

PENGARUH *DIGITAL SERVICE* TERHADAP MINAT INVESTASI TABUNGAN EMAS PADA PEGADAIAN KANTOR WILAYAH 1 MEDAN TAHUN 2019-2021

Hendra Nazmi¹, Clara Apriliana Br. Pinem²

^{1,2}Universitas Prima Indonesia

Email: claraapriliana04@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampaknya *digital service* terhadap minat investasi tabungan emas pada pegadaian kantor wilayah 1 Medan Tahun 2019-2021. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Populasi yang digunakan adalah nasabah Pegadaian Syariah sebanyak 850 nasabah yang terhubung dengan alat digital Pegadaian Syariah *Digital service*. Sampling yang dilakukan adalah 89 nasabah dari total populasi. Sumber data berasal dari data primer. Proses pengumpulan data melalui kuesioner yang dikirim Google Form. Model regresi yang digunakan yaitu model regresi sederhana. Berdasarkan pengujian yang sudah dilakukan, *Digital service* tidak mempunyai pengaruh secara parsial minat investasi tabungan emas. Hasil penelitian ini adalah sebagai berikut: 1) Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan mempengaruhi preferensi pelanggan dalam menggunakan layanan digital pegadaian kantor wilayah 1 Medan. Dibuktikan nilai sig. untuk *digital service* adalah $0,482 > 0,05$ dan nilai t hitung adalah $-0,706 < t$ tabel 1,987 maka artinya tidak ada pengaruh *digital service* terhadap minat investasi tabungan emas; dan 2) Kemudahan penggunaan dan konsistensi memengaruhi minat investasi tabungan emas dalam menggunakan aplikasi *digital service* pada pegadaian kantor wilayah 1 Medan.

Kata Kunci: *Digital Service, Minat Investasi, Tabungan Emas.*

Abstract

This study aims to determine the impact of digital services on investment interest in gold savings at pawnshop regional office 1 Medan in 2019-2021. This study uses a quantitative descriptive method. The population used is Shariah Pegadaian customers as many as 850 customers who are connected to the digital Pegadaian Syariah Digital service tool. Sampling conducted was 89 customers from the total population. Source of data comes from primary data. The data collection process is through a questionnaire sent by Google Form. The regression model used is a simple regression model. Based on the tests that have been carried out, digital services do not have a partial effect on investment interest in gold savings. The results of this study are as follows: 1) This study shows that service quality affects customer preferences in using digital services for pawnshops in the regional 1 Medan office. Proven value of sig. for digital services it is $0.482 > 0.05$ and the calculated t value is $-0.706 < t$ table 1.987, meaning that there is no effect of digital services on investment interest in gold savings; and 2) Ease of use and consistency affect interest in investing in gold savings in using digital service applications at pawnshops regional office 1 Medan.

Keywords: *Digital Service, Investment Interest, Gold Savings.*

A. PENDAHULUAN

Tabungan emas merupakan layanan penyimpanan jumlah emas yang memberikan kemudahan bagi komunitas untuk berinvestasi emas yang aman sehingga portofolio asetnya simpel dan cepat ditransfer (Ri[ada, 2020; Sugesti et al., 2019). Tujuan dimulainya produk ini adalah untuk memberikan kepada masyarakat yang ingin mendapatkan emas lebih baik menabung (Sukresna, 2021; Firdhousa & Apriani, 2021). Salah satu keuntungan menabung emas adalah tidak tunduk pada regulasi dan memiliki jumlah uang yang banyak atau mudah dijual dengan harga emas saat ini, dan yang paling baru, Anda dapat meningkatkan saldo tabungan anda secara online dengan menggunakan aplikasi pegadaian *digital service* (Purnama & Setyanto, 2023; Rosyani & Hasyim, 2021).

Tabel 1. Jumlah Nasabah Tabungan Emas

No.	Tahun	Jumlah Nasabah
1.	2019	189.485
2.	2020	259.118
3.	2021	246.686

Sumber: PT. Pegadaian (Persero)

Seperti yang ditunjukkan pada gambar di atas bahwa data menggambarkan tahun sebelumnya dan setelah implementasi saluran *onboarding* di area omnichannel untuk produk keamanan emas. Tahun 2019 sebanyak 189.485 nasabah pada tahun 2020 sebanyak 259.118 dan pada tahun 2021 sebanyak 246.686 ini sudah termasuk kategori besar tenaga pengamanan emas. Hal ini berdampak pada peningkatan jumlah penyimpanan emas pada tahun 2020. Hal ini disebabkan penerapan sistem intervensi dibawah omni *channel* atau *channel* (gabungan) menggunakan channel 2 saluran, yaitu online. Melihat jumlah nasabah tersebut yang terus meningkat, masyarakat tertarik untuk berinvestasi di pegadaian melalui tabungan emas. Hal ini menjadikan sekuritas emas sebagai salah satu produk premium karena mengalami volatilitas yang meningkat setiap tahunnya.

Tenga kerja pegadaian digital terus bertambah meskipun ekonomi tidak menentu. Direktur *Corporate Communications* Menurut Basuki Tri Andayani dari PT. Pegadaian, aplikasi digital telah diunduh sebanyak pada Agustus 2022 ada 2,9 juta orang, meningkat 14,92 persen tabungan emas pegadaian memiliki 5,3 juta pelanggan. Basuki mengatakan, aplikasi pegadaian digital dirancang untuk memudahkan nasabah menyelesaikan transaksi untuk menambah uang ke saldo kas atau simpanan, jual atau gadai. Pada inisiatif terbaru, pegadaian menawarkan bonus deposit 6 bulan gratis untuk nasabah baru yang membuka rekening tabungan emas pegadaian selama enam bulan, mulai 29 September 2022 hingga 29 Maret 2022. Deposit tersebut merupakan biaya yang diperlukan untuk mengelola saldo jaminan emas klien.

B. TINJAUAN PUSTAKA

1. Teori *Digital Service*

Layanan digital menjadi semakin penting bagi masyarakat karena kehadirannya membuat hidup di dunia semakin mudah dan cepat. Efek positif dari layanan digital di berbagai bidang antara lain mengurangi biaya manusia untuk melakukan aktivitas, menciptakan penghematan waktu dan meningkatkan efisiensi dan transparansi bagi instansi swasta atau pemerintah (Viana et al., 2021).

2. Teori Pengaruh *Digital Service* terhadap Minat Investasi Tabungan Emas

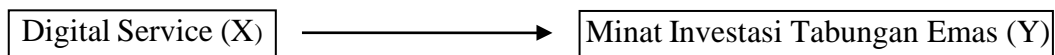
Investasi adalah penanaman banyak aset untuk menghasilkan keuntungan pada akhirnya, dan investasi sekarang untuk mendapatkan keuntungan di masa depan. Emas adalah pilihan yang dipertimbangkan untuk investasi jangka panjang berharga di masa depan. Diyakini bahwa banyak faktor memengaruhi perhatian masyarakat terhadap investasi emas

antara lain kesadaran perhatian masyarakat terhadap investasi emas pengelolaan dan pemahaman proses perdagangan emas. Fokus penelitian ini adalah untuk mengetahui dampak sistem pengamanan pengaruh emas digital terhadap perhatian masyarakat dalam berinvestasi. Studi ini menggunakan teori tindakan *Theory of Reasoned Action* (TRA). TRA memberi penjelasan bahwa tingkah laku (*behavior*) manusia dilakukan karena seorang individu mempunyai minat atau keinginan untuk melakukannya (*behavioral intention*) atau dengan kata lain keinginan untuk melakukannya (Rahmawaty, 2014) (Batubara & Anggraini, 2022).

3. Teori Minat Investasi

Minat investasi merupakan suatu perasaan yang menginginkan kuat terhadap suatu aktivitas investasi untuk menghasilkan keuntungan di masa mendatang melalui investasi. Dengan berinvestasi anda dapat meningkatkan kekayaan. Dana yang dialokasikan untuk produk investasi dicatat sebagai aset (Cahya, 2019) (Maharani, 2020). Dari sini, dapat menyimpulkan bahwa meningkatkan kekayaan masa depan anda untuk mencapai tujuan keuangan anda.

4. Kerangka Konseptual Penelitian



Gambar 1. Kerangka Konseptual

5. Hipotesis Penelitian

Uji penelitian adalah suatu gagasan atau hipotesis yang akan dicoba menggunakan data atau fakta yang didapat melalui penelitian. (Dantes, 2012:164) Berdasarkan proses berfikir diatas, maka dapat dirumuskan ide ide berikut:

- Ho : *Digital service* berpengaruh secara signifikan terhadap minat investasi tabungan emas pada pegadaian kantor wilayah 1 Medan tahun 2019-2021
- H1 : *Digital service* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat inventasi tabungan emas pada pegadain kantor wilayah 1 Medan tahun 2019-2021

C. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan menggunakan analisis kuantitatif. Penelitian kuantitatif didefinisikan sebagai metode penelitian yang didasarkan pada filosofi positivisme diterapkan untuk menganalisis beberapa orang atau pengumpulan data untuk sampel tertentu menggunakan alat dalam dalam penelitian, data dianalisis secara kuantitatif atau statistik dengan tujuan pengujian hipotesis tangan (Sugiyono, 2017).

Jenis analisis ini merupakan analisis, data yang diambil berupa kuesioner yang dibuat melalui *google form*. Jumlah populasi adalah kumpulan objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu yang digunakan oleh peneliti sebagai populasi studinya untuk belajar dan sampai pada kesimpulan. Penelitian ini menggunakan populasi berikut nasabah pegadaian syariah sebanyak 850 yang terhubung dengan alat digital pegadaian syariah.

Sampel adalah bagian dari yang mewakili subjek atau populasi populasi. Tes harus konsisten dengan kepribadian dan karakteristik orang. Penentuan sampel penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik *probability sampling* yaitu *simple random* (sampling acak sederhana) yaitu teknik pengambilan sampel yang telah dipilih secara khusus dari total populasi yang ada dan peluang untuk setiap individu diantara populasi yang menjadi sampel yang sangat besar. Menurut jumlah nasabah sebanyak 850 orang, maka diperoleh sampel sebanyak 89 nasabah dari jumlah keseluruhan.

Formula *Slovin* untuk memastikan besar sampel adalah:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

atau

n = jumlah sampel

N = jumlah total

e = margin kesalahan (0,05)

Penyelesaian:

$$n = \frac{850}{1 + 850 (10\%)^2} = \frac{850}{1 + 850 (0,1)^2} = \frac{850}{1 + 850 (0,01)} = \frac{850}{1 + 8,5} = \frac{850}{9,5} = 89,4$$

$= 89 \text{ sample}$

Berdasarkan rumus diatas maka n yang diperoleh adalah 89 sampel. Jadi setidaknya dalam penelitian ini terdapat 89 responden.

Jika dilihat dari sumber informasi maka pengumpulan data dapat digunakan asli. Data primer, menurut sugiyono (2017) adalah sumber data langsung menyediakan data kepada orang yang mengumpulkan data. Data penting dalam penelitian ini adalah kuesioner yang diberikan kepada mereka yang berpartisipasi. Dalam melakukan penelitian ini, bisa menggunakan kuisisioner (pertanyaan). Menurut Sugiyono (2017) atau angket adalah proses pengumpulan informasi yang melibatkan pemberian seperangkat pertanyaan atau pernyataan yang ditulis kepada responden.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data kuantitatif yaitu dilakukan dengan membagikan kuesioner melalui *google form* kusioner online mulai dibagikan pada tanggal 27 Mei 2023 dan ditutup pada tanggal 1 Juni 2023. Total responden yang diperoleh dari penyebaran kuesioner online ini sebanyak 89 responden.

2. Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini dikelompokkan nama, pendidikan terakhir dan pekerjaan. Karakteristik berdasarkan pendidikan terakhir dan berdasarkan pekerjaan disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 3. Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase
SMA	53	59,6%
D3	5	5,6%
S1	25	28,1%
Lainnya	6	6,7%
Total	89	100%

Tabel 4. Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
PNS	8	8,8%
Wiraswasta	13	14,68%
Mahasiswa	41	46,19%
Pedagang	8	8,8%
Lainnya	19	21,42%
Total	89	100%

3. Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan analisis statistik yang memberikan gambaran secara umum mengenai karakteristik dari masing-masing variabel penelitian yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), maximum, dan minimum, hasil pengujian dalam penelitian ini disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 5. Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Digital Service	89	24	40	31,83	3,815
Tabungan Emas	89	28	40	32,13	3,634
Valid N (<i>listwise</i>)	89				

Dari data yang terlampir bisa disimpulkan :

- Nilai minimum *digital service* adalah 24 dan nilai maksimumnya adalah 40. Rata-rata (*mean*) adalah 31,83 dengan standar deviasi 3,815
- Nilai minimum minat investasi tabungan emas adalah 28 dan nilai maksimumnya adalah 40. Rata-rata (*Mean*) adalah 32,13 dengan standar deviasi 3,634

4. Uji Asumsi Klasik

Uji regresi standar dilakukan dengan tujuan memenuhi asumsi regresi linier berganda yang digunakan dan untuk memenuhi asumsi yang ditampilkan dalam studi ini.

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas ingin mengetahui apakah semua berubah atau tidak berdistribusi. Nilai residual yang berdistribusi normal adalah tanda model regresi yang baik (Imam Ghazali, 2016), hasil pengujian normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji kolmogorov yang disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 6. One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Unstandardized Residual		
N		89
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,05088257
Most Extreme Differences	Absolute	,193
	Positive	,193
	Negative	-,133
Test Statistic		,193
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.

Dari pengujian yang dilakukan, memperlihatkan nilainya $0,200 > 0,05$. Artinya menunjukkan bahwa data terdistribusi secara normal.

b. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas dapat dicek dari nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Bilamana nilai toleransi rendah sesuai dengan nilai VIF yang tinggi (karena $VIF = 1/\text{toleransi}$) untuk memperlihatkan indikasi multikolinearitas, maka nilai toleransi $> 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF < 10$. Berikut hasil uji multikolinearitas.

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah pada model menemukan hubungan antara variabel independen. Jika ada terbukti ada hubungan antara variabel independen Karena itu, hubungan antara variabel independen dan variabel dependen rusak. (Imam Ghazali, 2016), hasil pengujian dalam penelitian ini disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 7. Uji Multikolinearitas Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4,938	1,449		3,408	,001	
	Digital service	,854	,045	,897	18,900	,000	1,000 1,000

a. Dependent Variabel: Minat Investasi Tabungan Emas

Dari hasil yang terlampir dapat dilihat bahwa nilai tolerance untuk *digital service* $1,000 > 0,1$. Sedangkan nilai VIF untuk *digital service* adalah $1,000 < 10$. Artinya tidak ada terdapat hubungankorelasi antar variabel independen dalam uji multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan perbedaan residual dari sampel ke sampel. Jika perbedaan tetap dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain, maka dikatakan homoskedastisitas dan jika berbeda maka dikatakan heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah model yang homoskedastisitas atau tidak ada heteroskedastisitas (Imam Ghozali, 2016).

Tabel 8. Uji Heteroskedastisitas Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,167	,081	2,065	,042		
	Digital service	-,002	,003	-,075	-,706	,482	1,000 1,000

a. Dependent Variabel: Minat Investasi Tabungan Emas

Tabel data diatas menggunakan absolute residual (Abs_res) dengan nilai signifikan variabel *digital service* $0,482 > 0,05$. Oleh karena itu, dapat dimaksudkan bahwa heteroskedastisitas tidak ada.

5. Uji t

Ghozali (2017) mengatakan bahwa uji t-statistik menunjukkan bagaimana variabel independent berpengaruh terhadap variabel dependen sambil mempertimbangkan bahwa variabel independent lainnya konstan. uji itu berdasarkan tingkat signifikansi 0,05. Menerima atau menolak ide berdasarkan kriteria sebagai berikut:

- Jika nilai signifikansi dibawah dari 0,05 maka komponen variabel bebas tidak memengaruhi variabel terikat
- Jika nilai signifikansi diatas dari 0,05 maka komponen variabel terikat tidak dipengaruhi oleh variabel bebas.

Tabel 9. Uji t Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,167	,081	2,065	,042		
	Digital service	-,002	,003	-,075	-,706	,482	1,000 1,000

a. Dependent Variabel: Minat Investasi Tabungan Emas

tabel = $t(a/2; n-k-1) = t(0,05/2; 89-1-1) = t(0,025; 87) = 1,987$

Mengacu pada uji yang dilakukan, maka diperoleh kesimpulan nilai sig. untuk *digital service* adalah $0,482 > 0,05$ dan nilai T hitung adalah $-0,706 < t$ tabel $1,987$ maka artinya tidak ada pengaruh *digital service* terhadap tabungan emas.

6. Uji Analisis Sederhana

Metode analisis linear berganda berusaha mengetahui seberapa besar pengaruh dua variabel atau lebih terhadap variabel yang berhubungan dan memperkirakan menukarkan dependent menggunakan lebih dari dua variabel bebas (Uyanik & Guler, 2013). Adapun rumus regresi linear penggunaan ganda seperti ini: $Y = a + bX + e$

Keterangan :

Y = Minat investasi tabungan emas

a = Konstanta

b1 = Keadaan regresi

X1 = *Digital service*

E = *error* (kesalahan)

Tabel 10. Uji Analisis Sederhana Coefficients^a

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	Model	B				Std. Error	Beta
1	(Constant)	,167	,081		2,065	,042	
	<i>Digital service</i>	-,002	,003	-,075	-,706	,482	1,000 1,000

a. Dependent *Variable*: Minat Investasi Tabungan Emas

Adapun hasil persamaan regresi yang diuji yaitu: $TE = 0,167 - 0,002 DS + e$. Nilai konstanta yaitu 0,167 memberikan nilai variabel perusahaan tanpa pengaruh variabel independen. Koefisien *digital service* nilainya sebesar -0,002 memperlihatkan pengaruh negatif variabel berkenaan dengan minat investasi tabungan emas, artinya minat investasi tabungan emas cenderung menurun ketika *digital service* meningkat.

Dalam penelitian ini diketahui bahwa aplikasi *digital service* telah dinilai baik dari segi kemudahan pemakaian, tampilan dan reputasinya. Jika aplikasi *digital service* ditingkatkan lagi pemanfaatannya maka minat investasi tabungan emas akan semakin meningkat. Berdasarkan hipotesis diketahui dan bersama-sama aplikasi *digital service* dan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat investasi tabungan emas PT. Pegadaian Kantor Wilayah I Medan. Secara parsial, *digital service* tidak mempunyai pengaruh yang positif signifikan terhadap minat investasi tabungan emas PT. Pegadaian Kantor Wilayah I Medan.

E. KESIMPULAN

Berdasarkan temuan penelitian dan pembahasan faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen menggunakan layanan digital pegadaian syariah pada pegadaian kantor wilayah 1 Medan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: 1) Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan mempengaruhi preferensi pelanggan dalam menggunakan layanan digital pegadaian kantor wilayah 1 Medan. Dibuktikan nilai sig. untuk *digital service* adalah $0,482 > 0,05$ dan nilai T hitung adalah $-0,706 < T$ tabel $1,987$ maka artinya tidak ada pengaruh *digital service* terhadap minat investasi tabungan emas; dan 2) Kemudahan penggunaan dan konsistensi memengaruhi minat investasi tabungan emas dalam menggunakan aplikasi *digital service* pada pegadaian kantor wilayah 1 Medan.

Adapun sarannya berdasarkan dari hasil penelitian, tentunya masih banyak celah, baik waktu, data, bahkan jumlah teks. Untuk hasil yang lebih baik, maka saran yang dapat diberikan peneliti sebagai berikut: 1) Bagi Pegadaian diharapkan agar dapat terus

meningkatkan minat nasabah dalam menggunakan layanan digital, baik promosi maupun dengan mengenalkan kepada nasabah pegadaian tentang aplikasi layanan digital dan cara penggunaan aplikasi tersebut, karena sebagian nasabah belum mengetahuinya. Adanya aplikasi layanan digital pegadaian; dan 2) Diharapkan masyarakat dapat lebih memahami dan semakin banyak menggunakan berbagai media sebagai sumber informasi. Untuk memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi pelanggan dalam menikmati layanan digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Batubara, M. C. A., & Anggraini, T. (2022). Analisis Pengaruh Layanan Digital terhadap Minat Generasi Z dalam Menggunakan Produk Perbankan Syariah. *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 7(2), 706-725.
- Cahya, B. T. (2019). Pengaruh Motivasi dan Kemajuan Teknologi terhadap Minat Investasi Saham. *Al-Masharif: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Keislaman*, 7(2), 192-207.
- Dantes. (2012). Hipotesis Penelitian Pendidikan. karyaku.web.id
- Firdhousa, F., & Apriani, R. (2021). Pengaruh Platform Media Sosial terhadap Minat Generasi Milenial dalam Berinvestasi di Pasar modal. *Supremasi Hukum*, 17(02), 96-103.
- Ghozali, I. (2016). Pengaruh Deviden Payout Ratio, Tingkat Suku Bunga BI, Profitabilitas (NPM), dan Laba Bersih terhadap Harga Saham pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2012-2016. *Jurnal Akrab Juara*, 4(2), 12-26.
- Ghozali, I. (2016). Pengaruh Intellectual Capital terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Intervening (Studi pada Perusahaan Tambang yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2018). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(1).
- Ghozali, I. (2017). Metoda Penelitian. repository.stei.ac.id
- Juliansyah, R., Chandra, I., & Anggita, W. (2022). Pengaruh Aplikasi Tabungan Emas Digital (Dinaran) terhadap Minat Investasi Masyarakat Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. *IJAB Indonesian Journal of Accounting and Business*, 3(2), 128-138.
- Maharani, N. S. (2020). Pengaruh Promosi dan Fluktuasi Harga Emas terhadap Minat Nasabah pada Produk Tabungan Emas. *Muhasabatuna: Jurnal Akuntansi Syariah*, 2(1), 57-78.
- MT, M. A. P., & Sukresna, I. M. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Nilai, dan Persepsi Kegunaan, terhadap Minat Berkelanjutan dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pengguna Dompot Digital (e-Wallet) OVO di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 10(1).
- Padilah, T. N., & Adam, R. I. (2019). Analisis Regresi Linier Berganda dalam Estimasi Produktivitas Tanaman Padi di Kabupaten Karawang. *FIBONACCI: Jurnal Pendidikan Matematika dan Matematika*, 5(2), 117-128.
- Purnama, B., & Setyanto, Y. (2023). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Terpadu terhadap Minat Investasi Mahasiswa Universitas Tarumanagara di Aplikasi Bibit. *Prologia*, 7(1), 31-37.
- Purnawijaya, F. M. (2019). Pengaruh Disiplin Kerja dan Fasilitas Kerja terhadap Kinerja Karyawan Pada Kedai 27 di Surabaya. *Agora*, 7(1).
- Ripada, N. I. (2020). Analisis Keamanan dan Risiko Investasi Emas Digital terhadap minat Investasi: Studi pada Pegadaian Digital Service. *Kasaba: Jurnal Ekonomi Islam*, 13(2), 101-107.
- Rosiyani, N., & Hasyim, F. (2021). Analisis Pengaruh Minat Generasi Milenial dalam Menggunakan Produk Tabungan Emas di Pegadaian Syariah. *JEKSYAH Islamic*

- Economics Journal*, 1(02), 65-79.
- Sugesti, N. L., Kusniawati, A., & Prabowo, F. H. E. (2019). Pengaruh Omni-Channel Marketing terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus pada Produk Tabungan Emas PT. Pegadaian Syariah Cabang Padayungan). *Business Management and Entrepreneurship Journal*, 1(4), 92-101.
- Sugiyono. (2017). *Statistikan Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Viana, E. D., Febrianti, F., & Dewi, F. R. (2021). Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan dan Minat Investasi Generasi Z di Jabodetabek. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 12(3), 252-264.