

**PENGARUH MOTIVASI INVESTASI, PROMOSI PRODUK
DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP MINAT INVESTASI
LOGAM MULIA PADA TOKO MAS JAWA KARTASURA
(CV SURYA JAYA ABADI)**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas-Tugas Dan Syarat-Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen Program Studi S1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi
Surakarta

Oleh:

Wulandari

19.12.0066

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SURAKARTA
TAHUN 2023**

**PENGARUH MOTIVASI INVESTASI, PROMOSI PRODUK
DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP MINAT INVESTASI
LOGAM MULIA PADA TOKO MAS JAWA KARTASURA
(CV SURYA JAYA ABADI)**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas-Tugas Dan Syarat-Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen Program Studi S1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi
Surakarta

Oleh:

Wulandari

19.12.0066

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SURAKARTA
TAHUN 2023**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

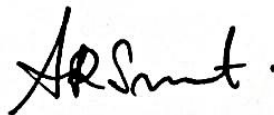
Nama : Wulandari
NIM : 19120066
Program Studi : S1 Manajemen
Judul : Pengaruh Motivasi Investasi, Promosi Produk Dan
Persepsi Risiko Terhadap Minat Investasi Logam
Mulia Pada Toko Emas Jawa Kartasura (CV Surya
Jaya Abadi)

Disetujui dan Disahkan:

Hari : Kamis

Tanggal : 2 Maret 2023

Pembimbing,



Ari Susanti, S.Pt., M.M

NIDN. 0323048302

Mengetahui,

Kepala Program Studi S1 Manajemen



Tri Ratna Pamikarshih, S.E., M.B.A

NIDN. 0610119201

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama: Wulandari

Nim : 19120066

Program Studi : S1 Manajemen

Judul : Pengaruh Motivasi Investasi, Promosi Produk dan Persepsi
Risiko Terhadap Minat Investasi Logam Mulia Pada Toko
Emas Jawa Kartasura (CV Surya Jaya Abadi)

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan dihadapan tim penguji skripsi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta (STIE Surakarta) dan diterima untuk memenuhi persyaratan memenuhi gelar Sarjana Manajemen.

Hari : Jumat

Tanggal : 17 Maret 2023

Tim Penguji

Tanda Tangan

Ketua : Ari Susanti, S.Pt., M.M

()

Anggota : Aditya Liliyan, S.M.B., M.M

()

Mengetahui,

Ketua STIE Surakarta





Dr. Budi Istiyanto, S.E., M.M., M.H.

NIDN. 0625127401

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul:

**Pengaruh Motivasi Investasi, Promosi Produk Dan Persepsi Risiko Terhadap
Minat Investasi Logam Mulia Pada Toko Mas Jawa Kartasura (CV Surya
Jaya Abadi)**

Tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di perguruan tinggi lain dan tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya. Apabila dikemudian hari saya terbukti melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh perguruan tinggi batal saya terima.

Sukoharjo, 2 Maret 2023

Pembuat Pernyataan,



Wulandari

MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(Q.S. Al-Baqarah:286)

“Sesungguhnya Allah tidak akan merubah nasib suatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri”

(Q.S. Ar Ra'd:11)

“Barang siapa menempuh jalan untuk menuntut ilmu, Allah akan memudahkan baginya jalan menuju surga”

(H.R Ibu Majah)

“Banyak orang gagal dalam kehidupan, bukan karena kurangnya kemampuan, pengetahuan atau keberanian, namun karena mereka tidak pernah mengatur energinya pada sasaran”

(Elbert Hubbard)

“Jangan membandingkan dirimu dengan siapapun di dunia ini. Kalau kau melakukannya, sama saja dengan menghina diri sendiri”

(Bill Gates)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, Tuhan yang Maha Mulia, Maha Tinggi, serta Maha Agung, karena berkat rahmat serta kesempatan yang diberikan, sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir skripsi ini. Hasil penelitian yang sederhana ini, penulis persembahkan kepada kedua orang tua atas kasih sayang dan cinta yang tulus, serta dukungan dan doa yang selalu tercurah untuk penulis. Adik-adikku tersayang yang selalu memberikan semangat, teman-teman karyawan Toko Emas Jawa Kartasura dan sahabat-sahabatku yang selalu membantu dan menemaniku.

KATA PENGANTAR

Assalammuallaikum Wr. Wb

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis terarah dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Motivasi Investasi, Promosi Produk Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Investasi Logam Mulia Pada Toko Mas Jawa Kartasura (CV Surya Jaya Abadi)”** ini dapat berjalan dengan baik dan lancar.

Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana strata satu (S1) pada program Manajemen Umum di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta (STIE Surakarta). Penulis menyadari bahwa tanpa ada bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, sangat sulit bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, dengan setulus hati penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Budi Istiyanto, S.E.,M.M.,M.H. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk menempuh pendidikan di sekolah tinggi ini.
2. Ibu Tri Ratna Pamikatsih, S.E., M.B.A. selaku Ketua Kaprodi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta yang membantu menyempurnakan hasil skripsi penulis.
3. Ari Susanti, S.Pt., M.M. selaku Dosen Pembimbing yang memberikan arahan kepada penulis sehingga penulis segera menyelesaikan penyusunan skripsi ini dari awal hingga akhir.
4. Bapak dan Ibu dosen/karyawan STIE Surakarta yang telah memberikan sarana prasarana selama peneliti menempuh pendidikan di sekolah tinggi ini, serta memberikan bekal ilmu pengetahuan yang berguna sehingga penyusunan skripsi ini terselesaikan.
5. Bapak Kadar dan Ibu Siti yang telah memberikan seluruh kasih sayang dan senantiasa membantu baik nasehat, material, bimbingan, pendidikan, dan

doa yang tiada putus tulus tanpa pamrih. Terimakasih bapak ibuku tersayang, skripsi ini saya tunjukan untuk orang tua tercinta.

6. Adek Sigit Prayogo dan Lutfi Faturrahman yang telah memberikan dukungan kepada kakak dan doa dalam pembuatan skripsi ini. Adik-adikku adalah penyemangatku untuk mencapai puncak karir ku agar aku menggapai cita-cita impian yang segera terwujud. Sehingga kakak bisa membahagiakan kalian berdua.
7. Retno Wulandari sahabat seperjuangan yang senantiasa selalu memberikan dukungan satu sama lain agar segera menyelesaikan penyusunan skripsi ini dari awal hingga akhir.
8. Teman-teman Manajemen angkatan 2019 yang telah mengukir banyak kenangan indah bersama selama masa perkuliahan terutama teman-teman manajemen reguler malam.
9. Bapak Andhika Kamaludin selaku Direktur Utama Perusahaan CV Surya Jaya Abadi.
10. Bapak Aldo Jonathan selaku General Manager Operasional Perusahaan CV Surya Jaya Abadi.
11. Ibu Cahyaningrum JM selaku Kepala HRD di CV Surya Jaya Abadi.
12. Bapak Wahyu Nurhuda selaku HRD di Pusat Toko Emas Jawa Klaten yang mengijinkan penulis dapat bekerja sekaligus bisa menyelesaikan skripsi ini dengan lancar dan memberikan bekal bimbingan ilmu marketing yang terarah bagi penulis dalam penyusunan skripsi ini.
13. Ibu Dwi Hastutik selaku Manager Area di Toko Emas Jawa Kartasura yang membimbing kedisiplinan dalam bekerja.
14. Ibu Tri Wahyuningsih selaku SPV di Toko Emas Jawa Kartasura yang telah membantu dan memberikan bimbingan ilmu pemasaran serta nasihat yang membangun kepada penulis selama menyusun skripsi di Toko Emas Jawa Kartasura.
15. Seluruh karyawan dari Toko Emas Jawa Kartasura yang telah memberikan semangat serta dukungan agar penulis tetap menjaga kesehatan dan ketenangan dalam menyelesaikan skripsi ini.

16. Seluruh responden yang telah membantu penulis dalam melakukan pengisian pertanyaan penelitian sampai terselesaikannya skripsi ini.
17. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah dengan tulus memberikan doa dan motivasi sehingga terselesaikannya skripsi ini.

Penulis mohon maaf atas segala kekurangan yang penulis lakukan dan tidak menutup diri terhadap segala saran dan kritik serta masukan yang bersifat membangun bagi penulis. Semoga hasil penelitian ini dapat menambah wawasan bagi pembaca dan dapat bermanfaat untuk perkembangan kemajuan toko serta peningkatan ilmu pengetahuan bagi rekrutmen karyawan baru. Akhir kata, penulis berharap semoga Allah SWT berkenan membalas segala bentuk kebaikan semua pihak yang telah membantu penulis. Terimakasih

Wassalamualaikum Wr. Wb

Sukoharjo, 2 Maret 2023

Penulis,

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAK.....	xvi
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori.....	9
1. Motivasi Investasi.....	9
2. Promosi Produk.....	10

	3. Persepsi Risiko.....	11
	4. Minat Investasi.....	12
	B. Penelitian Terdahulu.....	13
	C. Kerangka Pikir.....	20
	D. Hipotesis Penelitian.....	21
BAB III	METODE PENELITIAN	
	A. Objek Penelitian.....	24
	B. Jenis dan Sumber Data.....	24
	C. Populasi dan Sampel.....	25
	D. Teknik Pengumpulan Data.....	26
	1. Studi Pustaka.....	26
	2. Wawancara.....	26
	3. Kuesioner.....	27
	E. Definisi Operasional.....	27
	F. Teknik Analisis Data.....	30
	1. Uji Instrumen Data.....	30
	2. Uji Asumsi Klasik.....	31
	3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	32
	4. Uji Hipotesis.....	33
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	
	A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	35
	1. Sejarah Perusahaan.....	35
	2. Visi dan Misi.....	35

3. Struktur Organisasi.....	36
B. Deskripsi Responden.....	37
C. Hasil Analisis Data.....	42
D. Pembahasan.....	50
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	53
B. Saran.....	53
C. Keterbatasan Penelitian.....	54
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Jenis Investasi Yang Paling Banyak Diminati Masyarakat.....	3
Tabel 2. Penelitian Terdahulu.....	13
Tabel 3. Skala Likert.....	27
Tabel 4. Definisi Operasional Variabel.....	28
Tabel 5. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	37
Tabel 6. Deskripsi Responden Berdasarkan Umur.....	38
Tabel 7. Deskripsi Responden Berdasarkan Domisili.....	38
Tabel 8. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	39
Tabel 9. Deskripsi Responden Berdasarkan Penghasilan.....	40
Tabel 10. Deskripsi Responden Berdasarkan Pernah Membeli.....	41
Tabel 11. Deskripsi Responden Berdasarkan Lama Investasi.....	41
Tabel 12. Hasil Uji Validitas Variabel Motivasi Investasi.....	42
Tabel 13. Hasil Uji Validitas Variabel Promosi Produk.....	43
Tabel 14. Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Risiko.....	43
Tabel 15. Hasil Uji Validitas Variabel Minat Investasi.....	44
Tabel 16. Hasil Uji Reliabilitas.....	44
Tabel 17. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov.....	45
Tabel 18. Hasil Uji Multikolinearitas.....	45
Tabel 19. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	46
Tabel 20. Hasil Uji Analisis Regresi Berganda.....	47
Tabel 21. Hasil Uji t.....	48
Tabel 22. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	49

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Grafik Data Investor KSEI 2019-September 2022.....	1
Gambar 2. Grafik Harga Emas 2003-Januari 2023.....	4
Gambar 3. Kerangka Pikir.....	20
Gambar 4. Struktur Organisasi Toko Mas Jawa Kartasura.....	36

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Lampiran 2. Tabulasi Data

Lampiran 3. Hasil Olah Data

- 1) Uji Instrumen Data
 - a) Uji Validitas
 - b) Uji Reliabilitas
- 2) Uji Asumsi Klasik
 - a) Uji Normalitas
 - b) Uji Multikolinearitas
 - c) Uji Heteroskedastisitas
- 3) Uji Analisis Regresi Linier Berganda dan Uji Parsial (t)
- 4) Uji Koefisien Determinasi (R^2)
- 5) Uji f

ABSTRAK

WULANDARI 19120066, 60 Halaman. PENGARUH MOTIVASI INVESTASI, PROMOSI PRODUK DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP MINAT INVESTASI LOGAM MULIA PADA TOKO MAS JAWA KARTASURA (CV SURYA JAYA ABADI), 2023.

Penelitian ini dilakukan karena banyaknya *customer* yang berminat atau bertanya mengenai keuntungan dalam berinvestasi logam mulia, yang menjadi salah satu latar belakang dalam penelitian ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh motivasi investasi, promosi produk dan persepsi risiko terhadap minat investasi logam mulia pada Toko Mas Jawa Kartasura (CV Surya Jaya Abadi).

Objek penelitian ini yaitu *customer* yang berminat untuk investasi atau yang sudah pernah membeli logam mulia pada Toko Mas Jawa Kartasura. Perolehan sampel data dengan menyebarkan kuesioner secara online (data primer) yang menggunakan *google form*. Populasi yang tidak diketahui mengenai jumlah *customer* disini, maka sampel penelitian sebanyak 100 responden berdasarkan pertimbangan dari rumus *Roscoe*. Metode yang digunakan berupa *nonprobability sampling* dengan teknik *sampling purposive*. Analisis data memakai uji instrumen data, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan IBM SPSS Statistic 26.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa motivasi investasi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat investasi, promosi produk berpengaruh signifikan terhadap minat investasi dan persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap minat investasi.

Kata Kunci : Motivasi Investasi, Promosi Produk, Persepsi Risiko dan Minat Investasi.

ABSTRACT

WULANDARI 19120066, 60 pages. THE INFLUENCE OF INVESTMENT MOTIVATION, PRODUCT PROMOTION AND RISK PERCEPTION ON INTEREST IN INVESTMENT IN MULIA METAL AT MAS SHOP JAWA KARTASURA (CV SURYA JAYA ABADI), 2023.

This research was conducted because many customers were interested or asked about the benefits of investing in precious metals, which was one of the backgrounds in this research. This study aims to determine the effect of investment motivation, product promotion and risk perception on investment interest in precious metals at Toko Mas Jawa Kartasura (CV Surya Jaya Abadi).

The object of this research is customers who are interested in investing or who have already bought precious metals at the Jawa Kartasura Gold Shop. Obtain sample data by distributing questionnaires online (primary data) using the Google form. The population is unknown regarding the number of customers here, so the research sample is 100 respondents based on considerations from the Roscoe formula. The method used is nonprobability sampling with purposive sampling technique. Data analysis used data instrument test, classic assumption test, multiple linear regression analysis and hypothesis testing. Data processing in this study uses IBM SPSS Statistics 26.

The results of this study indicate that investment motivation has no significant effect on investment intention, product promotion has a significant effect on investment intention and perceived risk has a significant effect on investment intention.

Keywords: Investment Motivation, Product Promotion, Perceived Risk and Investment Interest.

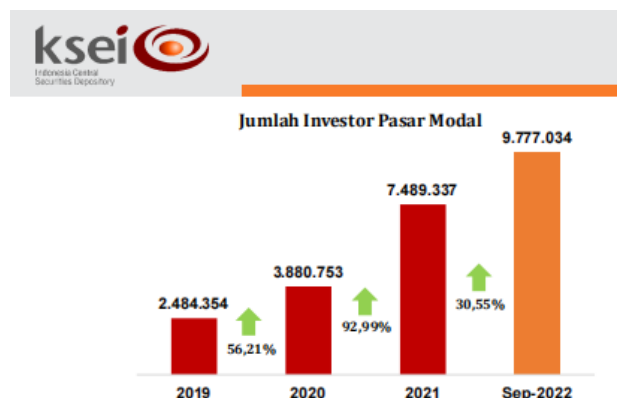
BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Era perkembangan ekonomi yang begitu pesat memberi banyak kemudahan dalam dunia bisnis dan berinvestasi. Terutama perkembangan ekonomi melalui teknologi media sosial. Banyak sekali perusahaan yang memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan produk yang dijual perusahaan. Masyarakat mudah mencari informasi mengenai investasi yang baik dan tepat di media sosial. Sehingga itu yang membuat masyarakat yang memiliki kelebihan dana akan memanfaatkan lebih dana yang mereka memiliki untuk melakukan suatu investasi (Jerry Anggriawan, 2016). Diperlukan pemikiran dan keseimbangan yang tepat dari kelebihan dana yang dimiliki untuk pengelolaan investasi. Karena, investasi menjadi salah satu instrumen pembangunan yang dibutuhkan oleh suatu bangsa untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat maupun bangsa Indonesia (Amy Mastura, 2020).

Fenomena fluktuasi investasi dari investor akhir-akhir ini menguasai penjualan di pasar modal Indonesia. Peneliti mengambil data dari KSEI Indonesia mengenai jumlah investor pasar modal Indonesia yang mengalami peningkatan yang signifikan dari tahun ke tahun, berikut grafik data dari KSEI Tahun 2019 sampai dengan September 2022.



Gambar 1. Grafik Data Investor KSEI 2019-September 2022

Sumber : KSEI Indonesia Central Securities Depository, 2022

Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa jumlah investor pasar modal yang ada di KSEI Indonesia tahun 2019 jumlah investor 2.484.354. Di tahun 2020 jumlah investor 3.880.753 naik 56,21% dari tahun 2019. Sedangkan tahun 2021 jumlah investor 7.489.337 naik 92,99% dari tahun 2020. Dan yang terakhir pada September tahun 2022 jumlah investor 9.777.034 naik 30,55% dari tahun 2021 yang lalu. Hal ini membuktikan bahwa jumlah investor pada pasar modal selalu mengalami peningkatan di setiap tahunnya.

Emas merupakan benda berharga yang mempunyai nilai jual tinggi bahkan dijadikan sebagai alat tukar dalam transaksi jual beli, sama halnya seperti uang (Sinta Jasiska, 2022). Investasi emas diminati oleh semua kalangan untuk kebutuhan dimasa yang akan datang atau bisa sebagai tabungan. Emas merupakan investasi jangka panjang yang memiliki prospek imbal hasil yang menarik. Terdapat sepuluh keuntungan berinvestasi emas adalah sebagai berikut (ocbc nisp, 2022) : Bisa dimulai dengan modal kecil, bebas pajak dan bunga, dapat dibeli secara online, risiko rendah, bisa menjadi jaminan, mudah di cairkan, nilai cenderung stabil, dapat sebagai diversifikasi investasi, memiliki banyak pilihan model, dan mempertahankan kekayaan. Berdasarkan hal tersebut, emas menjadi investasi jangka panjang yang aman dan menguntungkan.

Menurut hasil survei Zigi.id bersama Katadata Insight Center (KIC), mayoritas atau 66,7% responden menilai penting untuk memiliki investasi. Survei tersebut merinci jenis investasi yang paling banyak diminati reponden. KIC melakukan survei terhadap 5.204 responden berusia 15 tahun yang mengakses internet di Indonesia. Survei ini dilaksanakan pada 6-12 September 2021 yang menggunakan metode online survei (<https://databoks.katadata.co.id>, 2022). Berikut hasil dari survei KIC mengenai jenis investasi yang paling banyak diminati masyarakat.

Tabel 1. Jenis Investasi Yang Paling Banyak Diminati Masyarakat

Jenis Investasi	Presentase
Emas	58,5
Tanah	56,7
Properti	41,7
Bisnis/Usaha	31,3
Hewan Ternak	17,6
Pasar Modal/Saham	14,5
Deposito Bank	11,2
Cryptocurrency	7,8
Barang-barang Hobi	7,3
Reksadana	7,2
Forex Trading	5,7
Asuransi	4,6
Pohon (Jati; Rotan; dll)	2,5
Obligasi	0,8
Peer to Peer Lending	0,5
Lainnya	0,6

Sumber : Katadata Insight Centar (KIC),Zigi.id,Januari 2022

Hasilnya, emas menjadi pilihan investasi yang paling banyak diminati berdasarkan jawaban dari 58,5% responden. Selain emas, masyarakat juga menjadikan tanah sebagai jenis investasi favorit. Sebanyak 56,7% responden memilih investasi dalam bentuk tanah. Lalu 41,7% responden berminat untuk berinvestasi dalam bentuk properti, seperti rumah/apartemen/ ruko. Selanjutnya 31,3% responden berminat untuk investasi bisnis/usaha seperti online shop, usaha baju, dan lain-lain. Hewan ternak juga menjadi pilihan investasi yang diminati masyarakat dengan jawaban 17,6% responden. Investasi pasar modal/saham juga mulai dilirik oleh masyarakat. Sebanyak 14,5% responden mengaku berminat untuk investasi di instrumen tersebut. Kemudian, investasi pada deposito bank diminati oleh 11,2% responden. Sementara *Cryptocurrency* seperti bitcoin hanya diminati oleh 7,8% responden. Sedangkan barang-barang hobi 7,3% responden. Investasi reksadana diminati 7,2% responden. Forex trading diminati 5,7% responden. Asuransi sedikit peminatnya yaitu 4,6% responden. Peminat pohon seperti jati, rotan dll hanya 2,5% responden. Obligasi

0,8% responden yang berminat investasi jenis ini. *Eer to peer lending* paling sedikit yaitu 0,5% responden dan yang lainnya hanya 0,6% responden.

Harga emas mengalami perubahan setiap tahunnya, (<https://goldprice.org/>) menjelaskan bahwa harga emas 20 tahun terakhir mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Berikut grafik mengenai harga emas dari Goldprice.



Gambar 2. Grafik Harga Emas 2003-Januari 2023

Sumber :Goldprice, 2023

Berdasarkan gambar diatas menjelaskan harga emas dari tahun 2003 sampai dengan Januari 2023 mengalami kenaikan, yakni harga Rp100.000/gr-Rp950.00/gr keatas. Hal ini yang membuat investasi emas semakin meningkat. Emas sendiri mempunyai banyak bentuk seperti dinar, logam mulia, dan perhiasan. Penulis memilih bentuk investasi logam mulia berdasarkan manfaat jangka panjang yang aman dan menguntungkan. Harga dapat menjadi salah satu aspek utama dalam berinvestasi, hal itu didukung dari Kontan.co.id, Wahyu Tribowo Laksono (2020) yang merupakan Analisis Central Capital Futures memperkirakan bahwa harga emas 24karat di tahun berikutnya akan berada di level Rp1.000.000 per gram. Sedangkan untuk harga emas fisik diperkirakan berada diposisi harga Rp1.100.000/gr hingga harga Rp1.200.000/gr ditahun 2022.

Penelitian ini berfokus pada minat investasi logam mulia pada toko mas jawa kartasura. Logam mulia yang dijual memiliki berbagai macam produk yang menarik *customer* yakni Logam Mulia Antam, Logam Mulia Hartadinata, Logam Mulia UBS, Logam Mulia Jawa Gold, dan Logam Mulia Lotus Archi. Variasi harga yang setiap hari *update* baik harga pembelian maupun harga penjualan yang dapat dicek melalui akun media sosial semua cabang toko mas jawa. Untuk berat gram produk logam mulia yang dijual ditoko juga bervariasi yaitu berat terkecil 0,1gram sampai 100gram dengan kemasan *gift series* yang unik dan berbeda-beda. Motivasi investasi akan muncul karena masyarakat yang memiliki minat dalam berinvestasi logam mulia. Motivasi yang muncul bisa berupa dorongan yang kuat ketika melakukan investasi, seperti halnya informasi logam mulia dapat disimpan jangka panjang atau bisa disebut dengan tabungan di masa yang akan datang. Dengan adanya promosi produk dari toko melalui media sosial, maupun secara langsung dari penjelasan sales saat melayani pembeli yang memberikan informasi untuk menambah tingkat keyakinan dan mengalahkan rasa keraguan serta ketakutan akan ditipu ketika melakukan investasi produk logam mulia. Media sosial yang digunakan untuk pemasaran barang ditoko yaitu Shopee, Tokopedia, Whatsapp, Instagram, Facebook dan TiktokShop. Toko Mas Jawa memiliki 15 cabang yang tersebar di wilayah Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta sehingga mempermudah pelanggan untuk membeli atau menjual barang dari toko mas jawa grup. Namun pembeli harus paham atas persepsi risiko keuntungan atau kerugian yang akan datang dari investasi logam mulia ini. Investasi logam mulia untung jika disimpan jangka panjang yakni lebih dari 4-5 tahun.

Penelitian yang dilakukan oleh Riana et al. (2019) menunjukkan bahwa variabel promosi berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah investasi dan variabel motivasi berpengaruh signifikan terhadap variabel minat nasabah investasi. Penelitian yang dilakukan oleh Mastura et al. (2020) menunjukkan bahwa motivasi investasi berpengaruh positif signifikan terhadap variabel minat investasi. Penelitian yang dilakukan Prasetyo et al. (2022) menunjukkan bahwa variabel risiko investasi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat

investasi, sedangkan variabel motivasi investasi berpengaruh signifikan terhadap minat investasi. Penelitian yang dilakukan oleh Lailina et al. (2022) menunjukkan bahwa variabel persepsi risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berinvestasi dan variabel motivasi investasi berpengaruh positif signifikan terhadap minat berinvestasi.

Berdasarkan uraian diatas penulis tertarik untuk mengetahui apakah variabel yang penulis angkat dalam judul berpengaruh terhadap minat investasi logam mulia di toko dengan pandangan sales yang berjudul “PENGARUH MOTIVASI INVESTASI, PROMOSI PRODUK, DAN PERSEPSI RISIKO TERHADAP MINAT INVESTASI LOGAM MULIA PADA TOKO MAS JAWA KARTASURA (CV SURYA JAYA ABADI)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh motivasi investasi terhadap minat investasi logam mulia pada toko mas jawa kartasura?
2. Bagaimana pengaruh promosi produk terhadap minat investasi logam mulia pada toko mas jawa kartasura?
3. Bagaimana pengaruh persepsi risiko terhadap minat investasi logam mulia pada toko mas jawa kartasura?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh motivasi investasi terhadap minat investasi logam mulia pada toko mas jawa kartasura.
2. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh promosi produk terhadap minat investasi logam mulia pada toko mas jawa kartasura.
3. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh persepsi risiko terhadap minat investasi logam mulia pada toko mas jawa kartasura.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat yang baik secara teoritis maupun praktis, diantaranya :

1. Manfaat teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menyumbangkan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan wawasan serta memberikan masukan yang positif untuk pengembangan mengenai investasi logam mulia sekarang ini dan dimasa yang akan datang. Memberikan edukasi mengenai motivasi investasi, promosi produk dan persepsi risiko terhadap minat investasi logam mulia pada toko emas jawa kartasura baik mengenai fisik barang dan harga pembelian serta penjualan yang ada di Toko Mas Jawa Kartasura melalui komunikasi yang baik, sopan dan terarah terhadap pembeli.

2. Manfaat praktis

a. Bagi Peneliti

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan wawasan ilmu pemasaran investasi, pemahaman teori serta memberikan pengalaman yang terkesan bagi peneliti mengenai pengaruh motivasi investasi, promosi produk dan persepsi risiko terhadap minat investasi logam mulia pada toko emas jawa kartasura. Sehingga peneliti dapat mengembangkan potensi yang dimiliki dengan baik mengenai pekerjaan sebagai sales pemasaran dan apakah dari teori-teori variabel tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat investasi.

b. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi Toko Mas Jawa Kartasura sebagai salah satu cabang dari perusahaan CV Surya Jaya Abadi dan tempat penelitian, dalam rangka meningkatkan profit penjualan dari pengaruh motivasi investasi, promosi produk dan persepsi risiko terhadap minat investasi logam mulia pada Toko Mas Jawa Kartasura sehingga pembeli semakin banyak

yang berdatangan untuk membeli dan memberikan kepercayaan berinvestasi di Toko Mas Jawa Kartasura.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi peneliti selanjutnya serta menambah referensi dan sebagai bahan kajian dalam ilmu pengetahuan tentang bagaimana cara meningkatkan pemahaman pembeli khususnya mengenai motivasi investasi, promosi produk dan persepsi risiko terhadap minat investasi logam mulia secara optimal.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Motivasi Investasi

Motivasi sebagai proses individu untuk mengenal dan memenuhi kebutuhannya. Menurut Mastura (2020) Motivasi investasi merupakan perilaku seseorang yang mendorong dan berkeinginan dalam hal-hal yang berhubungan dengan investasi. Menurut Isticharoh & Kardoyo (2020) terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi motivasi investasi yaitu faktor internal atau motivasi yang berasal dari dalam diri dikarenakan kebutuhan (*need*), harapan (*expectancy*) dan keinginan berinvestasi, sedangkan faktor eksternal seperti dilingkungan keluarga, lingkungan teman dan lingkungan belajar/kampus.

Menurut Mulyono (2022) motivasi investasi adalah keinginan seseorang untuk melakukan aktivitas investasi dengan harapan memperoleh keuntungan dari aktivitas tersebut. Ketika seseorang memiliki keinginan atau tujuan yang hendak dicapai, maka akan muncul aktivitas untuk melakukan tindakan yang dapat mewujudkan harapan tersebut. Sama halnya dengan investasi yaitu untuk mendapatkan keuntungan dengan mengorbankan dari sejumlah dana diawal untuk membeli.

Indikator yang digunakan untuk mengukur tingkat motivasi investasi menurut Nur Aini et al. (2019) diantaranya:

- a. Adanya perubahan yang berkaitan dengan jiwa dan gerakan seseorang.
- b. Adanya perubahan mengenai tingkah laku seseorang.
- c. Penyusunan rencana investasi.
- d. Niat berinvestasi.
- e. Tekad berinvestasi.

2. Promosi Produk

Menurut Kotler dan Armstrong dalam Dewi (2022:8) promosi merupakan kegiatan dalam upaya menyampaikan manfaat produk dan membujuk pelanggan untuk membeli produk yang ditawarkan. Keberhasilan dari program pemasaran merupakan upaya dari faktor promosi. Jika konsumen belum pernah mendengar atau mengetahui produk yang ditawarkan perusahaan dan juga manfaat yang akan diterima oleh konsumen, maka konsumen tidak akan pernah membeli produk yang ditawarkan. Sehingga sebagai penjual atau sales harus memperkenalkan barang perusahaan kepada konsumen. Sedangkan menurut Suryana dalam Rismanto (2022:20) promosi produk adalah cara mengkomunikasikan barang dan jasa yang akan ditawarkan agar konsumen dapat mengenal dan kemudian membelinya

Tujuan utama dari promosi yakni menginformasikan, membujuk .mempengaruhi serta mengingatkan konsumen mengenai perusahaan dan produknya dan memberikan kepuasan kepada konsumen. Menurut Hurriyati dalam Fathanul (2022:13) ketiga promosi tersebut dijabarkan lebih rinci sebagai berikut :

- a. Menginformasikan (*informing*) yaitu menginformasikan kepada pasar mengenai keberadaan produk baru, meluruskan kesan yang keliru, mengurangi ketakutan serta kekhawatiran pembeli mengenai produk tersebut, dan juga membangun citra perusahaan.
- b. Membujuk konsumen sasaran (*persuading*) untuk mengalihkan pilihan membeli produk yang ditawarkan perusahaan, mengubah persepsi pembeli mengenai atribut produk, mendorong pembeli untuk mempunyai niat untuk membeli produk tersebut.
- c. Mengingatn (*reminding*) terdiri atas mengingatkan pembeli mengenai tempat yang menjual produk perusahaan, mengingatkan pembeli bahwa produk tersebut dibutuhkan dalam

waktu dekat, dan menjaga agar ingatan pertama pembeli untuk jatuh pada produk perusahaan.

Indikator promosi menurut Kotler dan Armstrong dalam Fathanul (2022:17) yaitu :

- a. Periklanan, merupakan bentuk saluran promosi nonpribadi dengan menggunakan berbagai media untuk merangsang pembeli.
- b. Promosi penjualan, merupakan salah satu upaya perusahaan untuk mendorong pembelian atau penjualan produk salah satunya dengan cara memberi potongan harga.
- c. Hubungan masyarakat, merupakan upaya perusahaan untuk mempromosikan atau melindungi citra perusahaan atau produk dengan berbagai program yang telah dirancang oleh perusahaan.

3. Persepsi Risiko

Didunia ini terdapat yang namanya ketidakpastian, setiap orang tidak tahu bagaimana ketidakpastian itu datang. Ketidakpastian tersebut memunculkan risiko yang dapat merugikan pihak yang terlibat. Baik dalam kehidupan sehari-hari, maupun dunia bisnis ketidakpastian yang diiringi risiko menjadi sesuatu yang tidak dapat diabaikan. Investor pemula tentu harus mengetahui dan menerima risiko yang dapat timbul dari investasi yang dipilih (Asari et al. 2022). Oleh karena itu, pada proses pengambilan keputusan dalam berinvestasi logam mulia, investor juga harus mempertimbangkan bahwa tidak hanya keuntungan yang akan diperoleh, namun juga wajib memperhitungkan besar kecilnya risiko yang akan terjadi. Karena logam mulia baik disimpan dalam jangka waktu yang panjang.

Persepsi risiko merupakan penilaian yang dilakukan seseorang terkait suatu risiko pada kondisi tertentu. Dilihat dari karakteristik serta keadaan orang tersebut (Pradikasari et al. 2018). Menurut Manan dalam Lailina (2022:38) melakukan investasi terdapat beberapa risiko dalam

investasi yaitu risiko keuangan (*financial risk*) yaitu perusahaan tidak mampu untuk memenuhi deviden yang wajib diberikan kepada investor, risiko pasar (*market risk*) akibat tidak stabilnya harga pasar akibat inflasi dalam perekonomian dunia dan risiko psikologis (*psychology risk*) dalam menghadapi perusahaan harga pasar.

Indikator untuk mengukur persepsi risiko menurut Asyhar (2020) diantaranya risiko kinerja, risiko keuangan, risiko fisik, risiko sosial, risiko psikologi dan risiko waktu.

- a. Risiko kinerja, menunjukkan ketidakpastian terkait produk atau jasa yang diberikan sesuai dengan harapan.
- b. Risiko keuangan merupakan risiko yang berhubungan dengan ketidaksesuaian pemilihan alokasi investasi antara harga dengan keuntungan yang didapat.
- c. Risiko fisik yaitu rekening tabungan emas dapat berpotensi hilang apabila tidak disimpan dengan aman.
- d. Risiko sosial berupa fluktuasi harga emas.
- e. Risiko psikologi, merupakan tingkat kesesuaian antara harapan seseorang dengan keuntungan berinvestasi.
- f. Risiko waktu yaitu seberapa banyak waktu yang digunakan untuk *monitoring* harga emas.

4. Minat Investasi

Menurut Malik dalam Prasetyo (2022) minat merupakan keinginan pada diri seseorang untuk menyukai suatu objek atau benda, cara yang tepat untuk mengetahui minat seseorang adalah dengan bertanya secara tertulis maupun nontulis. Minat bisa disebut dengan sifat yang menetap pada diri seseorang ketika melihat sesuatu hal yang dikatakan itu baik untuk masadepan. Menurut Agestina (2020) Minat investasi adalah ketertarikan dalam mempelajari investasi beserta jenisnya, kelebihan, kekurangan serta proses investasi dan lain-lain. Ciri-ciri orang yang berminat untuk investasi dapat diketahui dengan seberapa berusahanya

mereka mencari informasi tentang suatu jenis investasi, mempelajari kemudian membeli produk yang di inginkan. Karena, semakin besar seseorang tertarik dalam berinvestasi, maka minat individu semakin tinggi. Hal ini senada dengan pendapat Pajar dan Pustikaningsih (2017) bahwa minat investasi adalah keinginan seseorang dalam mempelajari investasi dan mempraktikkannya.

Menurut Susanti et al. (2018) minat investasi dibagi tiga indikator, yaitu:

- a. Dorongan dari dalam diri seseorang, misal adanya rasa ingin tahu terhadap investasi.
- b. Motif sosial, faktor yang dapat memberikan rasa kepada seseorang untuk melakukan aktivitas tertentu.
- c. Emosional, perasaan atau reaksi yang ditunjukkan kepada seseorang atau sesuatu, seperti bahagia atau sedih.

B. Penelitian Terdahulu

Hasil- hasil penelitian yang terdahulu relevan dengan yang akan dilakukan.

Tabel 3. Penelitian Terdahulu

No	Penulis dan Tahun	Judul	Alat Analisis	Hasil
1.	Desi Maida Riana (2019)	Pengaruh Promosi Dan Motivasi Terhadap Minat Nasabah Pada Produk Murabahah Logam Mulia Investasi Abadi (Mulia) (Studi Pada Pegadaian Syariah UPS Pasar Tamin Bandar Lampung)	Alat analisis menggunakan analisis regresi linier berganda.	Hasil uji ini menunjukkan bahwa variabel promosi berpengaruh terhadap variabel minat nasabah, dan motivasi berpengaruh signifikan terhadap variabel minat nasabah, sehingga dapat disimpulkan promosi dan motivasi berpengaruh secara simultan terhadap minat nasabah.
2.	Nur Aini, Maslichah, Junaidi (2019)	Pengaruh Pengetahuan Dan Pemahaman Investasi, Modal Minimum Investasi,	Alat analisis menggunakan analisis regresi linier berganda.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pengetahuan dan pemahaman investasi, modal minimal investasi,

		Return, Risiko Dan Motivasi Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi Di Pasar Modal (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Kota Malang)		return, risiko, motivasi investasi berpengaruh secara simultan terhadap tingginya minat yang dimiliki untuk melakukan investasi di pasar modal.
3.	Guspia Ningsih, Muhammad Dayan, Nurjanah (2019)	Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan dan Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Berinvestasi Logam Mulia Di Pegadaian Syariah Langsa Barat	Alat analisis menggunakan analisis regresi berganda.	Berdasarkan uji hipotesis menunjukkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan promosi terhadap minat masyarakat berinvestasi logam mulia, terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap minat masyarakat berinvestasi logam mulia dan terhadap pengaruh positif dan signifikan pengetahuan terhadap minat masyarakat berinvestasi logam mulia.
4.	Amy Mastura, Sri Nuringwahyu, Daris Zunaida (2020)	Pengaruh Motivasi Investasi, Pengetahuan Investasi Dan Teknologi Informasi Terhadap Minat Berinvestasi Di Pasar Modal	Alat analisis menggunakan analisis regresi linier berganda.	Hasil menunjukkan terdapat pengaruh signifikan positif antara variabel motivasi investasi terhadap minat berinvestasi. Variabel pengetahuan investasi berpengaruh signifikan terhadap minat investasi.
5.	Nurul Izzati Agestina, Moh Amin, Siti Aminah, Anwar (2020)	Analisis Pengaruh Modal Minimal, Pemahaman Investasi dan Teknologi Informasi Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi di Pasar	Alat analisis menggunakan analisis regresi linier berganda	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel modal minimal, pemahaman investasi dan teknologi informasi memiliki pengaruh secara simultan pada minat investasi mahasiswa.

		Modal di Tinjau dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang)		
6.	Firdariani Nabilah, Hartutik Tutik (2020)	Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas Dan Motivasi Investasi Terhadap Minat Berinvestasi Pasar Modal Syariah Pada Komunitas Investor Saham Pemula	Alat analisis menggunakan analisis regresi linier berganda	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat berinvestasi, motivasi secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berinvestasi pasar modal syariah.
7.	Adzkya Dzulda Alfaraug, Deni Kamaludin Yusuf (2020)	Pengaruh Pengetahuan Pasar Modal Syariah Dan Motivasi Investasi Terhadap Minat Investasi Kaum Milenial Garut Di Pasar Modal Syariah	Alat analisis menggunakan analisis regresi linier berganda	Hasil penelitian yang didapatkan adalah pengetahuan pasar modal berpengaruh signifikan terhadap minat investasi, sedangkan motivasi investasi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat investasi kaum milenial Garut Di Pasar Modal Syariah.
8.	Burhanudin, Aisyah Hidayati Siti, Mandala Putra Sri Bintang (2021)	Pengaruh Pengetahuan Investasi, Manfaat Investasi, Motivasi Investasi, Modal Minimal Investasi dan Retrun Investasi Terhadap Minat Investasi Dipasar Modal (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mataram)	Alat analisis menggunakan analisis regresi linier berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa koefisien pengetahuan investasi, motivasi investasi dan modal minimal investasi bernilai positif tetapi tidak berpengaruh secara signifikan, variabel lain seperti manfaat investasi dan return investasi memiliki pengaruh positif dan signifikan.

9.	Putri Sheilla Yunia, Renza Khanifiana, Cita Nur Faizah (2021)	Pengaruh Motivasi, Pengetahuan Dan Preferensi Risiko Investasi Terhadap Minat Investasi Saham Syariah Mahasiswa FEBI IAIN Pekalongan Di Pasar Modal Syariah	Alat analisis menggunakan analisis regresi linier berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi investasi tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel minat investasi, variabel pengetahuan investasi berpengaruh signifikan terhadap variabel minat investasi saham syariah dan variabel preferensi risiko investasi berpengaruh signifikan terhadap variabel minat investasi saham syariah.
10.	Imam Ya'muri Nasution, Irma Siagian, Irsyad Lubis (2022)	Pengaruh Pengetahuan Investasi, Modal Minimal Investasi Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal Pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Angkatan 2016 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan	Alat analisis menggunakan analisis regresi linier berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara pengetahuan investasi, modal investasi dan persepsi risiko terhadap minat investasi di pasar modal pada mahasiswa prodi pendidikan ekonomi angkatan 2016 universitas negeri medan.
11.	Gina Alamiah, Sakura, Wiwid Handari Adji (2022)	Pengaruh Promosi dan Fluktuasi Harga Emas terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah Pasar Produk Murabahah Logam Mulia Untuk Investasi Abadi (Mulia) di PT Pegadaian Cabang Cikudapateuh Kota Bandung	Alat analisis menggunakan analisis regresi linier berganda.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel promosi berpengaruh signifikan terhadap peningkatan jumlah nasabah, sedangkan variabel fluktuasi harga emas tidak berpengaruh signifikan terhadap peningkatan jumlah nasabah secara parsial.

12.	Moh. Joko Prasetyo, Deny Yudiantoro, Amalia Nuril Hidayati (2022)	Pengaruh Pengetahuan Investasi, Risiko Investasi, Dan Motivasi Investasi Terhadap Minat Berinvestasi Pada Pasar Modal Syariah	Alat analisis menggunakan analisis regresi linier berganda	Hasil penelitian diketahui jika variabel pengetahuan memiliki pengaruh pada minat berinvestasi mahasiswa dipasar modal syariah. Variabel risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap minat investasi dan variabel motivasi investasi berpengaruh terhadap minat investasi pada mahasiswa.
13.	Nur Ainiyah, Rachma Indrarini (2022)	Pengaruh Motivasi Investasi Dan Kemajuan Teknologi Terhadap Minat Berinvestasi Di Reksadana Syariah Pada Generasi Z Kota Surabaya	Alat analisis menggunakan analisis regresi linier berganda	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa motivasi investasi secara parsial berpengaruh terhadap minat investasi dan kemajuan teknologi secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat investasi. Dan secara simultan motivasi investasi dan kemajuan teknologi berpengaruh terhadap minat berinvestasi direksadana syariah pada generasi Z kota Surabaya.
14.	Adnan Abdul Khobir, Ronny Malavia Mardani, Eris Dianawati (2022)	Pengaruh Pengetahuan Investasi, Motivasi Investasi Dan Teknologi Informasi Pada Minat Berinvestasi Saham Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Mahasiswa Feb Unisma)	Alat analisis menggunakan analisis regresi linier berganda	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan investasi, motivasi investasi dan teknologi informasi berpengaruh secara simultan pada minat berinvestasi saham mahasiswa prodi manajemen FEB UNISMA.

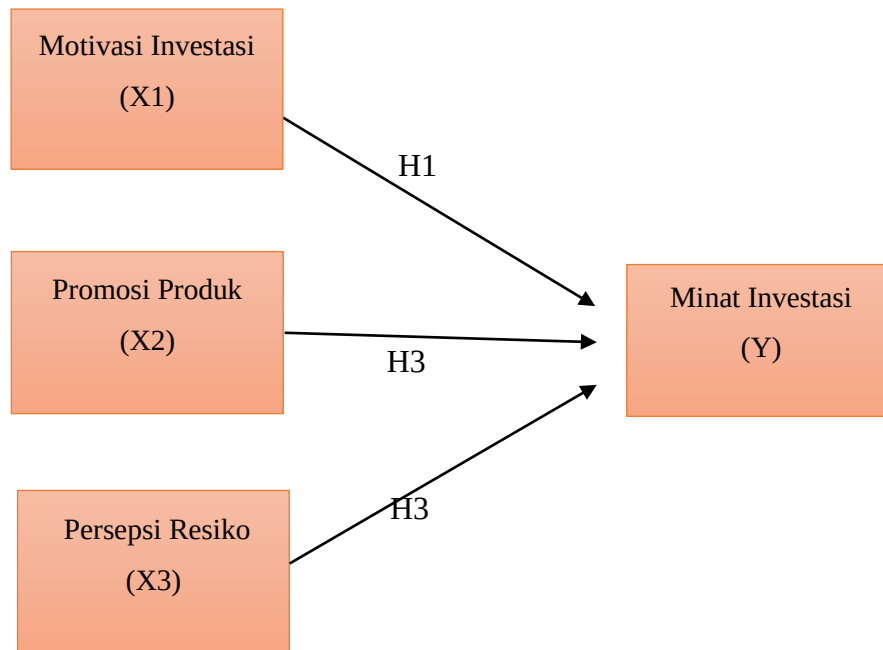
15.	Nuratiran Lailina, Noor Shodiq Askandar, Junaidi (2022)	Pengaruh <i>Financial, Literacy</i> , Persepsi Risiko Dan Motivasi Investasi Terhadap Minat Berinvestasi Tabungan Emas Di Pegadaian (Studi Pada Mahasiswa Unisma, Politeknik Negeri Malang Dan Universitas Negeri Malang)	Alat analisis menggunakan analisis regresi linier berganda	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa <i>financial, literacy</i> , persepsi risiko dan motivasi investasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat berinvestasi tabungan emas di pegadaian.
16.	Aprianti Eka Lestari, Eni Indriani, Nungki Kartikasari (2022)	Pengaruh Literasi Keuangan, Return, Persepsi Risiko, Gender Dan Kemajuan Teknologi Terhadap Minat Investasi Mahasiswa	Alat analisis menggunakan analisis regresi linier berganda	Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara literasi keuangan, return, persepsi risiko dan kemajuan teknologi terhadap minat investasi mahasiswa. sedangkan untuk gender menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap minat investasi mahasiswa.
17.	Kelly Kelly, Ary Satria Pamungkas (2022)	Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Risiko dan Efikasi Keuangan Terhadap Minat Investasi Saham	Alat analisis menggunakan analisis regresi linier berganda	Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif atau signifikan antara literasi keuangan dan efikasi keuangan terhadap minat investasi. Sedangkan untuk persepsi risiko menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap minat investasi saham.

18.	Muhammad Arifullah (2022)	Pengaruh Promosi, Pengetahuan Investasi Dan Motivasi Investasi Terhadap Minat Investasi (Studi Kasus Pada Nasabah ATG 5.0)	Alat analisis menggunakan analisis regresi linier berganda	Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa variabel promosi, pengetahuan investasi dan motivasi investasi berpengaruh positif signifikan terhadap minat investasi.
19.	M. Nazori Madjid, Refky Fielnanda, Bela Sesarwati (2023)	Pengaruh Fluktuasi Harga Emas Dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Pada Produk Tabungan Emas Di Pegadaian Syariah Jelutung	Alat analisis menggunakan analisis regresi linier berganda	Hasil dari penelitian ini adalah secara parsial terdapat pengaruh positif atau signifikan antara fluktuasi harga dan promosi terhadap minat nasabah pada produk tabungan emas.
20.	Kresensia Aprilia Sagun Langodai, Luh Diah Citra Resmi Cahyadi, Ni Luh Putu Sri Purnama (2023)	Pengaruh Motivasi Investasi dan Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Investasi di Pasar Modal Pada Mahasiswa di Kecamatan Kuta Utara	Alat analisis menggunakan analisis regresi linier berganda	Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa motivasi investasi dan pengetahuan investasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi dipasar modal.

Sumber: *Data Sekunder Diolah, 2022*

Adapun persamaan penelitian yang penulis gunakan dengan kajian terdahulu ialah tentang variabel X, seperti motivasi investasi, promosi produk dan persepsi risiko, lalu mengenai metode penelitian menggunakan metode linier berganda atau kuantitatif. Kemudian variabel Y yang ada pada kajian terdahulu sama dengan penelitian yang penulis gunakan yaitu minat investasi. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan kajian terdahulu ialah pada tempat penelitian dan waktu penelitian.

C. Kerangka Pikir



Gambar 3. Kerangka Pikir

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Berdasarkan gambar diatas terdapat dua variabel yaitu variabel dependen dan variabel independen.

1. Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang menjadi faktor yang berlaku dalam investigasi. Menurut Sugiyono (2022:39) variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel dependen dari penelitian ini adalah Minat Investasi (Y).

2. Variabel Independen

Menurut Sugiyono (2022:39) variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel ini juga bisa disebut sebagai variabel pendorong atau penyebab terjadinya variabel lainnya. Variabel independen dari penelitian ini adalah Motivasi Investasi (X1), Promosi Produk (X2) dan Persepsi Risiko (X3).

D. Hipotesis Penelitian

Menurut Sugiyono (2022:63) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Hipotesis juga bisa diartikan sebagai suatu jawaban sementara yang masih harus dibuktikan kebenarannya melalui serangkaian pengujian.

1. Pengaruh motivasi investasi (X_1) terhadap minat investasi (Y)

Orang yang telah memenuhi kebutuhan dasarnya, maka kelebihan dana selanjutnya akan memotivasinya melakukan investasi. Mastura et al. (2020) melakukan penelitian di pasar modal studi kasus pada mahasiswa Unisma yang sudah menempuh mata kuliah mengenai investasi di Malang Provinsi Jawa Timur. Penelitian ini menunjukkan bahwa motivasi investasi berpengaruh signifikan terhadap minat investasi di pasar modal. Selaras dengan hasil penelitian dari Khobir et al. (2022) yang menunjukkan bahwa motivasi berinvestasi berpengaruh signifikan terhadap minat berinvestasi.

Penelitian ini juga didukung oleh penelitian dari Lailina et al. (2022) yang melakukan penelitian pada emas di Pegadaian Malang Provinsi Jawa Timur. Berdasarkan hasil uji t diperoleh nilai t hitung variabel bebas yaitu motivasi investasi lebih besar dibanding nilai t tabel. Dengan demikian, hipotesis penelitian diterima, yaitu motivasi investasi secara parsial mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi tabungan emas dipegadaian Malang. Berdasarkan hal tersebut dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut,

H_1 : Motivasi investasi berpengaruh terhadap minat investasi logam mulia pada Toko Mas Jawa Kartasura.

2. Pengaruh promosi produk (X_2) terhadap minat investasi (Y)

Mempromosikan produk atau barang yang dijual merupakan hal yang sangat penting dalam bisnis untuk meningkatkan penjualan dan pendapatan. Dengan cara memberitahukan atau menawarkan barang kepada konsumen termasuk upaya dalam melakukan promosi produk. Ningsih et al. (2019) melakukan penelitian pada Pegadaian Syariah Langsa Barat di Provinsi Aceh. Penelitian ini menunjukkan secara parsial bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap minat investasi logam mulia.

Penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan Alamiah et al. (2022) yang melakukan penelitian pada PT Pegadaian cabang Cikudapateuh Kota Bandung. Penelitian ini menunjukkan variabel promosi memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan jumlah nasabah investasi logam mulia. Berdasarkan hal tersebut dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut,

H_2 : Promosi produk berpengaruh terhadap minat investasi logam mulia pada Toko Mas Jawa Kartasura.

3. Pengaruh persepsi risiko (X_3) terhadap minat investasi (Y)

Persepsi risiko menurut Puspitasari (2018) merupakan penelitian terhadap kemungkinan akan sesuatu yang berisiko. Persepsi risiko dapat menjadi pertimbangan dalam mengambil keputusan dalam berinvestasi, supaya risiko yang terjadi dapat berkurang. Penelitian yang dilakukan oleh Kelly et al. (2022) menunjukkan bahwa persepsi risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap minat investasi.

Sedangkan hasil dari Rofiatin (2022) melakukan penelitian pada PT Pegadaian cabang Kartasura Provinsi Jawa Tengah. Penelitian ini menunjukkan secara parsial persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi. Selaras dengan penelitian yang dilakukan

oleh Lestari et al. (2022) bahwa persepsi risiko berpengaruh secara signifikan terhadap minat investasi mahasiswa.

Penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Lailina et al. (2022) yang melakukan penelitian tabungan emas pada Pegadaian di Malang. Penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap minat berinvestasi tabungan emas di pegadaian. Berdasarkan hal tersebut dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut,

H₃ : Persepsi risiko berpengaruh terhadap minat investasi logam mulia pada Toko Mas Jawa Kartasura.

BAB V

PENUTUP

1. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan tentang motivasi investasi, promosi produk dan persepsi risiko terhadap minat investasi logam mulia pada Toko Mas Jawa Kartasura (CV Surya Jaya Abadi). Maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1) Motivasi investasi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat investasi logam mulia pada Toko Mas Jawa Kartasura.
- 2) Promosi produk berpengaruh signifikan terhadap minat investasi logam mulia pada Toko Mas Jawa Kartasura.
- 3) Persepsi Risiko berpengaruh signifikan terhadap minat investasi logam mulia pada Toko Mas Jawa Kartasura.

2. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan, peneliti memberikan sebagai berikut:

- 1) Melihat pada variabel motivasi investasi, saran dari peneliti yaitu toko senantiasa untuk memberikan informasi yang mengenai manfaat dan keuntungan logam mulia kepada *customer* yang bertanya tentang investasi jangka panjang yang baik digunakan melalui sales atau media sosial, sehingga dapat menimbulkan motivasi investasi yang tinggi dan investasi logam mulia mengalami peningkatan.
- 2) Berkaitan dengan promosi produk yang sudah dilakukan baik secara langsung dan di media sosial. Sales toko sebaiknya lebih sering mempromosikan dan memperlihatkan produk logam mulia kepada *customer*, sehingga *customer* lebih tertarik dengan melihatnya secara langsung. Atau disediakan brosur yang ditempel maupun dibagikan kepada *customer* bahwa toko menjual berbagai jenis emas.

- 3) Peneliti selanjutnya diharapkan menambah dan mengembangkan variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini, seperti: perkembangan produk, bauran pemasaran, *digital service*, dan literasi keuangan.

3. Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari bahwa terdapat keterbatasan yang membuat proses penelitian ini cukup menyita waktu, adapun beberapa keterbatasan dalam penelitian ini yaitu:

- 1) Ketidakpastian jumlah *customer* yang datang ke toko dan berminat untuk investasi logam mulia.
- 2) Beberapa *customer* tidak bersedia untuk mengisi kuesioner.
- 3) Pendekatan yang kurang optimal terhadap *customer* karena komunikasi online melalui media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Agestina, N. I., Amin, M., & Anwar, S. A. (2020). Analisis Pengaruh Modal Minimal, Pemahaman Investasi dan Teknologi Informasi Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi di Pasar Modal di Tinjau dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang). *Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, 9(01). <https://scholar.google.com>
- Aini, Nur., Maslichah, M., & Junaidi, J. (2019). Pengaruh Pengetahuan Dan Pemahaman Investasi, Modal Minimum Investasi, Return, Risiko Dan Motivasi Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi Di Pasar Modal (Studi Di Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, 8(05). <https://scholar.google.com>
- Alamiah, G., Sakura, S., & Adji, W. H. (2022). Pengaruh Promosi dan Fluktuasi Harga Emas terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah pada Produk Murabahah Logam Mulia untuk Investasi Abadi (Mulia) di PT Pegadaian Cabang Cikudapateuh Kota Bandung. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(1), 66-78. <https://scholar.google.com>
- Anggriawan, J., & Brahmayanti, I. A. S. (2016). Pengaruh Produk, Harga, dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di PT. FINELE (Amala Gold Shop) Pasar Atom Surabaya. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 11-30. <https://scholar.google.com>
- Alfarauq, A., & Deni, Y. (2020). Pengaruh pengetahuan pasar modal syariah dan motivasi investasi terhadap minat investasi kaum milenial garut di pasar modal syariah. *Finansha-Journal of Sharia Financial Management*, 1(1), 33-41. <https://www.researchgate.net>
- Aniyah, N., & Indrarini, R. (2022). Pengaruh Motivasi Investasi Dan Kemajuan Teknologi Terhadap Minat Berinvestasi Di Reksadana Syariah Pada Generasi Z Kota Surabaya. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 5(2), 80-94. <https://scholar.google.com>
- Arifullah, M. (2022). Pengaruh Promosi, Pengetahuan Investasi Dan Motivasi Investasi Terhadap Minat Investasi (Studi Kasus Pada Nasabah ATG 5.0). <https://scholar.google.com>

- Ariyanto, A. K., & Rahmawan, G. (2021). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Masyarakat Terhadap Smartphone Merk Cina. *Widya Manajemen*, 3(2), 117-127. <https://scholar.google.com>
- Asari, I., & Kurnianingsih, H. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berinvestasi Generasi Milenial Di Surakarta. *Jurnal Sinar Manajemen*, 9(1), 66-74. <https://scholar.google.com>
- Asyhar, F. (2020). Pengaruh Perilaku Keuangan, Literasi Keuangan, dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Investasi (Studi Empiris pada Pondok Pesantren di Provinsi Jawa Tengah) (*Doctoral Dissertation, Skripsi, Universitas Muhamadiyah Magelang*). <https://scholar.google.com>
- Burhanudin, B., Siti, A. H., & Sri Bintang, M. P. (2021). Pengaruh Pengetahuan Investasi, Manfaat Investasi, Motivasi Investasi, Modal Minimal Investasi dan Return Investasi Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mataram). *Distribusi*. <https://scholar.google.com>
- Da Silva, D. M. E., & Yuniningsih, Y. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Motivasi Investasi Dan Modal Minimal Terhadap Minat Investasi Saham Mahasiswa UNIPA Maumere. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(2), 798-807. <https://scholar.google.com>
- Dewi, R.D. (2022). Pengaruh Harga, Keragaman Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Gostore (Studi Kasus Pada Online Shop Yoruskin Store) (*Doctoral Dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta*). <https://scholar.google.com>
- Fathanul, V. (2022). Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian BTS Meal McDonald's. (Studi Kasus Di Wilayah Cakung Jakarta Timur) (*Doctoral Dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta*). <https://scholar.google.com>
- Ghozali, Imam. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Isticharoh, I., & Kardoyo, K. (2020). Minat Investasi Diprediksi Dari Motivasi Diri, Pengetahuan Investasi, Dan Teknologi Media Sosial. *Economic Education Analysis Journal*, 9(3), 892-906. <https://scholar.google.com>
- Jasiska, S., & Damrus, D. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Logam Mulia Di PT Pegadaian Syariah Blang Pidie Aceh Barat Daya. *Jurnal Ekonomika Indonesia*, 11(1), 1-4. <https://scholar.google.com>
- Karatri, R. H., Faidah, F., & Lailiyah, N. (2021). Determinan Minat Generasi Milenial Dalam Investasi Pasar Modal Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 6(2), 35-52. <https://scholar.google.com>
- Kelly, K., & Pamungkas, A. S. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Risiko Dan Efikasi Keuangan Terhadap Minat Investasi Saham. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 4(1), 556-563. <https://www.researchgate.net>
- Khobir, A. A., Mardani, R. M., & Dianawati, E. (2022). Pengaruh Pengetahuan Investasi, Motivasi Investasi Dan Teknologi Informasi Pada Minat Berinvestasi Saham Di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Mahasiswa Feb Unisma). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 11(10). <https://scholar.google.com>
- 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). *Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, 11(11). <https://scholar.google.com>
- Langodai, K. A. S., Cahyadi, L. D. C. R., & Pradnyani, N. L. P. S. P. (2023). Pengaruh Motivasi Investasi dan Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Investasi di Pasar Modal Pada Mahasiswa di Kecamatan Kuta Utara. *Jakadara: Jurnal Ekonomika, Bisnis, Dan Humanira*, 1(2). <https://scholar.google.com>
- Lestari, A. E., Indriani, E., & Kartikasari, N. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Return, Persepsi Risiko, Gender Dan Kemajuan Teknologi Terhadap Minat Investasi Mahasiswa. *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi*, 2, 726-738. <https://www.researchgate.net>

- Madjid, M. N., Fielnanda, R., & Sesarwati, B. (2023). Pengaruh Fluktuasi Harga Emas Dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Pada Produk Tabungan Emas Di Pegadaian Syariah Jelutung. *Jurnal Publikasi Manajemen Informatika*, 2(1), 55-64. <https://scholar.google.com>
- Mastura, A., Nuringwahyu, S., & Zunaida, D. (2020). Pengaruh Motivasi Investasi, Pengetahuan Investasi Dan Teknologi Informasi Terhadap Minat Berinvestasi Di Pasar Modal (Studi Pada Mahasiswa Fia Dan Feb Unisma Yang Sudah Menempuh Mata Kuliah Mengenai Investasi). *Jiagabi*, 9(1), 64-75. <https://scholar.google.com>
- Mulyono, I. M. A., Maslichah, M., & Junaidi, J. (2022). Pengaruh Motivasi Investasi Dan Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal Pada Mahasiswa Feb Unisma Dimasa Pandemi. *Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, 11(03). <https://scholar.google.com>
- Nabila, F., & Tutik, H. (2020). Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas dan Motivasi Investasi Terhadap Minat Berinvestasi Pasar Modal Syariah Pada Komunitas Investor Saham Pemula. *Taraadin: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 1, 55-67. <https://www.researchgate.net>
- Nasution, I. Y., Siagian, I., & Lubis, I. (2022). Pengaruh Pengetahuan Investasi, Modal Minimal Investasi Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal Pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Angkatan 2016 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan. *Niagawan*, 11(2), 178. <https://www.researchgate.net>
- Ningsih, G. N. G., Dayyan, M., & Nurjanah, N. (2019). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Berinvestasi Logam Mulia Di Pegadaian Syariah Langsa Barat. *Ihtiyadh: Jurnal Manajemen Keuangan Syariah*, 3(1). <https://scholar.google.com>
- Pajar, R. C., & Pustikaningsih, A. (2017). Pengaruh Motivasi Investasi dan Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Investasi di Pasar Modal Pada Mahasiswa FE UNY. *Jurnal Profita Edisi: Kajian Ilmu Akuntansi*, 5(1). <https://scholar.google.com>
- Parawangsa, N. T., Sudaryanti, D., & Hariri, H. (2022). Pengaruh Pengetahuan Investasi Dan Kualitas Pelayanan Galeri Investasi Bei Unisma Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal Syariah (Studi Empiris Pada Mahasiswa Perbankan Syariah Feb Unisma Angkatan 2018). *El-Aswaq*, 3(1). <https://scholar.google.com>

- Pradikasari, E., & Isbanah, Y. (2018). Pengaruh Financial Literacy, Illusion of Control, Overconfidence, Risk Tolerance dan Risk Perception Terhadap Keputusan Investasi Pada Mahasiswa di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen(JIM)*, 6(4). <https://scholar.google.com>
- Prasetyo, M. J., Yudiantoro, D., & Hidayati, A. N. (2022). Pengaruh Pengetahuan Investasi, Risiko Investasi, Dan Motivasi Terhadap Minat Berinvestasi Pada Pasar Modal Syariah. *JEMBA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(5), 779-788. <https://scholar.google.com>
- Puspitasari, B. (2018). Pengaruh Locus of Control Internal, Toleransi Risiko dan Persepsi Risiko Terhadap Pengambilan Keputusan Investasi (*Dectoral Dissertation, STIE Surabaya*). <https://scholar.google.com>
- Riana, D, M. (2019). Pengaruh Promosi Dan Motivasi Terhadap Minat Nasabah Pada Produk Murabahah Logam Mulia Investasi Abadi (Mulia)(Studi Pada Pegadaian Syariah UPS Pasar Tamin Bandar Lampung) (*Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung*). <https://scholar.google.com>
- Rismanto, B. A. (2022). Pengaruh Pengetahuan, Promosi, Modal Minimal Dan Minat Terhadap Motivasi Mahasiswa Dalam Berinvestasi Di Reksadana Pada Mahasiswa Ekonomi Syariah UIN Satu Tulungagung. <https://scholar.google.com>
- Rofiatin, W. (2022). Literasi Keuangan, Perilaku Keuangan, Pendapatan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Nasabah Berinvestasi Tabungan Emas (Studi Kasus PT. Pegadaian Cabang Kartasura). Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.
- Sugiyono. (2022). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Susanti, S., Hasan, M., Ahmad, M., & Najib, M. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Berinvestasi Di Galeri Investasi Universitas Negeri Makassar. <https://scholar.google.com>

Taufiqoh, E., Diana, N., & Junaidi, J. (2019). Pengaruh Norma Subjektif, Motivasi Investasi, Persepsi Return, Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi Saham Di Pasar Modal (Studi Empiris Pada Mahasiswa Akuntansi Feb Unisma Dan Unibraw Di Malang). *Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, 8(05). <https://scholar.google.com>

Yunia, P. Y., Khanifiana, R., & Faizah, C. N. (2021). Pengaruh Motivasi, Pengetahuan Dan Preferensi Risiko Investasi Terhadap Minat Investasi Saham Syariah Mahasiswa FEBI IAIN Pekalongan Di Pasar Modal Syariah. *Finansha- Journal of Sharia Finansial Management*, 1(1), 55-63. <https://www.researchgate.net>

<https://amp.kontan.co.id/news/tahun-depan-harga-emas-antam-bakal-menguji-level-rp-1200000-per-gram> Diakses pada 30 Oktober 2022

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/13/apa-jenis-investasi-yang-paling-banyak-diminati-masyarakat> Diakses pada 8 November 2022

<https://goldprice.org/spot-gold.html>. Diakses pada 22 Januari 2023

<https://toptenid.com/harga-emas-biasa-turun-bulan-apa> Diakses pada 28 Oktober 2022

https://www.ksei.co.id/publications/demografi_investor/september_2022 Diakses pada 25 Oktober 2022

<http://www.ocbcnisp.com/id/article/2022/12/08/keuntungan-investasi-emas> Diakses pada 10 Desember 2022

LAMPIRAN 1. KUESIONER PENELITIAN

SURAT PERMOHONAN PENGISIAN KUESIONER

Yth, Saudara/i Responden

Ditempat.

Assalamualaikum Wr Wb

Dengan hormat,

Saya Wulandari dengan nomor induk mahasiswa 19120066 program studi manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta, sedang menyusun sebuah Tugas Akhir Skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen dengan judul penelitian **“Pengaruh Motivasi Investasi, Promosi Produk dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Investasi Logam Mulia Pada Toko Mas Jawa Kartasura (CV Surya Jaya Abadi).”**

Saya mohon ketersediaan saudara/i untuk berkenan meluangkan waktu dan menjawab pertanyaan kuesioner ini. Data dari saudara/i akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan akademis semata. Informasi yang saudara/i berikan merupakan bantuan yang sangat berarti dalam menyelesaikan penelitian ini.

Demikian saya ucapkan terimakasih atas ketersediaan saudara/i yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini.

Waalaikumsalam Wr Wb.

Hormat Saya,

Wulandari

KUESIONER PENELITIAN

A. Identitas Responden:

Jenis Kelamin : ☐ Perempuan
☐ Laki-laki

Umur : ☐ 17-24 Tahun
☐ 25-30 Tahun
☐ 31-35ahun
☐ >36 Tahun

Domisili : ☐ Kartasura
☐ Surakarta
☐ Sukoharjo
☐ Boyolali
☐ Klaten
☐ Lainnya_____

Pekerjaan : ☐ Pelajar/Mahasiswa
☐ Wirausaha
☐ Karyawan Swasta
☐ PNS/TNI/POLRI
☐ Lainnya_____

Penghasilan : ☐ <Rp1.000.000
☐ Rp1.000.001-Rp2.000.000
☐ Rp2.000.001-Rp3.000.000
☐ Rp3.000.001-Rp4.000.000
☐ >Rp4.000.000

Investasi Logam Mulia

Apakah pernah membeli logam mulia pada Toko Mas Jawa Kartasura?

: ☐ Sudah

☐ Belum

Berapa lama sudah berinvestasi logam mulia?

: ☐ ≤ 1 Tahun

☐ 2 Tahun

☐ 3 Tahun

☐ 4 Tahun

☐ ≥ 5 Tahun

B. Petunjuk Pengisian

Berikan tanda ($\checkmark$) pada salah satu kotak yang disediakan. Catatan:

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

N = Netral/Ragu-ragu

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

Motivasi Investasi						
No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
		(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
1	Saya memahami adanya perubahan yang berkaitan dengan jiwa untuk investasi logam mulia.					
2	Saya memahami adanya perubahan tingkah laku ketika berinvestasi logam mulia.					
3	Saya mulai melakukan penyusunan rencana untuk investasi logam mulia.					
4	Saya mempunyai niat untuk investasi logam mulia guna kebutuhan yang akan datang.					
5	Saya mempunyai tekad berinvestasi logam mulia guna nvestasi jangka panjang.					

Promosi Produk						
No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
		(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
1	Saya tertarik dengan periklanan investasi logam mulia.					
2	Saya tertarik dengan promosi penjualan investasi logam mulia.					
3	Saya merasa hubungan masyarakat terjalin dengan baik saat bertransaksi pembelian logam mulia.					

Persepsi Risiko						
No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
		(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
1	Saya memahami risiko kinerja dari investasi logam mulia.					
2	Saya mengetahui keuntungan dan kerugian dari risiko keuangan ketika investasi logam mulia.					
3	Saya memahami risiko fisik ketika menyimpan logam mulia.					
4	Saya mengetahui risiko sosial terhadap fluktuasi ketika investasi logam mulia.					
5	Saya mampu memprediksi risiko psikologi tentang harapan keuntungan investasi logam mulia.					
6	Saya memiliki waktu untuk memonitor harga logam mulia.					

Minat Investasi						
No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
		(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
1	Saya memahami dorongan dari dalam diri tentang rasa ingin tahu investasi logam mulia.					
2	Saya mengetahui motif sosial dari berinvestasi logam mulia.					
3	Saya memahami rasa emosional yang timbul ketika ingin berinvestai logam mulia.					