



**PENGARUH PROMOSI, PERILAKU KEUANGAN DAN KELATAHAN  
INVESTOR TERHADAP MINAT INVESTASI PADA PRODUK LOGAM  
MULIA DI PEGADAIAN SYARIAH**

**( Studi Kasus Pada Pegadaian Syariah Cabang Landungsari )**

**SKRIPSI**

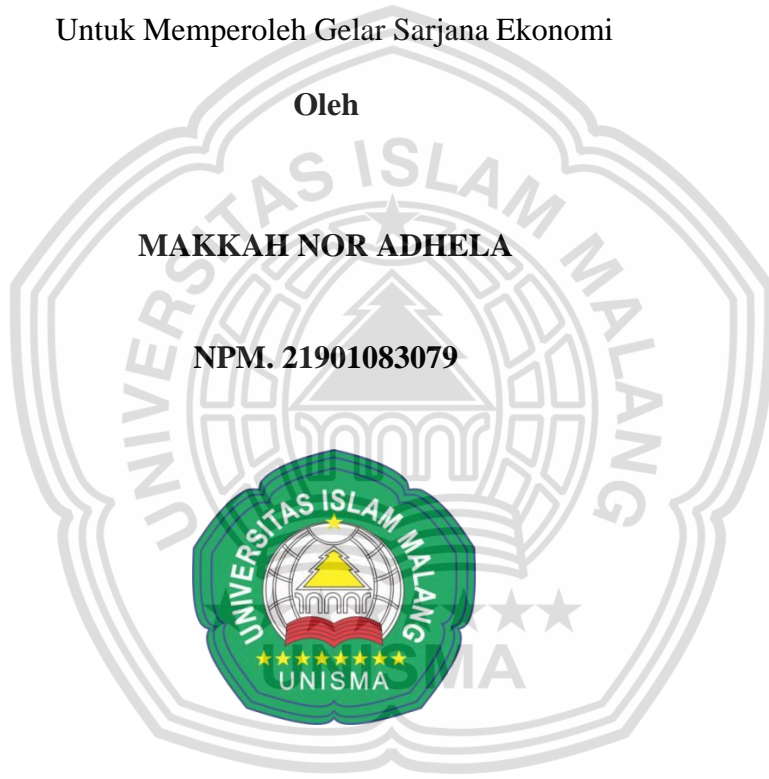
Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Oleh

**MAKKAH NOR ADHELA**

**NPM. 21901083079**



**UNIVERSITAS ISLAM MALANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH**

**2023**

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sekaligus menganalisa pengaruh promosi, perilaku keuangan dan kelatahan investor terhadap minat investasi pada produk logam mulia di pegadaian syariah cabang landungsari. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif korelasional. Sampel dalam penelitian ini adalah 75 Nasabah Pegadaian Syariah Cabang Landungsari. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, uji F simultan, koefisien determinasi, dan hasil uji t dengan menggunakan SPSS 26. Hasil penelitian ini secara simultan variabel promosi, perilaku keuangan dan kelatahan investor berpengaruh signifikan terhadap minat investasi produk logam mulia di pegadaian syariah cabang landungsari. Sedangkan secara parsial : 1)Variabel promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat investasi nasabah, 2) perilaku keuangan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat investasi nasabah, dan kelatahan investor secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat investasi nasabah.

**Kata Kunci:** Promosi, Perilaku Keuangan, Kelatahan Investor, Minat Investasi Nasabah



## ABSTRACT

*This study aims to determine as well as analyze the influence of promotion, financial behavior and investor flexibility on investment interest in precious metal products at sharia pawnshops landungsari branch. The type of research used is correlational quantitative research. The sample in this study was 75 Customer Sharia Pawnshop Landungsari. Data collection is carried out by distributing questionnaires. The data analysis used in this study used validity tests, reliability tests, normality tests, multicollinearity, heteroscedasticity, simultaneous F tests, coefficients of determination, and t test results using SPSS 26. The results of this study simultaneously variable promotion, financial behavior and investor flexibility have a significant effect on the interest in investing in precious metal products at the sharia pawnshop landungsari branch. While partially: 1) Promotion variables partially have a significant effect on customer investment interest, 2) partial financial behavior does not have a significant effect on customer investment interest, and investor flexibility partially has a significant effect on customer investment interest.*

**Keywords:** *Promotion, Financial Behavior, Investor Volatility, Customer Investment Interest*



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Ekonomi dalam dunia sosial sudah mulai mengabaikan nilai dan etika-etika tanpa ada yang mengetahui, peranan sistem sosialis dalam pemerataan ekonomi, dan sistem ekonomi dalam dunia sosial juga telah mengabaikan pemenuhan kebutuhan yang penting dalam manusia. Padahal, ada sebuah peraturan yang jelas-jelas telah memberikan keadilan bagi seluruh umat manusia tanpa melibatkan urusan kesenjangan duniawi dan kerugian ukhrawi yaitu sistem ekonomi Islam. Hal ini menandakan bahwa ekonomi akan menghilangkan kekuatan ekonomi dalam segi pemasaran, maka sudah jelas dibuktikan bahwa Islam bukanlah hanya agama yang berhubungan dengan ibadah, tetapi Islam juga peduli tentang peraturan dalam bertransaksi atau dalam dunia perekonomian (Iskandar : 2017).

Berdasarkan Pasal 92 Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2003, yaitu menjelaskan tentang BUMN, telah mengeluarkan Peraturan-Peraturan yang ditujukan untuk Pemerintah Nomor 51 Tahun 2011 menjelaskan tentang perubahan yang dilakukan Bentuk Badan Perum PT menjadi PT. Pegadaian (Persero). Perubahan yang dilakukan yang telah dijelaskan diatas yang berubah menjadi PT. Pegadaian Persero sebagaimana terdapat peraturan pemerintah Nomor 51 Tahun 2011 yang telah disebutkan diatas yaitu bertujuan untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas penyelenggaraan penyaluran pinjaman pada masyarakat dalam kondisi menengah kebawah, usaha mikro, dan usaha menengah serta termasuk juga usaha kecil.

Sebagai lembaga keuangan bukan bank atau salah satunya yaitu Pegadaian Syariah tidak hanya menerima layanan dalam masyarakat menengah kebawah, melainkan dapat juga melayani masyarakat menengah ke atas. Pegadaian syariah dapat dipastikan bisa melayani semua masyarakat dari kalangan menengah ke bawah hingga masyarakat menengah ke atas yang dimana membutuhkan bantuan pembiayaan. Meskipun demikian, berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Sari dan Sudrajat (2013) menyatakan bahwa minat masyarakat kebanyakan lebih memilih berinvestasi emas di toko atau butik emas nya langsung, karena minim pengetahuan masyarakat dalam berinvestasi di Pegadaian Syariah. Penyebabnya yaitu masyarakat merasa takut dan cemas untuk berinvestasi dengan syarat dan ketentuan yang banyak serta sulit. Selain itu, banyak masyarakat merasa malu dan canggung untuk datang ke kantor cabang pegadaian syariah terdekat.

Pegadaian adalah badan usaha milik negara yang sebagaimana peraturan didalamnya menganut dalam peraturan undang-undang nomor 9 tahun 1969, yang keberadaan usahanya berada dalam lingkup tugas serta kewenangan menteri keuangan, dimana seluruh modalnya dimiliki oleh negara berupa kekayaan negara yang sudah terpisah yang tidak bercampur dengan saham (Perum Pegadaian, 2000). Berdirinya Pegadaian Syariah di Indonesia merupakan hal-hal yang tidak akan ada unsur yang dilarang dalam islam di berbagai produk dan pembiayaan di pegadaian syariah. Pegadaian syariah memiliki karakteristik seperti bank syariah yaitu tidak memungut bunga dan riba, dengan prinsip menjadikan uang sebagai alat tukar bukan menjadikan uang sebagai komoditas, dan melakukan perolehan keuntungan bisnis dari jasa penitipan dan penyimpanan barang yang telah digadaikan maupun barang yang

dilakukan di pegadaian syariah dengan cara ber investasi. Pegadaian syariah juga mengacu pada sistem administrasi modern yang telah digunakan dengan memiliki azas rasionalitas, efesiensi, dan efektifitas yang diselenggarakan dengan nilai-nilai Islam (Huda, 2010).

Pemasaran atau disebut juga dengan promosi adalah kegiatan yang harus dilakukan oleh perusahaan yang baik bisnis yang menyediakan barang atau jasa untuk menjaga profitabilitas bisnis. Menurut Malau (2017:103) menyatakan bahwa promosi adalah salah satu bentuk persuasi langsung dengan berbagai insentif yang dapat diatur untuk merangsang pembelian produk yang akan dibeli sehingga akan menimbulkan suatu minat. Ketika suatu produk dipasarkan, konsumen harus dipengaruhi oleh tindakan promosi penjualan persuasif di mana konsumen melihat produk yang diiklankan akan tertarik untuk membeli. Itu sebabnya penelitian promosi diri sangat penting setiap produsen dan penggerak kegiatan ekonomi lainnya belajar. Sehingga menurut Swastha (2000:222), iklan adalah aliran informasi satu arah persuasi, yang fungsinya untuk mempengaruhi seseorang atau sesuatu sebuah organisasi untuk melakukan transaksi atau pertukaran dalam pemasaran. Ketika seseorang itu sudah memiliki informasi dan deskripsi dari produk yang telah ditawarkan oleh perusahaan maka masyarakat akan memiliki minat dalam melakukan investasi dan bisa disebut dengan nasabah. Sehingga nasabah memiliki keputusan akan akan pembelian produk yang sudah ditawarkan (Astuti 2013:5).

Perilaku keuangan atau yang sering disebut dengan *financial behaviour* adalah kegiatan yang berkaitan dengan pengelolaan keuangan. Menurut Ricciardi (2000) Perilaku keuangan adalah perilaku di mana kedisiplinan

didalamnya melekat interaksi berbagai disiplin ilmu dan secara terus menerus berintegrasi sehingga pembahasannya tidak ada isolasi. Perilaku keuangan sangat dibutuhkan saat ini agar masyarakat tidak salah dalam mengelola ekonominya.

Menurut Hilgert dan Hogart (2003) Perilaku keuangan adalah perilaku manusia yang ada didalamnya berkaitan dengan perencanaan, minat, manajemen dan kontrol. Indikator perilaku keuangan yang baik dilihat dari cara seseorang mengelola arus keluar dan masuknya uang. Pengelolaan keuangan pribadi yang bijak sangat erat kaitannya dengan minat yang akan dilakukan nya kegiatan investasi dan juga hal itu mencakup keterampilan dan pengetahuan mereka dalam mengelola keuangan.

Menurut Hermalin dan Isen (2010) Kelatahan Investor atau *Herding Behaviour* merupakan teori yang membahas terkait sikap seseorang dalam berfikir, mempertimbangkan, dan membuat suatu keputusan. Seorang investor dalam menanggapi atau mengambil suatu keputusan terkadang menyimpang dalam perilakunya maupun dalam pengambilan keputusannya, hal tersebut dipengaruhi oleh macam-macam perilaku. Dalam kelatahan investor ini akan menimbulkan suatu keputusan yang dilandasi berbagai aspek yang dapat menimbulkan macam-macam perilaku. Mulai dari emosi, sifat, kesukaan dan lain sebagainya yang tentunya terdapat pada masing-masing individu sebagai makhluk berakal dan makhluk sosial. Macam-macam perilaku investor inilah yang mempengaruhi minat investor untuk bertindak secara tidak rasional dalam konteks pengambilan keputusan investasinya.

Investor tidak selamanya berpikir secara rasional. Berdasarkan keterlibatan yang telah terjadi bahwa setiap proses pengambilan keputusan

yang telah dilakukan oleh seorang investor tidak menutup kemungkinan akan selalu melibatkan emosinya. Keterlibatan emosional seorang investor tersebut yang akan mempengaruhi keputusan yang sering kali irasional (Kumar dan Goyal : 2015). Kelatahan investor merupakan keputusan perilaku investor yang irasional dimana keputusan itu muncul setelah investor yang lain berinvestasi. Menurut Madaan dan Singh (2019) Keputusan investor tersebut atau yang dikenal sebagai investor irasional tersebut mengakibatkan keputusan yang sama dengan investor lain atau sama dengan sekelompok lain misal dengan mengenai pemilihan waktu berinvestasi, jenis investasi, serta transaksi pembelian dan penjualan instrumen investasi. *Herding behaviour* atau Kelatahan Investor yaitu sebuah studi yang menjelaskan tentang dampak faktor kognitif dan emosi yang mampu mempengaruhi pengambilan keputusan keuangan.

Dalam kasus pengambilan keputusan berinvestasi, memiliki sebuah kemungkinan bahwa keputusan yang salah atau melenceng dikarenakan memutuskan minat berinvestasi dengan sifat yang irasional atau tidak rasional ini, kondisi ini membahayakan investor karena tidak sesuai dan tidak terkait maupun tidak terlihat langsung dengan kemampuan dan proses pemikiran seorang investor. Faktor yang mempengaruhi investor dalam pengambilan keputusan investasi ini yaitu pendapatan dan usia. Pendapatan dapat diartikan penghasilan yang telah didapatkan melalui pekerjaan yang telah dilakukan dalam periode tertentu (Vieira dan Valente : 2015). Dengan adanya pendapatan maka sangatlah berpengaruh dalam pengambilan keputusan investasi, dimana jika pendapatan yang didapatkan semakin tinggi maka semakin besar pula pertimbangan untuk mengambil keputusan berinvestasi pada produk logam



mulia di Pegadaian Syariah. Dengan perbedaan usia berbeda juga strategi mereka lakukan dalam mengambil keputusan investasi masing-masing. Usia diartikan sebagai satuan ukur dalam menghitung lama keberadaan dari suatu benda atau makhluk tertentu (Notoadmojo : 2012).

Investasi adalah salah satu cara untuk mengembangkan harta atau aset yang kita miliki secara produktif. Saat ini sangat banyak kita mencari pilihan dan cara untuk berinvestasi. Beberapa barang untuk berinvestasi sudah banyak digunakan oleh masyarakat, namun investasi yang sangat mudah dan banyak diminati oleh masyarakat yaitu emas dan perak. Kelebihan kedua produk tersebut yaitu jumlahnya yang jarang ditemui oleh masyarakat, sehingga menyebabkan harga stabil dan relatif naik selain itu emas dan perak merupakan barang yang tidak mudah rusak, banyak diterima oleh masyarakat umum, serta dapat dipecah menjadi bagian yang kecil. Dalam perkembangan yang ada, dan dilakukan oleh pengrajin emas akan ada kepercayaan meningkat karena tidak harus mengambil produk emasnya melainkan cukup dengan bukti yang berbentuk sertifikat dan hal itu akan sangat memudahkan kita dalam berinvestasi (Wangsawidjaja 2010:10-25)

Emas, merupakan barang yang banyak diincar oleh masyarakat, harganya sangat relatif naik. Dianggap sebagai lambang kekayaan dan kemakmuran harta yang telah dimiliki, emas juga menjaga nilai fluktuasi nilai tukar dan melindungi dari terjadinya inflasi pertahunnya. Selain itu produk emas sangat mudah diuangkan atau di tukar dengan harta yang lain alias emas adalah produk investasi yang likuid. Tetapi emas juga memiliki kelemahan salah satunya ialah sifatnya yang tidak fleksibel dalam penyimpanannya, dan juga mudah dicuri (Tahkim : 2019).

Investasi emas dan perak terdapat juga pada pegadaian syariah. Pegadaian syariah merupakan salah satu lembaga keuangan bukan bank, dan salah satu produk yang ia miliki yaitu emas dan perak yang pembayarannya tidak harus menyediakan uang yang banyak untuk mendapatkan emas, karena bisa dilakukan secara bertahap sehingga akan memudahkan nasabah dalam berinvestasi emas di pegadaian syariah. Selain itu di pegadaian syariah juga sudah terlegalisir aman karena lembaga keuangan non bank ini sudah resmi dan sudah memiliki sertifikasi dari PT dan sudah sebagai unit usaha dari badan usaha milik negara (BUMN) (Tahkim : 2019).

Dengan munculnya minat investasi, maka akan banyak orang yang tertarik melakukan investasi, seseorang yang melakukan investasi maka akan disebut investor. Seorang investor pasti akan melakukan pengambilan keputusan yang sesuai dengan pemikiran yang matang pada pilihan investasinya. Keputusan investasi yang muncul dari seseorang yang dilandasi dengan minat merupakan sebuah pilihan kejadian akan kebijakan yang telah dipilih dalam berinvestasi guna membuahkan hasil yang benar-benar sesuai dan guna untuk mendapatkan *return* yang akan menguntungkan dan hasil yang memuaskan dimasa yang akan datang. Selain itu, investasi juga dapat melindungi dan mengamankan aset yang kita miliki dari efek inflasi yang terus menerus meningkat seiring berjalannya waktu seperti yang telah dijelaskan diatas. Investor dapat dikatakan berhasil dalam berinvestasi yaitu diukur dimana ia menentukan sebuah keputusan, tepat dalam memutuskan suatu hal, serta ditentukan oleh kemampuan dalam memutuskan waktu yang tepat selama berinvestasi yang dimana dimasa yang akan datang akan ada return atau

keberuntungan yang lebih besar dan tentunya sesuai dengan ekspektasi awal (Tahkim : 2019).

Berdasarkan latar belakang telah menjelaskan bahwa kebanyakan masyarakat tidak mengetahui bahwa di pegadaian syariah juga bisa investasi logam mulia yang pada dasarnya investasi tersebut tidak membutuhkan modal besar dan bisa di cicil sesuai dengan kebutuhan dan keinginan dalam berinvestasi di pegadaian syariah. Oleh karena itu peneliti melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Promosi, Perilaku Keuangan dan Kelatahan Investor Terhadap Minat Investasi Pada Produk Logam Mulia Di Pegadaian Syariah” (Studi Kasus Pada Pegadaian Syariah Cabang Landungsari)**

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang, maka peneliti merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh Promosi, Perilaku Keuangan serta Kelatahan Investor terhadap minat investasi logam mulia di Pegadaian Syariah?
2. Bagaimana pengaruh Promosi terhadap minat investasi logam mulia di Pegadaian Syariah?
3. Bagaimana pengaruh Perilaku Keuangan terhadap minat investasi logam mulia di Pegadaian Syariah?
4. Bagaimana pengaruh Kelatahan Investor terhadap minat investasi logam mulia di Pegadaian Syariah?

### 1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

#### 1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui Pengaruh Promosi, Perilaku keuangan serta Kelatahan Investor terhadap minat investasi logam mulia pada Pegadaian Syariah.
2. Untuk mengetahui Pengaruh Promosi terhadap minat investasi pada produk logam mulia di Pegadaian Syariah.
3. Untuk mengetahui Pengaruh Perilaku Keuangan terhadap minat investasi pada produk logam mulia di Pegadaian Syariah.
4. Untuk mengetahui Pengaruh Kelatahan Investor terhadap minat investasi pada produk logam mulia di Pegadaian Syariah.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan kegunaan bagi pihak-pihak yang berkepentingan, diantaranya ialah sebagai berikut:

##### 1.4.1 Manfaat Teoritis

###### a. Bagi peneliti

Peneliti mengharapkan menambah pengetahuan dan wawasan yang lebih luas tentang minat investasi logam mulia di pegadaian syariah. Peneliti juga mengharapkan mendapatkan manfaat dari investasi produk logam mulia di pegadaian syariah kedepannya.

###### b. Bagi Bidang Ilmu

Hasil penelitian ini di harapkan untuk menambah wawasan bagi bidang ilmu Manajemen Pemasaran Syariah dan juga memahami marketing

operasional produk dan minat investasi pada produk logam mulia di Pegadaian Syariah.

#### 1.4.2 Manfaat Praktis

##### a. Bagi Nasabah Pegadaian Syariah

Hasil penelitian ini di harapkan produk-produk khususnya logam mulia di Pegadaian Syariah terjamin dan aman untuk digunakan sebagai investasi maupun menabung, karena tidak ada unsur riba seperti yang tertera pada Fatwa DSN MUI No 1 Tahun 2004 yaitu secara tegas menyatakan bahwa praktik bunga dalam lembaga keuangan baik bank maupun non bank telah dinyatakan riba, sehingga haram hukumnya.

##### b. Bagi PT. Pegadaian (Persero) Syariah

1) Sebagai masukan sekaligus membangun serta meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang sudah maupun belum ada, termasuk dalam pelaksanaannya promosi, perilaku keuangan, dan kelatihan dalam pegadaian syariah.

2) Dapat menjadi sebuah pertimbangan pada pegadaian syariah dalam menilai pengaruh promosi, perilaku keuangan dan kelatihan investor yang sedang dilakukan atau yang sedang dilaksanakan pada calon nasabah.

##### c. Bagi Otoritas Jasa Keuangan (OJK)

Diharapkan penelitian ini dapat memberi kontribusi kepada Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dalam upaya meningkatkan indeks literasi dan inklusi keuangan syariah secara nasional serta diharapkan dapat menyasar ke jenjang sekolah Islam, pondok pesantren dan pengguna layanan keuangan syariah.



University of Islam Malang  
**REPOSITORY**



© Hak Cipta Milik UNISMA

[repository.unisma.ac.id](http://repository.unisma.ac.id)

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh strategi promosi, perilaku keuangan dan kelatahan investor terhadap minat investasi nasabah pada produk logam mulia. Berdasarkan hasil pembahasan, dapat disimpulkan sebagai berikut :

- a. Berdasarkan pengujian pada uji F dapat disimpulkan bahwa secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap promosi, perilaku keuangan dan kelatahan investor terhadap minat investasi nasabah pada produk logam mulia di Pegadaian Syariah Cabang Landungsari.
- b. Berdasarkan pengujian pada uji t dapat disimpulkan bahwa promosi berpengaruh positif signifikan terhadap minat investasi pada produk logam mulia di Pegadaian Syariah Cabang Landungsari..
- c. Berdasarkan pengujian pada uji t dapat disimpulkan bahwa perilaku keuangan tidak berpengaruh positif signifikan terhadap minat investasi pada produk logam mulia di Pegadaian Syariah Cabang Landungsari.
- d. Berdasarkan pengujian pada uji t dapat disimpulkan bahwa kelatahan investor berpengaruh positif signifikan terhadap minat investasi pada produk logam mulia di pegadaian syariah cabang landungsari.

#### 5.2 Keterbatasan

Adapun keterbatasan peneliti dalam penelitian yang dilakukan ini adalah sebagai berikut :

1. Populasi dan sampel pada penelitian ini terbatas hanya pada nasabah yang melakukan investasi logam mulia di Pegadaian Syariah Cabang Landungsari.
2. Pada penelitian ini terbatas pada variabel penelitian yang digunakan dimana hanya menguji variabel Promosi, Perilaku Keuangan dan Kelatahan Investor terhadap minat investasi pada produk logam mulia di Pegadaian Syariah Cabang Landungsari.
3. Menurut Sukardi (2012) Responden sering tidak teliti atau menjawab pertanyaan dengan asal-asalan sehingga hal tersebut akan mempengaruhi hasil yang diperoleh.

### 5.3 Saran

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan penelitian di atas, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Disarankan untuk peneliti selanjutnya agar melakukan penelitian dengan menambah sampel sehingga nantinya akan memperluas populasi di Pegadaian Syariah yang berada di Kota Malang.
2. Bagi peneliti selanjutnya menambah variabel lain selain variabel Promosi, Perilaku Keuangan dan Kelatahan Investor yang mempengaruhi Minat Investasi Produk Logam Mulia di Pegadaian Syariah Cabang Landungsari yaitu dengan variabel Pengaruh Pengetahuan (Pradesyah : 2020, Nesia dan Widayati : 2022), Bauran Pemasaran dan Tempat (Lestari Vify, Dyahariesti, Niken, Pramana dan Galih : 2020), Literasi Keuangan (Tehupelasuri, Askandar dan Mahsuni : 2021), Persepsi Pelanggan (Agustina, Mussanadah, Kholifah dan Sarniati : 2022).



3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan ketika menggunakan wawancara yaitu melakukan metode pengulangan kata dari pertanyaan-pertanyaan yang telah ditanyakan kepada responden, sehingga jawaban yang diperoleh dalam penelitian akan lebih akurat.



## DAFTAR PUSTAKA

- Addinpujoartanto, N. A., & Darmawan, S. (2020). Pengaruh Overconfidence, Regret Aversion, Loss Aversion, Dan Herding Bias Terhadap Keputusan Investasi Di Indonesia. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 13(3), 175. <https://doi.org/10.26623/jreb.v13i3.2863>
- Agustina, D., Mussanadah, A. U., Kholifah, D. W., & Sarniati. (2022). *Perceived Risk Dan Herding Behavior*. 06(01), 39–51.
- Fietroh, M. N., & Andriani, B. S. (2021). Peran Literasi Keuangan Dan Perilaku Keuangan Untuk Meningkatkan Minat Investasi Mahasiswa. *Samalewa: Jurnal Riset & Kajian Manajemen*, 1(2), 153–160. <https://doi.org/10.58406/samalewa.v1i2.468>
- Ii, B. A. B., Teori, A. L., & Investasi, K. (2017). *(Individual/Retail Investors)*.
- Islam, J. E. (2020). Pengaruh Promosi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Melakukan Transaksi Di Bank Syariah (Studi Kasus Di Desa Rahuning). *Al-Sharf: Jurnal Ekonomi Islam*, 1(2), 113–122. <https://doi.org/10.56114/al-sharf.v1i2.65>
- Laily, N. (2016). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Mahasiswa Dalam Mengelola Keuangan. *Journal of Accounting and Business Education*, 1(4). <https://doi.org/10.26675/jabe.v1i4.6042>
- Lestari, W. (2019). Pengaruh Pelayanan Promosi dab Syariah Terhadap Minat Nasabah Dalam Memilih Asuransi Syariah (Studi pada PT.Asuransi Takaful Keluarga Cabang Palembang). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 2(1), 5–7. [http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484\\_SISTEM\\_PEMBETUNGAN\\_TERPUSAT\\_STRATEGI\\_MELESTARI](http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI)
- Maghfiroh, I. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Perilaku Keuangan Terhadap Minat Investasi Dengan Gender Sebagai Moderasi (Studi Pada Keluarga di Kota Malang). In *Doctoral Dissertation Univesitas Islam Negeri Maulana Maliq Ibrahim*.
- Mahadevi, S. A., & Asandimitra, N. (2021). The Influence of Status Quo, Herding Behavior, Representativeness Bias, Mental Accounting, and Regret Aversion Bias on Millennial Investors Investment Decisions in Surabaya City. *Journal of Management Sciences*, 9(2), 779–793. <https://pdfs.semanticscholar.org/97a3/ed1b6515b94a613f2097d376f33c76ff627d.pdf>
- Nurhikmah, N., & Ismaulina, I. (2020). Tabungan Emas Pegadaian Syariah Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah (Studi Nasabah Pegadaian Syariah Takengon). *AT-TIJARAH: Jurnal Penelitian Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 2(1), 1–11. <https://doi.org/10.52490/at-tijarah.v2i1.855>
- Pajar, R. C., & Pustikaningsih, A. (2017). Pengaruh Motivasi Investasi Dan Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal Pada Mahasiswa Fe Uny. *Profita*, 1(2), 1–16.
- PUTRA, E. D. (2018). *PENGARUH PERILAKU HERDING DAN HEURISTIC TERHADAP INVESTMENT DECISION MAKINGDI PASAR MODAL(Studi Kasus pada Perilaku Investor Pasar Modal Individual)*.
- Safitri, L. A., & D, Y. R. (2021). Pengaruh herding, pendapatan dan usia terhadap keputusan investasi pada emas. *Jurnal Fokus Ekonomi*, 16(1), 1–19. Herding, Income, Age, Investment Decision, Gold.



- Shofwa, Y. (2017). Pengaruh Motivasi dan Literasi Keuangan terhadap Minat Berinvestasi di Pasar Modal (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto). *Jpa*, 18(2), 290–301.
- Suharsono, R. S., & Sari, R. P. (2019). Pengaruh Promosi Media Online terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab. *JAMIN : Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 1(2), 41. <https://doi.org/10.47201/jamin.v1i2.28>
- Tehupelasuri, N. B., Askandar, S., & Mahsuni, A. W. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Perilaku Keuangan Terhadap Minat Investasi Mahasiswa FEB Universitas Islam Malang. *Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, 10(6), 52–59.
- Upadana, I. W. Y. A., & Herawati, N. T. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan dan Perilaku Keuangan terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika*, 10(2), 126. <https://doi.org/10.23887/jiah.v10i2.25574>

