,428	0,611	0,921	0,714	0,582
KAIB ₃	0,263	0,505	0,904	0,670	0,633
PBC ₁	0,655	0,836	0,604	0,937	0,752
PBC ₂	0,711	0,781	0,605	0,754	0,744
PBC ₃	0,430	0,575	0,619	0,805	0,654
PBC ₄	0,573	0,766	0,761	0,937	0,758
SN ₁	0,646	0,602	0,512	0,611	0,854
SN ₂	0,562	0,746	0,740	0,853	0,832
SN ₃	0,767	0,823	0,640	0,722	0,910

Sumber: Hasil Pengolahan Data Dengan Menggunakan SmartPLS 3.0 (2023)

Pengujian reliabilitas dilakukan dengan melakukan penilaian pada nilai *Composite Reliability* (CR) dan *Cronbach Alpha*, di mana harus lebih besar dari 0.70 (Ermawati, 2018). Tabel 3. menyajikan seluruh nilai *Composite Reliability* (CR) dan *Cronbach Alpha* > 0.70, sehingga dapat disimpulkan seluruh variabel dinyatakan reliabel.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i> (>0.7)	<i>Composite Reliability</i> (> 0.70)	Kesimpulan
<i>Attitude toward The Behaviour</i>	0.910	0.944	Reliabel
<i>Gold Investment Intention</i>	0.956	0.972	Reliabel
<i>Knowledge About Islamic Banks</i>	0.899	0.937	Reliabel
<i>Perceived Behavioral Control</i>	0.882	0.920	Reliabel
<i>Subjective Norm</i>	0.833	0.900	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data Dengan Menggunakan SmartPLS 3.0 (2023)

Profil Responden

Penyebaran kuesioner dilakukan pada 131 responden, namun hanya 105 responden yang memenuhi kriteria. Kriteria responden diantaranya adalah muslim, berusia 22 – 41 tahun, dan memiliki minat investasi emas melalui Bank Syariah.

Jenis Kelamin

Jenis kelamin responden dalam penelitian ini dikategorikan menjadi laki-laki dan perempuan. Jenis kelamin laki-laki berjumlah 51 orang (49%) dan jenis kelamin perempuan berjumlah 54 orang (51%).

Usia (Dalam Tahun)

Responden dalam penelitian ini terbagi ke dalam dua kategori usia, yaitu usia 23 – 35 tahun sebanyak 68 orang (65%) dan usia 36 – 42 tahun sebanyak 37 orang (35%).

Status Pernikahan

Status pernikahan responden terbagi menjadi tiga kategori yaitu status menikah sebanyak 70 orang (67%), belum menikah sebanyak 34 orang (32%) dan lainnya sebanyak 1 orang (1%).

Lama Bekerja (Tahun)

Lama bekerja responden terbagi menjadi 4 kategori, yaitu > 10 tahun sebanyak 20 orang (19%), 1 – 3 tahun sebanyak 42 orang (40%), 3.1 – 5 tahun sebanyak 14 orang (13%) dan 5.1 – 10 tahun sebanyak 29 orang (28%).

Pengeluaran Perbulan

Pengeluaran per bulan responden bervariasi, yaitu > Rp. 10 juta per bulan sebanyak 15 orang (14%), Rp. 1 – 3.999 juta per bulan sebanyak 51 orang (49%) dan Rp.4 – 9.999 juta per bulan sebanyak 39 orang (37%).

Pekerjaan

Pekerjaan responden bervariasi dengan mayoritas karyawan swasta sebanyak 68 orang (65%), disusul oleh pegawai negeri sebanyak 11 orang (10%), sisanya adalah ibu rumah tangga, mahasiswa, dosen, peneliti, wirausaha, guru dan BUMN.

Daerah Tempat Tinggal

Daerah tempat tinggal responden bervariasi. Mayoritas responden memiliki daerah tempat tinggal di Bogor sebanyak 54 orang, sisanya menyebar di Depok, Jakarta Selatan, Jakarta Timur, Jakarta Utara, Tangerang, Bandung, Depok, Bekasi, Semarang, Langsa (Aceh), Palembang, Cianjur, Magelang, Sumedang, Cirebon, Rangkasbitung, Kuningan, Cimahi, Lampung, Sidoarjo, Tasikmalaya dan Karawang

Hasil Analisis Data

Analisis Model Pengukuran (Outer Model)

Convergent validity dengan indikator reflektif menggunakan perangkat lunak SMART PLS 3.0 dapat dianalisis dari nilai outer loading pada setiap indikator konstruksi, di mana nilai harus sama dengan atau lebih besar dari 0,70, maka asumsi validitas konvergen dapat dipenuhi. Namun untuk penelitian di tahap awal dari pengembangan skala pengukuran nilai loading faktor 0.5 sampai 0.6 dianggap cukup (Ghozali, 2014). Selanjutnya, kriteria valid mensyaratkan nilai AVE teridentifikasi di atas 0.5. Pada hasil pengujian dapat diidentifikasi bahwa seluruh nilai *outer loading* lebih besar dari 0.70, maka dapat disimpulkan seluruh indikator memenuhi kriteria *convergent validity*.

Tabel 4. Hasil Uji *Convergent Validity (Main Test)*

Variabel	Indikator	Outer Loading (≥ 0.70)	AVE (> 0.5)	Kesimpulan
<i>Knowledge About Islamic Banks</i>	KAIB ₁	0.931	0.890	Valid
	KAIB ₂	0.956		Valid
	KAIB ₃	0.943		Valid
<i>Attitude toward The Behaviour</i>	ATTB ₁	0.879	0.751	Valid
	ATTB ₂	0.800		Valid
	ATTB ₃	0.916		Valid
<i>Subjective Norm</i>	SN ₁	0.766	0.728	Valid
	SN ₂	0.892		Valid
	SN ₃	0.896		Valid
<i>Perceived Behavioral Control</i>	PBC ₁	0.865	0.770	Valid
	PBC ₂	0.835		Valid
	PBC ₃	0.882		Valid
	PBC ₄	0.926		Valid
<i>Gold Investment Intention</i>	GII ₁	0.951	0.880	Valid
	GII ₂	0.928		Valid
	GII ₃	0.936		Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data Dengan Menggunakan SmartPLS 3.0 (2023)

Discriminant validity dari model pengukuran dengan reflektif indikator dinilai berdasarkan *cross loading* pengukuran dengan konstruk. Jika korelasi konstruk dengan item pengukuran lebih besar daripada ukuran konstruk lainnya.

Pada Tabel 5. seluruh nilai *cross loading* indikator memenuhi kriteria *discriminant validity*.

Tabel 5. Hasil Uji *Discriminant Validity (Main Test)*

Indikator	<i>Attitude toward The Behaviour</i>	<i>Gold Investment Intention</i>	<i>Knowledge About Islamic Banks</i>	<i>Perceived Behavioral Control</i>	<i>Subjective Norm</i>
ATTB ₃	0,879	0,704	0,525	0,662	0,686
ATTB ₁	0,800	0,569	0,256	0,473	0,474
ATTB ₂	0,916	0,689	0,415	0,591	0,579
GII ₁	0,705	0,951	0,517	0,819	0,621
GII ₂	0,772	0,928	0,441	0,718	0,637
GII ₃	0,660	0,936	0,509	0,798	0,624
KAIB ₁	0,463	0,498	0,931	0,586	0,439
KAIB ₂	0,442	0,491	0,956	0,667	0,375
KAIB ₃	0,424	0,487	0,943	0,669	0,463
PBC ₁	0,656	0,785	0,513	0,865	0,655
PBC ₂	0,549	0,701	0,570	0,835	0,490
PBC ₃	0,512	0,635	0,617	0,882	0,513
PBC ₄	0,616	0,774	0,686	0,926	0,619
SN ₁	0,573	0,498	0,494	0,511	0,766

Indikator	<i>Attitude toward The Behaviour</i>	<i>Gold Investment Intention</i>	<i>Knowledge About Islamic Banks</i>	<i>Perceived Behavioral Control</i>	<i>Subjective Norm</i>
SN ₂	0,564	0,593	0,374	0,618	0,892
SN ₃	0,597	0,613	0,310	0,544	0,896

Pengujian reliabilitas dilakukan dengan melakukan penilaian pada nilai *Composite Reliability* (CR) dan *Cronbach Alpha*, di mana harus lebih besar dari 0.70 (Ermawati, 2018). Tabel 6. menyajikan seluruh nilai *Composite Reliability* (CR) dan *Cronbach Alpha* > 0.70, sehingga dapat disimpulkan seluruh variabel dinyatakan reliabel.

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i> (>0.7)	<i>Composite Reliability</i> (> 0.70)	Kesimpulan
<i>Attitude toward The Behaviour</i>	0.833	0.900	Reliabel
<i>Gold Investment Intention</i>	0.932	0.957	Reliabel
<i>Knowledge About Islamic Banks</i>	0.938	0.960	Reliabel
<i>Perceived Behavioral Control</i>	0.900	0.930	Reliabel
<i>Subjective Norm</i>	0.811	0.889	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data Dengan Menggunakan SmartPLS 3.0 (2023)

Analisis Model Struktural (Inner Model)

Untuk menilai model struktural dengan menggunakan Partial Least Square, maka dimulai dengan melihat nilai R-kuadrat untuk setiap variabel laten endogen sebagai kekuatan prediktif dari model struktural (Ghozali, 2014).

Tabel 7. Nilai R²

	R-Square (R²)
<i>Gold Investment Intention</i> (<i>GII</i>)	0.771

Sumber: Pengolahan data dengan SmartPLS 3.0 (2023)

Total varian *Gold Investment Intention* adalah 77.1%, dapat dijelaskan oleh *Perceived Behavioral Control*, *Subjective Norm*, *Attitude toward The Behaviour* dan *Knowledge About Islamic Banks*, sedangkan sisanya sebesar 22.9% dijelaskan oleh variabel lain.

Pengujian Hipotesis

Hasil dari pengujian hipotesis digunakan untuk melihat *path coefficients* dengan melakukan *bootstrapping*. Tahap ini mengevaluasi *p-value* dari hubungan sebab dan akibat antar variabel yang ada di dalam model penelitian. Apabila hasil analisis menunjukkan nilai *p-value* < 0,05 maka hipotesis terbukti signifikan dan didukung oleh data. Dan jika nilai *p-value* > 0,05 maka hipotesis tidak terbukti

signifikan dan tidak didukung oleh data. Hasil pengujian hipotesis ditunjukkan oleh Tabel 8.

Tabel 8. Hasil Pengujian Hipotesis (*Path Coefficients*)

	Original sample (O)	P-Values	Kesimpulan
KAIB → GII	-0.088	0.220	H1 Tidak Didukung data
ATTB → GII	0.335	0.000	H2 Didukung data
SN → GII	0.082	0.295	H3 Tidak didukung data
PBC → GII	0.612	0.000	H4 Didukung data

Sumber: Pengolahan data dengan *SmartPLS 3.0* (2023)

Pengaruh *Knowledge About Islamic Banks* terhadap *Gold Investment Intention*

Hasil pengujian hipotesis mengungkapkan bahwa *Knowledge About Islamic Banks* tidak berpengaruh terhadap *Gold Investment Intention*, karena nilai *p-value* teridentifikasi $0.220 > 0.005$. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Hati et al., 2020) menjelaskan bahwa konsumen dengan pengetahuan produk yang lebih tinggi akan memiliki pemahaman dan apresiasi yang lebih tinggi terhadap produk baru, yang pada gilirannya akan menghasilkan niat pembelian yang lebih tinggi, namun hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya. Apabila dianalisis pada karakteristik responden, ditemukan fakta bahwa 67 responden sudah menikah, sehingga memiliki tanggungan, yang mana diduga memiliki perilaku yang lebih cermat dalam memutuskan untuk berinvestasi. Selanjutnya apabila di analisis pada karakteristik responden pula, mayoritas responden mempunyai pengeluaran perbulan sebesar Rp 1.000.000 sampai dengan Rp 3,999.999 sehingga masih mempertimbangkan berinvestasi emas.

Pengaruh *Attitude toward The Behaviour* terhadap *Gold Investment Intention*.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa *Attitude toward The Behaviour* berpengaruh positif terhadap *Gold Investment Intention*. Nilai *p-value* teridentifikasi $0.000 < 0.005$ dengan nilai *original sample* sebesar 0.335. Hal ini menjelaskan bahwa peningkatan *Attitude toward The Behaviour* akan menyebabkan peningkatan *Gold Investment Intention*. Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian sebelumnya, yang menjelaskan bahwa penilaian sikap individu yang positif memandang investasi sebagai instrumen yang menguntungkan akan mendorong niat untuk berinvestasi. Indikator yang paling kuat pada *Attitude toward The Behaviour* yang memengaruhi *Gold Investment Intention* dapat dijelaskan oleh nilai *outer loading* tertinggi (0.916), yaitu indikator ATTB3, Saya merasa bahwa klaim investasi emas umumnya dapat dipercaya.

Pengaruh *Subjective Norm* terhadap *Gold Investment Intention*

Hasil pengujian hipotesis mengungkapkan bahwa *Subjective Norm* tidak berpengaruh terhadap *Gold Investment Intention*, karena nilai *p-value* teridentifikasi $0.295 > 0.005$. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Kosnin et al., 2019) menjelaskan bahwa terdapat penelitian yang menunjukkan hubungan norma subjektif yang lemah terhadap niat. Norma subjektif adalah komponen TPB yang

paling lemah terkait dengan niat, karena agen individu memainkan peran yang kuat dalam memutuskan atau memilih perilaku mereka (Kosnin et al., 2019).

Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa pengaruh orang lain belum tentu memengaruhi keputusan seseorang dalam berinvestasi emas, berdasarkan informasi dari Kominfo.go.id membuktikan bahwa generasi milenial tidak terlepas dari teknologi informasi dan memiliki kemampuan dalam mencari informasi sehingga tidak mudah terpengaruh oleh lingkungan sekitarnya.

Pengaruh *Perceived Behavioural Control* terhadap *Gold Investment Intention*

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa *Perceived Behavioral Control* berpengaruh positif terhadap *Gold Investment Intention*. Nilai *p-value* teridentifikasi $0.000 < 0.005$ dengan nilai *original sample* sebesar 0.612. Hal ini menjelaskan bahwa peningkatan *Perceived Behavioural Control* akan menyebabkan peningkatan *Gold Investment Intention*. Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian sebelumnya bahwa setiap individu memiliki kontrol atas tindakannya. Jika seseorang memiliki kontrol terhadap tindakannya, maka dia dapat memiliki tekad kuat untuk menunjukkan perilaku, dalam hal ini kemampuan untuk berinvestasi (Setyorini & Indriasari, 2020). Dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi *perceived behavioral control* seseorang maka akan semakin meningkatkan niat untuk berinvestasi emas. Indikator yang paling kuat pada *Perceived Behavioural Control* yang memengaruhi *Gold Investment Intention* dapat dijelaskan oleh nilai outer loading tertinggi (0.926), yaitu indikator PBC4, Saya nyaman dalam membuat keputusan untuk berpartisipasi dalam investasi emas.

D. KESIMPULAN

Penelitian ini berupaya untuk menganalisis niat untuk berinvestasi emas pada generasi milenial muslim pada bank syariah di Indonesia. Niat untuk berinvestasi (*Gold Investment Intention*) diduga dipengaruhi oleh *Knowledge About Islamic Banks*, *Attitude toward The Behaviour*, *Subjective Norm*, dan *Perceived Behavioral Control*.

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa *Perceived Behavioral Control* dan *Attitude toward The Behaviour* terbukti berpengaruh positif terhadap *Gold Investment Intention*. Sedangkan *Knowledge About Islamic Banks* dan *Subjective Norm* tidak berpengaruh terhadap *Gold Investment Intention*.

E. SARAN DAN UCAPAN TERIMA KASIH

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan karena jumlah responden yang terbatas dan sebagian besar tinggal di Jabodetabek, sehingga penelitian selanjutnya dapat memperluas cakupan wilayah dan jumlah responden. Pada penelitian ini, responden disurvei melalui kuesioner online. Di masa depan, penelitian lain dapat memperbesar dan memperoleh informasi mendalam jika mengadopsi metode kualitatif.

Penelitian ini memiliki lima variabel, sehingga akan lebih membantu jika penelitian di masa depan juga dapat mencakup variabel lain yang berbeda yang diduga mempengaruhi *Gold Investment Intention*, seperti *trust*, *electronic word of mouth* atau *self image*,

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Fauzi, A. W., Husniyah, A. R., Mohamad Fazli, S., & Mohamad Amim, O. (2017). Financial Risk Tolerance as a Predictor for Malaysian Employees' Gold Investment Behavior. *Eurasian Studies in Business and Economics*, 7, 63–76. https://doi.org/10.1007/978-3-319-54112-9_5
- Ahmed, R. R., Vveinhardt, J., Streimikiene, D., & Pilinkienė, V. (2019). Application of the Theory of Planned Behaviour Model for Examining Customers' Intentions towards Islamic Hire Purchase Financing. *Engineering Economics*, 30(2), 236–245. <https://doi.org/10.5755/joi.ee.30.2.21589>
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *ORGANIZATIONAL BEHAVIOR AND HUMAN DECISION PROCESSES*, 50, 179–211. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Akhtar, F., & Das, N. (2019). Predictors of investment intention in Indian stock markets: Extending the theory of planned behaviour. *International Journal of Bank Marketing*, 37(1), 97–119. <https://doi.org/10.1108/IJBM-08-2017-0167>
- Cheong, C. W. H. (2018). The Islamic gold dinar: a hedge against exchange rate volatility. *Managerial Finance*, 44(6), 722–738. <https://doi.org/10.1108/MF-12-2016-0351>
- Cuandra, F. (2020). *Analysis of Investment Interests of Millennial Generation in Batam City With Planned Behavior*. 4(3), 1784–1809.
- Effendi, I., Murad, M., Rafiki, A., & Lubis, M. M. (2020). The application of the theory of reasoned action on services of Islamic rural banks in Indonesia. *Journal of Islamic Marketing*, 12(5), 951–976. <https://doi.org/10.1108/JIMA-02-2020-0051>
- Fathonih, A., Anggadwita, G., & Ibraimi, S. (2019). Sharia venture capital as financing alternative of Muslim entrepreneurs: Opportunities, challenges and future research directions. *Journal of Enterprising Communities*, 13(3), 333–352. <https://doi.org/10.1108/JEC-11-2018-0090>
- Gani, Y., Syafitri, Y., & Begawati, N. (2019). Analisis Investasi Emas Dan Saham Sebagai Bentuk Keputusan Investasi (Studi Kasus Karyawan Bank Mandiri Cabang Padang). *Yuliana*. <https://doi.org/10.31227/osf.io/knehs>
- Ghozali, I. (2014). *Structural equation modeling: Metode alternatif dengan partial least square (pls)*. Universitas Diponegoro.
- Hati, S. R. H., Wibowo, S. S., & Safira, A. (2020). The antecedents of Muslim customers' intention to invest in an Islamic bank's term deposits: evidence from a Muslim majority country. *Journal of Islamic Marketing*. <https://doi.org/10.1108/JIMA-01-2020-0007>
- Hussain, L., & Ali, M. M. (2017). Sharī'ah non-compliant assets as rahn (pledge) in Islamic banking products: a fiqhī perspective. *ISRA International Journal of Islamic Finance*, 9(2), 196–199. <https://doi.org/10.1108/IJIF-08-2017-0018>
- Kasri, R. A., & Ramli, U. H. (2019). Why do Indonesian Muslims donate through mosques?: A theory of planned behaviour approach. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 12(5), 663–679. <https://doi.org/10.1108/IMEFM-11-2018-0399>
- Kisaka, S. E. (2014). The Impact of Attitudes towards Saving, Borrowing and Investment on the Capital Accumulation Process in Kenya: An Application of the Theory of Planned Behavior. *Research Journal of Finance and Accounting*, 5(9), 140–152.

- Kosnin, R., Hasan, H., & Ahmad, I. (2019). Perceived knowledge, anxiety and relative advantage as antecedence of attitude towards gold dinar acceptance. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 6(3), 33–54.
- Ma, M., Ruhaini Muda, in, Syahirah Amin Husni Sharifah Faigah Syed Alwi Faridah Hassan Arshad Ayub Graduate Business School, N., Teknologi MARA, U., & Alam Campus, S. (2019). DETERMINANTS OF BEHAVIOURAL INTENTION TOWARDS GREEN INVESTMENTS: THE PERSPECTIVES OF MUSLIMS *Ismah Osman (Corresponding author). *International Journal of Islamic Business*, 4(1), 16–38.
- Mahardhika, A. S., & Zakiyah, T. (2020). Millennials' Intention in Stock Investment: Extended Theory of Planned Behavior. In *Riset Akuntansi dan Keuangan Indonesia* (Vol. 5, Issue 1, pp. 83–91). <https://doi.org/10.23917/reaksi.v5i1.10268>
- Muhamad, N., Leong, V. S., & Mizerski, D. (2016). Consumer knowledge and religious rulings on products: young Muslim consumer's perspective. *Journal of Islamic Marketing*, 7(1), 1–26. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/JIMA-08-2014-0056>
- Muhammad Mas'ad, A., Rozali, M. E. A., Wan Ismail, W. A. F., & Johari, F. (2019). Gold Investment Practices in Malaysia : A Shariah Review. *Journal of Fatwa Management and Research*, 2013(November 2017), 215–231. <https://doi.org/10.33102/jfatwa.vol13no1.184>
- Muhammad, Rizal, Aiffah, & Hashimah, N. (2015). Literature review on the knowledge of Islamic banking products among Muslim entrepreneurs. *South East Asia Journal of Contemporary Business, Economics and Law*, 6(3), 20–24.
- Muradoglu, G., & Harvey, N. (2012). Introduction/guest editorial: Behavioural finance: The role of psychological factors in financial decisions. *Review of Behavioral Finance*, 4(2), 68–80. <https://doi.org/10.1108/19405971211284862>
- Nordin, N., Aziz, M. I., Embong, R., Daud, N., & Aziz, S. A. (2018). Shariah Compliant Gold Investment: An Understanding among Academicians in Terengganu, Malaysia. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 8(10). <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v8-i10/4728>
- Nugraheni, P., & Widyani, F. N. (2021). A study of intention to save in Islamic banks: the perspective of Muslim students. *Journal of Islamic Marketing*, 12(8), 1446–1460. <https://doi.org/10.1108/JIMA-11-2019-0233>
- Purwanto, P., Abdullah, I., Ghofur, A., Abdullah, S., & Elizabeth, M. Z. (2022). Adoption of Islamic microfinance in Indonesia an empirical investigation: an extension of the theory of planned behaviour. *Cogent Business and Management*, 9(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2022.2087466>
- Rahadi, D. R., & Stevanus, Y. (2020). Persepsi Dan Pengambilan Keputusan Milenial Terhadap Instumen Investasi Masa Depan : Studi Literatur. *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 3(2), 162–177. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v3i2.129>
- Raut, R. K. (2020). Past behaviour, financial literacy and investment decision-making process of individual investors. *International Journal of Emerging Markets*, 15(6), 1243–1263. <https://doi.org/10.1108/IJOEM-07-2018-0379>
- Rimadiaz, S. (2020). Aspek Penentu Niat Untuk Membeli Produk Ramah Lingkungan Pengganti Plastik Pada Milennial Di Indonesia. *Ultima Management : Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(2), 77–93. <https://doi.org/10.31937/manajemen.v11i2.1333>
- Rimadiaz, S., Alvionita, N., & Amelia, A. P. (2021). Using TikTok in Social Media

- Marketing to Create Brand Awareness, Brand Image, and Brand Loyalty on Tourism Sector in Indonesia. *The Winners*, 22(2), 173–182. <https://doi.org/10.21512/tw.v22i2.7597>
- Safira, J. E., & Baridwan, Z. (2018). The Analysis of Individual's Behavioral Intention in Using Mobile Banking Based on TAM and UTAUT 2. *Doctoral Dissertation, Universitas Brawijaya*.
- Saptasari, K., & Aji, H. M. (2020). Factors affecting Muslim non-customers to use Islamic bank: Religiosity, knowledge, and perceived quality. *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam*, 6(2), 165–180. <https://doi.org/10.20885/jeki.vol6.iss2.art7>
- Saragih, H. P. (2020). *Saran Bank Terbesar di Swiss: Beli Emas Sekarang!*
- Setyorini, N., & Indriasari, I. (2020). Does millennials have an investment interest? theory of planned behaviour perspective. *Diponegoro International Journal of Business*, 3(1), 28–35. <https://doi.org/10.14710/dijb.3.1.2020.28-35>
- Sharon, Al. (2015). Understanding the Millennial Generation. *Journal of Financial Service Professionals*, 69(6), 11–14. <http://eds.a.ebscohost.com/laureatech.idm.oclc.org/eds/pdfviewer/pdfviewer?sid=0a0336do-b8da-410d-a5b3-7e42fa4cbe86@sessionmgr4004&vid=1&hid=4210>
- Sondari, Meri; Sudarsono, R. (2015). Using Theory of Planned Behavior in Predicting Intention to Invest : Case of Indonesia. *International Academic Research Journal of Business and Technology* 1(2) 2015 Page 137-141, August.
- Sultan, F., & Akhtar, S. H. (2020). Impact of work family conflicts on employee performance with moderating role of supervisor support in banking sector of Kpk, Pakistan. *Asian Journal of Multidimensional Research (AJMR)*, 9(12), 87–93. <https://doi.org/10.5958/2278-4853.2020.00336.5>
- Sumiati, A., Widyastuti, U., Takidah, E., & Suherman. (2021). The millennials generation's intention to invest: A modified model of the theory of reasoned action. *International Journal of Entrepreneurship*, 25(3), 1–11.
- Zaenuri. (2014). Konsep Pembiayaan Kepemilikan Emas Pada perbankan Syariah (Studi di Bank Mandiri Syariah Semarang). *Journal At-Taqaddum*, 06(02), 316–345.