

Mengubah Skripsi -Tesis Menjadi Artikel Jurnal, Mudah Banget!!

Dr. Hesi Eka Puteri, SE., M.Si

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Bukittinggi

hesiekaputeri@gmail.com

Pendahuluan. Kewajiban publikasi sudah menjadi tuntutan bagi setiap peneliti agar setiap hasil pemikiran terdiseminasi dengan baik dan tidak hanya menumpuk dipustaka atau dalam e-library perguruan tinggi. Tidak hanya dosen yang dituntut aktif dalam mengakselerasi publikasi, namun mahasiswa yang sedang studi pun diwajibkan menghasilkan publikasi sebagai syarat kelulusan mereka. Regulasi ini dibuat tentu saja untuk meningkatkan peringkat perguruan tinggi tingkat nasional maupun di tingkat internasional yang menjadi salah satu bagian dalam Indikator Kinerja Utama dalam setiap akreditasi. Target ini tentu saja tidak dengan begitu saja akan terealisasi tanpa adanya pendampingan yang baik dalam mengasah kemampuan menulis karya ilmiah. Banyak mahasiswa yang terkadang merasa terbebani dalam melakukannya dan dosen pun juga terkadang kewalahan dalam menghantarkan mahasiswanya agar dapat menghasilkan publikasi yang baik. Paper sederhana ini bertujuan untuk memberikan arahan praktis kepada mahasiswa tentang bagaimana menghasilkan karya ilmiah berkualitas dari skripsi atau tesis yang telah mereka buat. Semoga memberikan manfaat bagi semua, karena menulis itu mudah. Selamat Belajar!!

Artikel apa yang dicari Editor Jurnal? Berbagai forum-forum ilmiah yang membahas dan mendiskusikan trik-trik untuk menulis artikel merekomendasikan banyak cara agar manuskrip (draft paper) dapat diterima oleh penerbit. Jika kemudian diterima, penulis pun kemudian berharap agar artikel yang mereka submit hanya direvisi sesedikit mungkin (minor revision) atau diterima tanpa revisi sama sekali atau bisa terbit secepatnya. Namun tentu saja harapan ini tidak akan semudah mengupayakannya. Untuk bisa terbit secepatnya tentunya membutuhkan trik tentang bagaimana mempersiapkan artikel yang bermutu, sesuai dengan “aim and scope” jurnal yang dituju, dan yang tidak kalah penting adalah kemahiran dalam mencari penerbit yang tepat.

Ada ribuan penerbit yang menerbitkan puluhan ribu jurnal, yang setiap pekannya juga bermunculan berbagai jurnal-jurnal yang baru. Namun apapun jurnalnya tetap saja yang mereka lihat diawal penerimaan draft adalah “novelty”. Apa itu novelty?. Intinya adalah distingsi atau keunikan dari sebuah paper. Pada artikel dibidang ekonomi dan bisnis, yang biasanya dipertanyakan editor terhadap sebuah artikel, apakah artikel ini membahas issue yang update? apakah ada fenomena gap? apakah terlihat Research Gap? ” new method? new application? new idea? ... dst. Sederhananya, pada pandangan pertama, editor jurnal akan mengecek apakah paper ini memiliki kebaruaran atau tidak.

Dengan demikian, dapat kita simpulkan bahwa yang dicari editor jurnal adalah kebaruaran, yaitu kebaruaran pada berbagai hal. Beberapa pertanyaan berikut perlu dipertimbangkan jika ingin memunculkan kebaruaran pada artikel:

- Fenomena update yang didasarkan pada current issue?
- Kesenjangan dalam pengetahuan atau pemahaman?
- Kesenjangan dari berbagai temuan di riset riset terdahulu?
- Sub-bidang yang belum pernah dilakukan riset?
- Metode tertentu yang belum pernah digunakan dalam satu bidang?
- Suatu area baru dari metode atau model atau pendekatan baru dari yang sudah ada
- Suatu model baru dari literature-literatur baru?

- Aplikasi teoritis yang belum pernah digunakan dalam satu bidang atau sub-bidang?
- Berkontribusi pada kebijakan? Berkontribusi pada pengembangan keilmuan? Berkontribusi pada pengembangan metodologis

Diantara banyak hal yang diidentifikasi oleh editor tersebut, penawaran terbaik dari sebuah artikel tentu saja adalah adanya *Research Gap* dari artikel yang ditulis yaitu seberapa jauh paper yang di submit di jurnal mampu memperlihatkan issu-issu terupdate dengan *Research Gap* yang jelas. Pada jurnal dengan level yang lebih tinggi dengan indeks internasional bereputasi, hanya *research gap* yang kemudian diutamakan, yang k mampu menghadirkan kontribusi pada pengembangan teoritis. Namun pada jurnal-jurnal dengan level yang lebih rendah, mereka tentu saja tetap mentolerir novelty pada tingkatan yang lebih rendah juga. Sejauh artikel yang di submit menarik, update, memiliki kontribusi pada keilmuan atau memiliki kontribusi kebijakan, maka akan dipertimbangkan oleh editor jurnal.

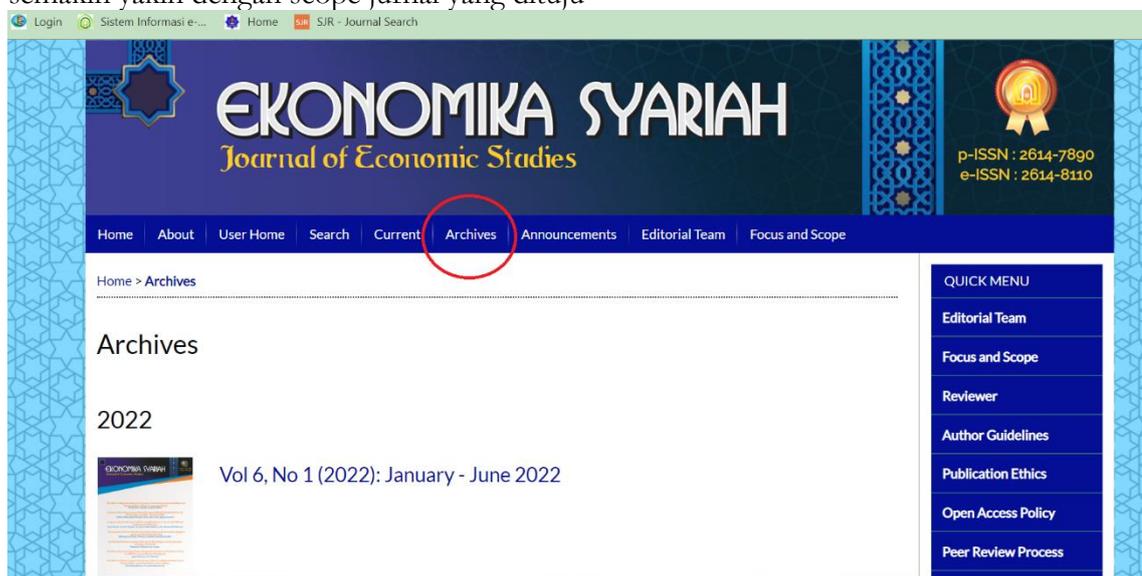
Pelajari OJS (Online Journal System). Hampir semua jurnal sudah memiliki OJS (Online Journal System) untuk menghimpun semua paper yang disubmit oleh penulis. Metode konvensional yang biasanya diterapkan dengan cara mensubmit jurnal melalui e-mail personal sudah ditinggalkan, walaupun sebagian jurnal masih tetap menerimanya melalui e-mail institusi mereka. Dengan demikian, sebagai author kita mesti memahami mekanisme ini dan membuka serta mempelajari OJS jurnal yang akan dituju.

Sangat penting bagi author untuk membaca *editorial policies* (kebijakan penerbitan) yang ada di OJS, untuk memastikan bahwa artikel yang disubmit sesuai dengan ketentuan yang mereka buat. Jangan menghabiskan energy dengan membuat artikel yang baik, tanpa menyesuainya dengan *editorial policies*, karena hal ini justru dapat berakibat artikel ditolak pada kesempatan pertama. Jangan juga menghubungi dan bertanya-tanya ke pengelola jurnal dengan cara cara menjapri mereka, ini bukan cara yang tepat untuk mencari penerbit. Baca saja OJS jurnalnya, ikuti petunjuk di OJS dan submit melalui OJS. Langkah penting pertama hanyalah **“buka OJS dan baca editorial policies sebelum submit”**

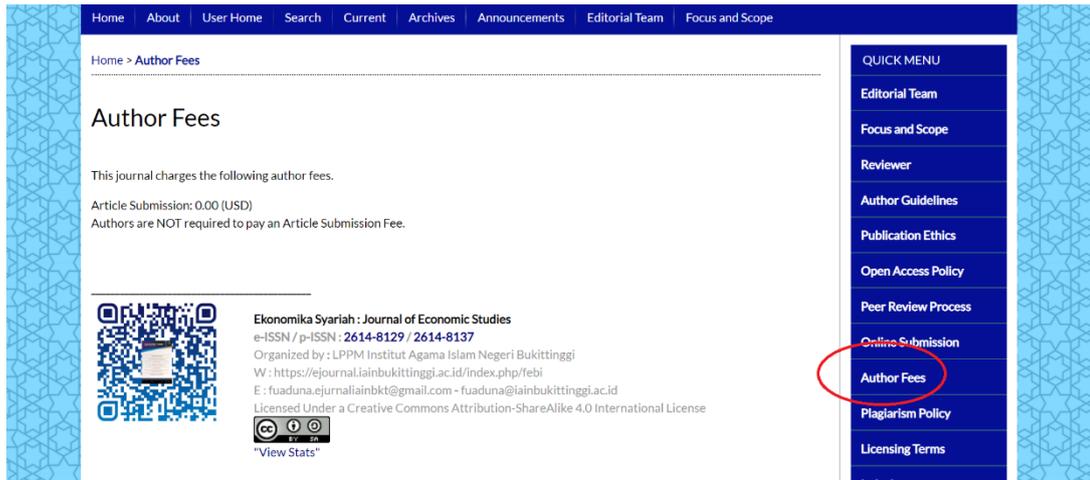
The screenshot displays the 'Editorial Policies' page of an OJS. The main content area is titled 'Editorial Policies' and contains a list of links: Focus and Scope, Section Policies, Peer Review Process, Open Access Policy, Archiving, Publication Ethics, Plagiarism Policy, Author Fees, and Publication Frequency. Below this, there are sections for 'Focus and Scope' and 'Section Policies'. The 'Focus and Scope' section includes a 'FOCUS' paragraph and a 'SCOPE' paragraph. The 'Section Policies' section includes 'Articles' with sub-links for 'Open Submissions', 'Indexed', and 'Peer Reviewed'. On the right side, there is a vertical navigation menu with links: Editorial Team, Focus and Scope, Reviewer, Author Guidelines, Publication Ethics, Open Access Policy, Peer Review Process, Online Submission, Author Fees, Plagiarism Policy, Licensing Terms, Indexing, Statistic, and Contact. At the bottom right, there is an 'ACCREDITED' badge and a logo for 'SEKRETARIAT'.

Secara umum, pada bagian *editorial policies* atau pada menu-menu di setiap OJS akan ditemukan beberapa item arahan sebagai berikut:

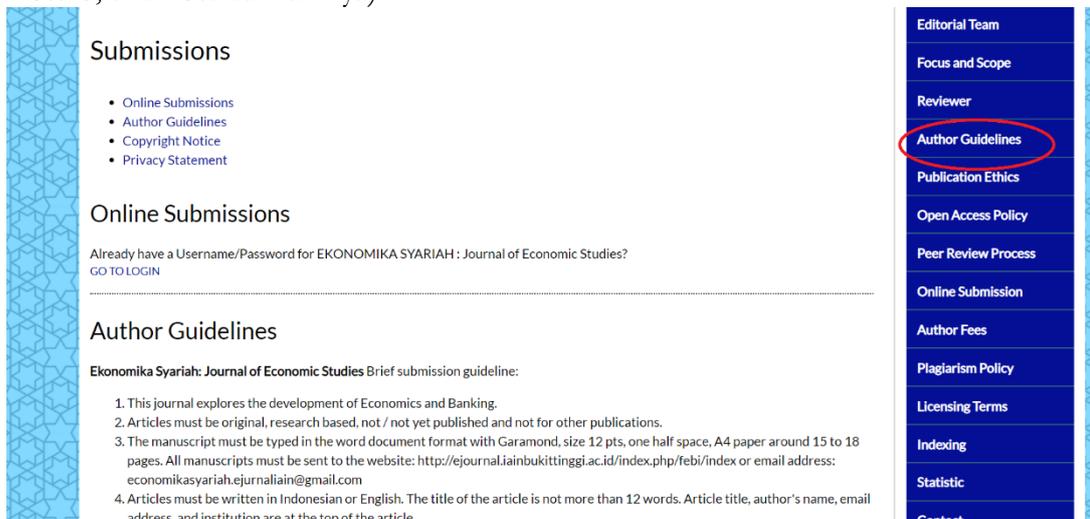
1. **Focus and Scope.** Bagian ini mengarahkan penulis untuk menyesuaikan artikel mereka dengan focus dan cakupan jurnal mereka. Pastikan artikel kita sesuai dengan tujuan dan scope jurnal, jika tidak sesuai berarti anda mesti mencari jurnal lain yang lebih tepat. Ada jurnal yang hanya menerima artikel penelitian, laporan penelitian dan tidak menerima literature review. Disisi lain ada juga jurnal yang memiliki spektrum keilmuan yang sangat luas, yang akan menerima draft apa saja yang anda submit. Dalam jurnal-jurnal ekonomi, ada jurnal yang focus ke kajian kuantitatif atau kualitatif saja. Ada juga yang hanya focus ke *theoretical based* saja (konseptual) atau ada yang juga tetap menerima *empirical based paper*. Semua ini tertuang dalam OJS mereka pada bagian ‘ Aim and Scope’.
2. Check **Archives Journal** (for detail information about perspective analysis). Agar lebih yakin dengan aim and scope dari jurnal yang dituju, tidak ada salahnya juga untuk membuka “archives” jurnal. Lihat artikel terdahulu yang sudah diterbitkan, agar kita semakin yakin dengan scope jurnal yang dituju



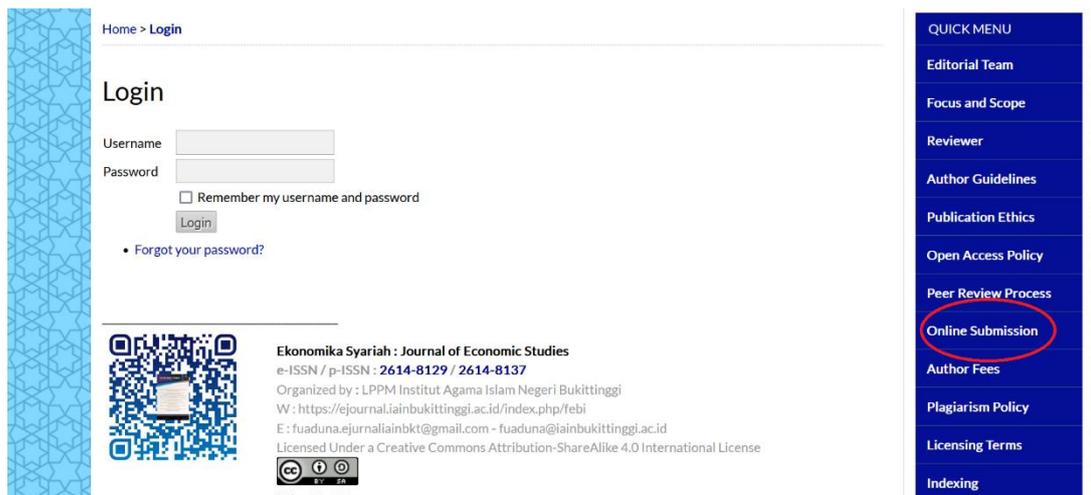
3. Check **Editorial Team.** Jika ingin lebih pasti lagi, cek keilmuan dan academic record dari pengelola jurnal terutama editor in chief. Keilmuan mereka biasanya tidak akan jauh dari jurnal yang mereka kelola, cek saja akun Google Scholarnya.
4. **Author Fee.** Tidak semua jurnal berbayar, jadi sebaiknya dipastikan dulu berapa fee yang ditetapkan oleh penerbit. Yang perlu diingat adalah jangan menanyakan berapa “author fee” dengan cara menghubungi editor melalui japri. Selain karena hal ini tidak etis, bisa jadi jurnal yang awalnya tidak berbayar justru akan menjadi berbayar. Yaa, begitulah..you know, i know, we know.. 😊



5. **Author Guidelines.** Bagian ini sangat penting untuk dilihat karena akan memberikan arahan tentang struktur dari artikel. Apa yang mesti disajikan dalam introduction, literature review, result and discussion serta conclusion. Pada umumnya jurnal-jurnal di bidang ekonomi, manajemen dan bisnis menerapkan metode IMRAD (intro-method-result and discussion) pada struktur artikel, namun sebaiknya dipastikan pada author guidelines nya dan jangan membuat suka-suka. Jika di OJS nya tersedia template (dalam word), anda tak punya pilihan lain selain mengikuti template jurnal mereka. Perhatikan juga style referensi yang di pakai oleh jurnal (APA, ASA, MHRA, Chicago, Harvard atau lainnya) dan gunakan reference manager untuk membuat referensi (seperti Mendeley, Zotero, end note dan lainnya)



6. **Online Submission.** akhirnya, lakukan proses submit secara online di OJS. Ikuti petunjuk submission, karena kita mesti registrasi dulu sebelum login untuk proses submit. Gunakan email yang layak (berisi nama asli, bukan email lucu-lucuan untuk medsos ya). Akan lebih baik jika menggunakan email institusi, atau dalam @gmail.com



Bagaimana Langkah- Langkah Dalam Menyiapkan Artikel?. Hal yang paling penting sebelum submit tentu saja anda punya artikel. Berikut adalah Langkah-langkah praktis dalam menyiapkan sebuah artikel agar layak untuk di submit di OJS.

Judul Artikel. Membuat judul dari sebuah artikel Judul yang dibuat memenuhi kriteria, menarik, spesifik, informatif, directness in writing, simple language. Bukan hal mudah untuk menyajikan judul skripsi menjadi judul jurnal, karena pada umumnya judul skripsi pada umumnya panjang, local-based dengan kasus yang detail dan kurang menarik jika diadopsi begitu saja kedalam artikel. Butuh kemampuan untuk menarasikannya secara spesifik, informatif dan directive namun tidak keluar dari konteks yang dibahas. Menyajikan sebagian dari hasil skripsi yang paling menonjol adalah sebuah solusi yang bagus sehingga judul juga bisa dibuat lebih spesifik dan menarik. Jadi tidak semua konten skripsi disajikan dalam jurnal, cukup bagian yang paling menarik dan update saja. Beberapa jurnal terkadang mensyaratkan jumlah kata maksimal dalam judul yang mesti di ikuti oleh penulis, namun jika tidak dipersyaratkan buatlah 15 -20 kata.

Author Identity (Identitas Penulis). Pada beberapa jurnal international bereputasi yang menerapkan *blind review*, editor jurnal biasanya mensyaratkan penulis mengirim dua file, pertama yang berisi draft artikel tanpa nama penulis dan yang kedua adalah halaman judul saja yang memuat identitas lengkap penulis. Namun pada banyak jurnal nasional di Indonesia, hal ini tidak dilakukan. Jadi silahkan saja menulis nama identitas penulis pada artikel, dengan memosisikannya dibawah judul, yang memuat:

- ✓ Nama penulis (tanpa gelar)
- ✓ Nama institusi
- ✓ Alamat korespondensi (biasanya hanya ada satu *correspondent author*)
- ✓ Email penulis (usahakan dengan email resmi/buka email lucu-lucuan, dengan @gmail atau institutional email akan lebih baik).

Jika artikel diadopsi dari skripsi atau tesis, biasanya penempatan pembimbing ada di posisi penulis kedua, ketiga dan seterusnya. Penulis pertama adalah mahasiswa yang bersangkutan. Jika artikel adalah kerja tim atau bukan dari skripsi dan dosen adalah initiator-nya, penempatan *first author* dapat disesuaikan saja, karena ini hanyalah masalah etika dan kelaziman saja.

Gunakan email institusi jika memungkinkan, namun jika tidak pilihan menggunakan Gmail adalah *second best*, yang penting email yang digunakan adalah email aktif. Pengelola jurnal tidak akan mengontak anda melalui WhatsApp atau aplikasi chat lainnya, sehingga perlu dipastikan email yang digunakan adalah email aktif dengan nama penulis tertera jelas di email tersebut, bukan dengan nama-nama yang nyeleneh atau nama-nama alias lainnya.

Abstract (Abstrak). Abstrak merupakan ringkasan dari isi artikel yang ditulis dengan singkat dan padat dalam 150-200 kata atau sesuai dengan gaya jurnal masing-masing. Untuk jurnal nasional, abstrak disajikan dalam dua Bahasa, English dan Indonesia. Namun untuk jurnal international hanya dalam satu Bahasa yaitu English. Abstrak berisikan statement problem, tujuan, metode, disain riset, result, conclusion dan contribution. Abstrak pada artikel jurnal hanya dibuat dalam satu paragraf yang padat dan ringkas, bukan seperti abstrak pada skripsi yang panjang dan detail.

Keyword (Kata Kunci). Dalam jurnal berbahasa Indonesia, kata kunci biasanya diminta dalam dua bahasa, Inggris dan Indonesia dengan dua kelompok abstrak juga. Dalam jurnal international bereputasi tentu saja kata kunci ditulis dalam Bahasa Inggris. Kata kunci mesti merefleksikan konsep atau variable yang dibahas. Data ditulis dalam 3-5 kata kunci, atau disesuaikan dengan gaya jurnalnya. Sebagian peneliti menyarankan untuk menempatkan kata kunci dari kata-kata yang tidak ada di judul, namun hal ini tidak menjadi masalah sejauh kata kunci yang dibuat merefleksikan tentang issue utama yang dibahas dalam artikel tersebut.

Introduction (Pendahuluan). Pendahuluan harus memberikan pernyataan yang jelas tentang masalah yang dibahas. Berbeda dengan tesis atau skripsi, dimana introduction ini lebih didominasi data awal atau hasil observasi awal, yang paling utama dalam jurnal hanyalah research gap. Apa distingsi dari artikel ini? Apa kontribusi teoritisnya? Jikapun tidak terlihat pengembangan teoritis, setidaknya ada pengembangan keilmuan atau metodologis atau kebijakan yang di tawarkan. Pada jurnal international bereputasi, novelty merupakan syarat utama yang mesti terlihat. Tujuan penelitian harus ditekankan dengan jelas di akhir pendahuluan atau dibagian terpisah, sesuai dengan gaya masing-masing jurnal. Secara umum, berikut adalah bagian yang mesti ada di pendahuluan sebuah artikel:

- ✓ Statement problem
- ✓ Fenomena gap
- ✓ Research Gap
- ✓ Tujuan penelitian
- ✓ Kontribusi studi

Literature Review and Hypotheses Development. Tinjauan pustaka harus membahas studi teoritis dan empiris pada kajian-kajian terdahulu yang menjadi dasar dari studi saat ini. Penulis didorong untuk meninjau artikel terbaru dan dari jurnal-jurnal bereputasi dan terakreditasi dengan baik. Tujuannya tentu saja untuk dapat memunculkan research gap. Jika ada Core Theory yang mesti dirujuk, akan lebih baik diambil dari literature primer, namun untuk dapat memunculkan research gap akan lebih baik disitasi artikel terupdate dalam 5 tahun terakhir. Jika ada hipotesis yang mesti disajikan maka pengembangan model dan hipotesis harus dikembangkan dan disajikan dengan berdasarkan literature review ini. Bangunan hipotesis memang muncul dari kajian -kajian terdahulu yang relevan dengan riset. Hindari menyajikan teori seperti dengan gaya skripsi atau tesis, dengan bertingkat-tingkat, bernomor-nomor dan terbagi dalam berbagai sub-bagian. Cukup sajikan saja teori utama dan teori pendukung yang menjadi dasar dalam membangun hipotesis. Sajikan dalam bentuk alinea-alinea yang padat, sekitar 5-6 alinea, lalu akhiri dengan mengemukakan hipotesis.

Method (Metode). Metode harus memberikan rincian yang cukup baik dari disain riset yang digunakan, instrumen yang digunakan dan prosedur yang diikuti untuk memungkinkan pekerjaan dielaborasi oleh peneliti lain. Pendekatan penelitian mesti jelas diungkap dalam metode. Untuk kajian-kajian kuantitatif, berikut beberapa hal yang mesti diungkap dalam bagian metode:

- ✓ Disain riset
- ✓ Variabel dan Pengukurannya
- ✓ Data dan Teknik pengumpulan data
- ✓ Populasi dan Sampel, dan Teknik sampling
- ✓ Teknik analisis data dan pengujian model

Tidak seperti pada tesis atau skripsi, bagian metode ini tidak perlu diungkap secara detail. Narasikan saja dalam 1-3 alinea yang padat. Hindari penomoran yang bertingkat-tingkat atau sub bagian yang akan membuat artikel terlihat gemuk dibagian metode. Bagian yang mestinya lebih banyak bukan metode, tapi pada bagian hasil dan pembahasan.

Result and Discussion. Hasil penelitian disajikan secara terstruktur, dengan berfokus dalam menjawab rumusan masalah atau statement problem yang diungkap di pendahuluan. Pembahasan dalam artikel bertujuan untuk menginterpretasi atau menafsirkan temuan-temuan, mengaitkan hasil temuan penelitian dengan struktur teori dan pengetahuan yang telah mapan; atau memunculkan teori-teori baru atau modifikasi teori yang telah ada. Bandingkan pekerjaan Anda dengan studi lainnya yang telah dilaporkan dalam literature review. Diskusikan bedanya atau diskusikan kontribusi yang dihasilkan dengan kajian terdahulu. Dalam diskusi, presentasi yang jelas tentang penerapan temuan penelitian untuk praktik bisnis harus ditekankan. Beberapa hal yang penting dibagian ini adalah:

- ✓ Interpretasikan hasil temuan dengan mengacu pada statement problem dan tujuan penelitian
- ✓ Kaitkan hasil temuan dengan teoritis yang sudah dibangun di bagian literature review secara sistematis, analisis kritis, dan informatif.
- ✓ Bandingkan hasil temuan anda dengan temuan di kajian terdahulu. Ungkap bedanya, ungkap penguatan nya berada dimana. Jika sejalan kenapa, jika tidak kenapa? Kaitkan dengan jawaban teoritis setiap justifikasi yang dibuat.
- ✓ Penggunaan tabel, gambar dan lainnya hanya untuk mendukung atau memperjelas pembahasan dan terbatas hanya untuk mendukung informasi yang substansial, misalnya tabel uji statistik, hasil pengujian model. Jangan sampai bagian ini didominasi hasil-hasil tabel statistik.
- ✓ Hasil uji kualitas data, cukup disajikan seperlunya saja
- ✓ Pembahasan hasil harus bersifat argumentatif mengenai relevansi hasil, teori, penelitian sebelumnya dan fakta empiris, serta menunjukkan kebaruan temuan.
- ✓ Ingat, bagian ini adalah kekuatan dari artikel, jadi sajikan dengan terstruktur, kritis dan informatif. Bagian discussion dibuat dengan bahasa yang argumentative.

Kesimpulan dan Saran/ Conclusion and Suggestion/ Conclusion and Recommendation/ Conclusion and Implication. Pada masing-masing jurnal tentunya memiliki kekhasan untuk menamai bagian ini .Ada jurnal yang lebih focus pada rekomendasi namun ada juga yang hanya meminta implikasi dari artikel, bisa dalam bentuk implikasi teoritis, implikasi kebijakan.manajerial dan lainnya. Lihat arsip jurnal yang ada di OJS, perhatikan lagi style di setiap penerbitan, jika tidak ada ditulis dalam template. Intinya, bagian ini adalah simpulan dan saran, dan beberapa hal yang mesti ada adalah:

- ✓ Kesimpulan dari temuan (minimal bagian ini yang mesti ada di jurnal-jurnal nasional)
- ✓ Clarity of new findings (kebaharuan temuan ini sangat penting bagi jurnal international bereputasi)
- ✓ Contribution for new theories (kontribusi teoritis ini sangat penting bagi jurnal international bereputasi)
- ✓ Limitation (keterbatasan studi)
- ✓ The possibility of the future research development. (rekomendasi bagi kajian mendatang)

Referensi (References). Referensi harus disesuaikan dengan mengikuti template jurnal dan menggunakan Reference Manager (Mendeley, Zotero, End Note, Reffwork atau lainnya). Beberapa jurnal mensyaratkan Style tertentu pada Reference Manager misal mengikuti gaya American Psychological Association (APA 6th), MHRA (Modern Humanities Research Association 3rd edition) harvard dan atau lainnya. Referensi tidak boleh disisipkan sebagai catatan kaki. Referensi diharapkan 80% sumber primer berasal dari jurnal nasional dan internasional dalam 5 tahun terakhir. Untuk Core Theory, tidak masalah menggunakan *old-literatures*. Usahakan minimal terdapat 40 literature dalam bagian ini. Jika artikel akan di submit ke jurnal international, gunakan hanya literature berbahasa Inggris. Sebagai bentuk penghargaan bagi penerbit, usahakan untuk mensitasi beberapa jurnal dari publisher berangkutan.

EKONOMIKA SYARIAH:

For information about Journal please visit

<http://ejournal.iainbukittinggi.ac.id/index.php/febi/index>

Please submit your article using Online Submission System through following link:

<http://ejournal.iainbukittinggi.ac.id/index.php/febi/about/submissions#onlineSubmissions>

Berikut adalah beberapa artikel jurnal collaborative dosen-mahasiswa, dari skripsi-tesis dan hasil kerja tim riset di lab kami “methodology assistance”. Moga menginspirasi..!!

1. Sari, Mela Indah Permata dan Hesi Eka Puteri. "[Mengestimasi Efek Pengetahuan Dan Motivasi Investasi Terhadap Keputusan Pembelian Saham Syariah.](#)" *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen* 6, no. 2 (2022).
2. Puteri, Hesi Eka, Niyara Arinda, Cahya A. Mulyana, Deni O. Puspita, and Vira A. Husna. "[Examining the Determinants of Using e-Money Prepaid Software for Millennial Generation.](#)" *European Journal of Business and Management Research* 7, no. 2 (2022): 183-191.
3. Puteri, Hesi Eka, M. Arifin, and Hidayatul Arief. "[Social Performance of Islamic Microfinance Institutions: Examining the Financial Sustainability as Driving Factor.](#)" *International Journal of Applied Business Research* (2022): 151-167.
4. [Puteri, H.E., Parsaulian, B. and Azman, H.A.](#) (2022), "Potential demand for Islamic banking: examining the Islamic consumer behavior as driving factor", *International Journal of Social Economics*, Vol. 49 No. 7, pp. 1071-1085. <https://doi.org/10.1108/IJSE-10-2021-0614>
5. [Puteri, Hesi Eka](#), M. Arifin, and Hidayatul Arief. "Social Performance of Islamic Microfinance Institutions: Examining the Financial Sustainability as Driving Factor." *International Journal of Applied Business Research* (2022): 151-167.

6. Puteri, Hesi Eka, Niyara Arinda, Sandra Dewi, and Guspita Sari " Self-Control and Consumptive Behavior Control in Purchasing Internet Services for Social Networking Among Muslim Millennials." *European Journal of Humanities and Social Sciences* (2022) . www.ej-social.org.
7. Rahmat, Arif, Asyari Asyari, and Hesi Eka Puteri. "[Pengaruh hedonisme dan religiusitas terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.](#)" *Ekonomika Syariah: Journal of Economic Studies* 4, no. 1 (2020): 39-54.
8. Predicting The Impact of Commercialization Factors On The Social Mission of Islamic Microfinance Institution For Muslim Community , [ISLAM REALITAS: Journal of Islamic & Social Studies Vol. 6, No. 1, January- June 2020](#)
9. Irawan, Feri, and Hesi Eka Puteri. "[Interaksi Aspek Permodalan, Risiko Pembiayaan, Dan Indikator Makroekonomi Dalam Mempengaruhi Profitabilitas Bprs Di Indonesia Periode 2014-2018.](#)" *Jurnal Benefita* 5, no. 3 (2020): 401-412.
10. Irfayunita, Febby, Miswardi Miswardi, and Hesi Eka Puteri. "[Pengaruh Nisbah Bagi Hasil Terhadap Preferensi Masyarakat Memilih Produk-Produk Pendanaan Pada Perbankan Syariah Dengan Faktor Financial Literacy Sebagai Variabel Intervening.](#)" *Jurnal Benefita* 4, no. 1 (2019): 14-25..
11. Puteri, Hesi Eka, and Seflidiana Roza. "[Culture-Oriented Credit Management in Rural Bank as the Driving Factor in Creating Financial Inclusion](#) (Survey in Rural Banks in West Sumatera Province)." *Proceeding of Community Development* 1 (2018): 93-106.

Mengestimasi Efek Pengetahuan Dan Motivasi Investasi Terhadap Keputusan Pembelian Saham Syariah

Mela Indah Permata Sari^a, Hesi Eka Puteri^b
^{a,b} Universitas Islam Negeri (UIN) Bukittinggi

Corresponding author: hesiekaputeri@gmail.com

ABSTRACT

The commitment of investors to invest their funds in Islamic stock instruments is influenced by various rational considerations because the decision to invest in stocks is closely related to risk and return. This study aims to analyze the effect of knowledge and investment motivation on purchasing decisions of sharia stock by society in the city of Bukittinggi. This type of research is a field research with a quantitative approach. This research picks up Bukittinggi as a sampling area with a sample of 100 Sharia stock investors, which were selected purposively. The results of the study prove that there is a significant positive influence of knowledge and investment motivation on sharia share purchase decisions with a contribution of 63.8%, while the remaining 36.2% is influenced by other variables outside the model. The higher the level of knowledge and investment motivation, the greater the decision to purchase sharia stock. This finding convinces potential investors and policy makers of the importance of stock knowledge and investment motivation in order to avoid risk. This study can be an important reference regarding the need for appropriate socialization and marketing strategies based on consumer behavior in developing market share of Islamic stocks in the secondary market.

Keywords: Investment Knowledge, Investment Motivation, Sharia Stock Purchase Decision

Abstrak

Komitmen investor untuk menempatkan dana pada instrument saham syariah dipengaruhi oleh berbagai pertimbangan rasional karena keputusan pembelian saham sangat terkait dengan resiko dan imbal hasil. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengetahuan dan motivasi investasi terhadap keputusan pembelian saham syariah pada masyarakat Bukittinggi. Jenis penelitian ini adalah *field research* dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini mengambil area sampling kota Bukittinggi dengan jumlah sampel yang ditarik secara purposive sebanyak 100 investor saham syariah ritel. Hasil penelitian membuktikan adanya pengaruh yang positif signifikan dari pengetahuan dan motivasi investasi terhadap keputusan pembelian saham syariah dengan kontribusi sebesar 63,8% sedangkan sisanya 36,2% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model. Semakin tinggi tingkat pengetahuan dan motivasi investasi masyarakat maka keputusan untuk melakukan pembelian saham syariah juga semakin besar. Temuan ini meyakinkan calon investor dan pengambil kebijakan akan pentingnya pengetahuan tentang saham dan motivasi investasi agar terhindar dari resiko. Studi ini dapat menjadi acuan penting tentang perlunya sosialisasi dan strategi marketing yang tepat dan berbasis perilaku konsumen dalam pengembangan penjualan saham Syariah dipasar sekunder.

Kata Kunci : Pengetahuan Investasi, Motivasi Investasi, Keputusan Pembelian Saham Syariah.

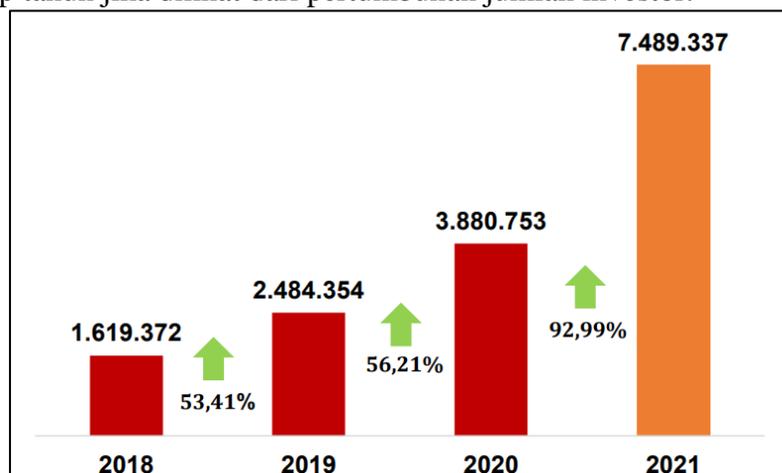
PENDAHULUAN

Investasi Syariah merupakan salah satu instrument keuangan yang berperan penting dalam pembangunan ekonomi masyarakat. Dengan jumlah penduduk muslim di Indonesia yang sangat tinggi yang setara dengan 86,9% dari total penduduk Indonesia (<https://dataindonesia.id>, 2022), tentu saja berpotensi tinggi dalam pengembangan instrumen keuangan syariah. Pertumbuhan pasar modal syariah telah mendorong kebutuhan pasar akan produk-produk yang mampu mengatasi masalah likuiditas keuangan syariah dan kehadiran pasar modal syariah ini juga diharapkan dapat membantu perekonomian negara. Kehadiran produk pasar modal syariah membuka peluang berinvestasi bagi masyarakat yang

mempercayai bahwa produk investasi non syariah mengandung elemen yang di haramkan islam (Abdalloh, 2019; Soemitra, 2014).

Secara teoritis, investasi Syariah dapat diartikan sebagai sebuah upaya atau komitmen menanamkan sejumlah dana pada satu atau lebih aset selama beberapa periode pada masa mendatang (Ferlianto, 2013; Widioatmodjo, 2013). Investasi juga merupakan salah satu ajaran dan konsep islam yang memenuhi proses *tadrij* dan *trichotom*. QS Al-Hasyr:18 mengungkapkan “*Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah Setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat); dan bertakwalah kepada Allah, Sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.*” Dapat dipahami bahwa Allah Swt menjelaskan tentang simpanan untuk kemudian hari, dimana Allah akan memberikan kemudahan kepada orang-orang yang mempunyai simpanan atau tabungan untuk bisa dipergunakan dikemudian hari. Saham syariah merupakan surat berharga bukti penyerahan modal kepada perusahaan dan dengan bukti penyertaan pemegang saham berhak mendapatkan bagian hasil dari usaha perusahaan tersebut. Saham syariah di pasar modal merupakan prinsip hukum islam dalam kegiatan syariah dipasar modal berdasarkan Fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia, sepanjang fatwa yang dimaksud tidak bertentangan dengan peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) penerapan prinsip syariah di pasar modal (Alam & Abidin, 2021).

Data empiris memperlihatkan bahwa perkembangan investor pasar modal cenderung meningkat setiap tahun jika dilihat dari pertumbuhan jumlah investor.



Gambar 1. Grafik Pertumbuhan Jumlah Investor Pasar Modal Tahun 2021

Sumber: <https://www.ksei.co.id/> (Diolah)

Gambar 1 memperlihatkan bahwa grafik pertumbuhan jumlah investor pasar modal sepanjang empat tahun terakhir. Dari gambar 1 dapat dilihat jumlah investor yang terdaftar di pasar modal mengalami kenaikan setiap tahunnya. Rentang tahun 2018 ke 2019 mengalami kenaikan investor ke 53,41%. Pada rentang tahun 2019 ke tahun 2020 naik menjadi 56,21% dan pada rentang tahun 2020 ke tahun 2021 mengalami kenaikan dengan total angka 92,99%. Hal ini menyiratkan adanya antusias yang tinggi dari masyarakat untuk terjun ke pasar modal terutama untuk segment retail di pasar sekunder.

Pengamatan lebih lanjut memperlihatkan bahwa perkembangan saham syariah ini masih relatif baru dibandingkan dengan produk dan layanan keuangan yang sudah eksis lebih dulu di perbankan syariah. Dikarenakan perkembangan saham syariah tidak terlepas dari berbagai macam faktor mempengaruhinya sehingga perubahan dari faktor-faktor tersebut

dapat mempengaruhi saham syariah baik positif maupun negatif. Data pada tabel 1 memperlihatkan kapitalisasi pasar bursa efek Indonesia dari tahun 2018 sampai dengan 2021.

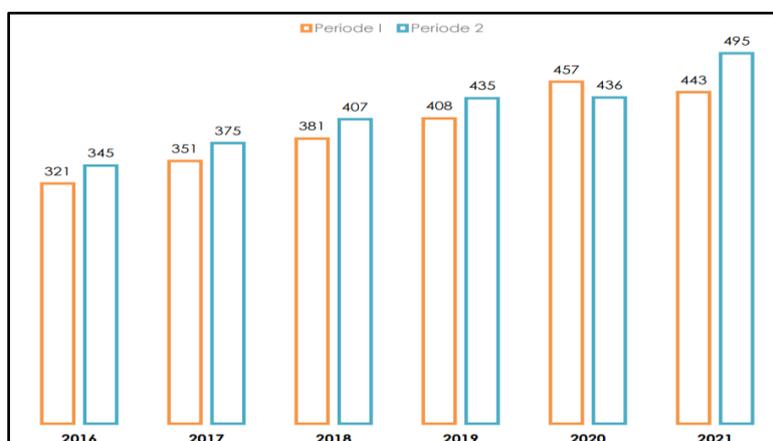
Tabel 1. Kapitalisasi Pasar Bursa Efek Indonesia

Tahun	Jumlah Islamic Index	Indeks Saham Syariah Indonesia	Jakarta Islamic Index 70	IDX-MES BUMN 17
2018	2.239.507,78	3.666.688,31	2.715.851,74	-
2019	2.318.565,69	3.744.816,32	2.800.001,49	-
2020	2.058.772,65	3.344.926,49	2.527.421,72	-
2021	2.015.192,24	3.983.652,80	2.539.123,39	692.735,15

Sumber : <http://www.ojk.go.id>, 2022

Berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan tahun 2022 pada table 1 dapat dilihat bahwa kapasitas pasar bursa efek Indonesia terus mengalami perubahan yang fluktuatif setiap tahunnya. Indeks Saham Syariah di Indonesia bervariasi sesuai dengan iklim bisnis dan kinerja bursa efek dan respon masyarakat terhadap pembelian saham syariah di Indonesia. Angka ini cenderung turun pada tahun 2020 yaitu sebesar 3.344.926,49. Dapat dipahami karena periode ini terjadi krisis kesehatan global Covid-19 yang juga untuk mempengaruhi kinerja saham syariah di Indonesia. Pada tahun 2021 juga mengalami penurunan dari tahun 2020 dimana jumlah Islamic Index dengan selisih 43,580.41 sedangkan selisih indeks saham syariah Indonesia mengalami kenaikan dari tahun sebelumnya yaitu 638,726.31 dan selisih Jakarta Islamic Index 70 juga mengalami kenaikan 11,701.67. dan IDX-MES BUMN 17 adalah 692.735,15. Dengan demikian terlihat bahwa tahun 2021 adalah masa awal kebangkitan untuk perbaikan performa saham syariah di Indonesia.

Table 2 berikut memperlihatkan lebih detail perkembangan saham syariah yang ada di Indonesia dalam bentuk Daftar Efek Syariah (DES) yang menggambarkan terjadinya peningkatan setiap tahunnya. Dari gambar 2 dapat dilihat perkembangan saham syariah di pasar modal tahun 2018 periode 1 yaitu 382 mengalami kenaikan pada periode 2 selisih 26, pada tahun 2019 periode 1 mengalami kenaikan dari tahun sebelumnya yaitu 27 masih ditahun yang sama periode ke 2 mengalami kenaikan dengan 435. Pada tahun 2020 perkembangan saham syariah periode 1 mengalami kenaikan dari tahun-tahun sebelumnya yaitu 457 tetapi pada periode 2 pada tahun yang sama mengalami penurunan dengan selisih 21 tetapi masih unggul dari tahun sebelumnya. Pada tahun 2021 mengalami kenaikan lagi di periode 1 ke angka 443 dan pada periode 2 mengalami kenaikan lagi ke angka 495.



Gambar 2. Grafik Jumlah Saham Syariah Dalam Daftar Efek Syariah (DES), Desember 2021

Sumber : <http://www.ojk.go.id> (Diolah)

Fenomena tentang perilaku pembelian saham syariah ini juga teramati di kota Bukittinggi. Motivasi masyarakat untuk berinvestasi teramati masih rendah dan masyarakat kurang melek dengan mekanisme pembelian saham. Tingkat melek saham, pengetahuan tentang produk investasi, motivasi berinvestasi dan beberapa hal lainnya teridentifikasi berpengaruh kepada keputusan pembelian saham syariah oleh masyarakat. Sebenarnya Bank Indonesia dan OJK sudah memperkenalkan pasar modal kepada masyarakat dimana BEI gencar mengenalkan "Yuk Nabung Saham". Program ini merupakan sebuah kampanye yang mengajak masyarakat Indonesia untuk berinvestasi di pasar modal melalui "*share saving*". Hanya dengan berbekal mulai Rp 100.000,- setiap bulannya, masyarakat dapat membeli saham melalui perusahaan sekuritas. Namun demikian, sosialisasi tentunya tidak menyentuh semua lapisan masyarakat.

Dengan adanya program tersebut diharapkan memberikan manfaat dan motivasi bagi masyarakat Bukittinggi dalam meningkatkan perekonomian masyarakat. Rendahnya motivasi tersebut disebabkan oleh rendahnya pengetahuan dan pemahaman masyarakat mengenai investasi di pasar modal. Motivasi untuk berinvestasi cenderung menurun seiring waktu dikarenakan kesibukan dari masyarakat sendiri. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk mengukur seberapa besar tingkat motivasi masyarakat untuk berinvestasi di saham syariah. Pengetahuan dasar mengenai investasi hal yang sangat penting yang harus diketahui oleh para investor. Pengetahuan investor merupakan pengetahuan dasar yang dimiliki seseorang untuk melakukan investasi, baik itu pengetahuan tentang apa itu portofolio saham, tingkat keuntungan maupun tingkat resiko. Hal ini agar para investor terhindar dari praktek-praktek investasi yang tidak rasional dan resiko kerugian yang akan terjadi harus diketahui oleh para investor. Oleh karena itu diperlukan pengetahuan yang cukup untuk menganalisis efek-efek yang akan dibeli dalam melakukan investasi di pasar modal syariah. Pengetahuan yang memadai sangat diperlukan agar terhindar dari kerugian saat berinvestasi di pasar modal syariah, seperti pada instrumen saham syariah. Saham syariah relatif masih kurang dikenal oleh masyarakat umum karena saham syariah umumnya dikenal oleh kalangan investor, peraku bisnis dan praktisi, untuk mengatasi masalah ini diperlukan sosialisasi dengan cara memberikan seputar pengetahuan, motivasi dan edukasi untuk mengenalkan instrumen Saham Syariah yang ada di pasar modal (Soemitra, 2014, 2021).

Beberapa kajian terdahulu terkait perilaku pembelian saham syariah ini telah memberikan temuan-temuan yang variatif dan memperkaya analisis tentang perilaku investor di pasar sekunder. Terungkap beberapa studi yang menemukan bahwa tingkat pengetahuan tentang saham syariah berpengaruh signifikan terhadap minat investasi (Khumaini & Nadiya, 2021; Pratama & Lastiati, 2021; Supriadi, 2019). Studi lainnya juga menemukan hubungan yang positif antara tingkat pengetahuan investasi terhadap keputusan untuk berinvestasi di pasar modal (Burhanudin et al., 2021; Kurniawan, 2021). Seseorang dengan tingkat pengetahuan yang baik tentang produk dan jasa keuangan yang ditawarkan tentunya memiliki peluang lebih besar dalam membuat keputusan pembelian saham syariah. Selain itu motivasi investasi juga memiliki keterkaitan yang erat dengan minat investasi (Khumaini & Nadiya, 2021; Yunia et al., 2021) atau keputusan melakukan investasi saham Syariah (Darmawan & Japar, 2019; Pratama & Lastiati, 2021; Supriadi, 2019). Motivasi adalah sebuah proses dimana calon investor mengetahui dengan baik produk apa yang akan mereka beli sebelum

memutuskan untuk bertindak dengan melakukan pembelian terhadap penawaran saham syariah.

Berdasarkan uraian fenomena ini dan pentingnya untuk mempelajari perilaku masyarakat dalam pembelian saham Syariah, paper ini ditulis dengan harapan dapat memberikan kontribusi bagi pengambil kebijakan dalam mempopulerkan program "Yuk Nabung Saham" di Indonesia. Pemilihan area sampling yang mengambil masyarakat kota Bukittinggi diharapkan dapat memberikan gambaran tentang perilaku konsumen saham pada sebuah kota dagang dan wisata dimana orang-orangnya selain suka berdagang juga diharapkan suka berinvestasi.

KAJIAN LITERATUR

Perilaku pembelian saham syariah merupakan sebuah kajian yang menarik dalam ranah penelitian perilaku konsumen dalam bidang keuangan syariah. Saham Syariah menjadi salah satu instrument pasar modal yang terakselerasi cukup cepat terutama pada masa pandemic covid-19. Selain karena imbal hasil yang menarik, proses pembelian saham di pasar sekunder juga semakin mudah misalnya melalui aplikasi *Online Trading*.

Teori Perilaku Konsumen. Keputusan pembelian meliputi beberapa tahapan yang dilakukan oleh konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian terhadap suatu produk dan jasa. Keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen atau pembeli dipengaruhi oleh kebiasaan seseorang dan beberapa faktor lain yang bersifat internal dan external (Hoyer et al., 2013; Kotler & Armstrong, 2018; Schiffman et al., 2010). Secara umum, teori perilaku konsumen memperlihatkan bahwa faktor budaya, social, pribadi dan psikologis adalah hal-hal umum yang mempengaruhi keputusan pembelian terhadap suatu barang dan jasa (Sudirman, 2020). Studi lainnya juga menyimpulkan faktor-faktor dasar dalam perilaku konsumen menjadi alasan utama yang mempengaruhi konsumen dalam meminta produk dan layanan keuangan syariah (Hesi Eka Puteri, Parsaulian, et al., 2022).

Faktor budaya mengacu pada kumpulan dari nilai dasar, persepsi, keinginan dan perilaku yang dipelajari oleh anggota masyarakat dari keluarga dan intuisi lain. Faktor sosial adalah faktor yang lingkungan seseorang sehingga bisa mempengaruhi keputusan seseorang atau individu yang meliputi kelompok, keluarga, peran dan status. Faktor pribadi merupakan faktor yang ada dalam diri seseorang yang dapat mempengaruhi seseorang atau individu untuk mengambil suatu keputusan, dan adapun faktor pribadi yaitu: usia, status ekonomi, pekerjaan, gaya hidup dan kepribadian. Sedangkan faktor psikologi yaitu faktor yang timbul dari dalam pikiran seseorang atau individu adapun faktor psikologi yaitu meliputi motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan dan sikap.

Saham Syariah. Saham syariah secara sederhana dapat diartikan sebagai saham perusahaan emiten yang kegiatan usahanya tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah Islam. Saham merupakan suatu aset berharga yang mempresentasikan penyertaan modal di dalam suatu perusahaan (Serfiyani et al., 2021; Widioatmodjo, 2015). Hukum mengenai saham syariah belum ada secara jelas dan pasti di dalam Al-quran ataupun hadis. Para ulama dan fuqaha kontemporer berusaha untuk menemukan rumusan kesimpulan tersendiri dengan cara

ijtihad mengenai saham ini. Para fuqaha kontemporer berselisih pendapat tentang saham ini dan Sebagian mereka membolehkan transaksi jual beli saham dan sebagian lagi tidak membolehkan. Menurut Wahbah al Zuhaili, bermuamalah dengan melakukan transaksi atas saham hukumnya boleh, karena pemilik saham adalah mitra dalam perseroan dengan saham yang dimilikinya. Pendapat para ulama yang memperbolehkan jual beli saham serta pengalihan kepemilikan porsi suatu surat berharga berdasarkan pada ketentuan bahwa semua itu disepakati dan diizinkan oleh pemilik versi lain dari suatu surat berharga. Keputusan Muktamar ke-7 Majma' Fiqh Islami tahun 1992 di Jeddah juga menyatakan bahwa boleh menjual dan menjaminkan saham dengan tetap memperhatikan peraturan yang berlaku di Perseroan. Fatwa Dewan Syariah Nasional Indonesia, dalam fatwa DSN-MUI No.40/DSN-MUI/2003, telah merumuskan bahwa jual beli saham boleh dilakukan (Uluya, 2020).

Pengetahuan investasi. Pengetahuan adalah suatu informasi yang didapat oleh seseorang dari suatu pembelajaran yang diterima dan telah diorganisasikan di dalam memori manusia. Investasi dapat diartikan sebagai bentuk komitmen untuk menanamkan sejumlah dana atau sumber dana untuk masa yang akan datang. Jadi pengertian pengetahuan investasi adalah Pengetahuan dasar yang dimiliki oleh seseorang untuk melakukan investasi (Sutedi, 2011). Beberapa faktor yang teridentifikasi dalam mempengaruhi pengetahuan investasi seseorang meliputi Pendidikan, informasi atau media massa dan lingkungan. Pendidikan adalah salah satu usaha untuk mengembangkan kepribadian dan kemampuan di dalam dan diluar untuk dimanfaatkan hasilnya seumur hidup. Informasi didapat dari sekolah maupun non sekolah memberikan pengaruh sehingga menghasilkan perubahan atau peningkatan pengetahuan. Sarana komunikasi, berbagai bentuk media masa diantaranya yaitu televisi, radio, surat kabar dan majalah. Lingkungan adalah sesuatu yang ada di sekitaran individu. Lingkungan berpengaruh terhadap proses masuknya pengetahuan kepada individu (Wiradnyana, 2018).

Motivasi Investasi. Motivasi adalah keadaan yang terdapat dalam diri seseorang yang mendorongnya untuk melakukan aktivitas tertentu guna mencapai suatu tujuan. Motivasi investasi adalah keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu untuk melakukan investasi. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi antara lain minat, sikap diri terhadap diri sendiri. Kebutuhan individual, dan kecakapan setiap individu. Promosi dan *Perceived Ease of Use* merupakan dua hal penting yang menentukan motivasi seseorang dalam menggunakan produk dan jasa keuangan, apapun jenisnya (Hesi Eka Puteri, Arinda, et al., 2022). Tidak mungkin seseorang akan termotivasi jika mereka tidak mengenal produk yang bersangkutan, apalagi tidak mengetahui secara pasti apa kegunaan dan manfaatnya dalam berinvestasi

Minat merupakan salah satu aspek psikologi yang mempunyai pengaruh cukup besar terhadap sikap keputusan yang akan dilakukan dan minat juga merupakan sumber motivasi yang akan mengarahkan seseorang dalam melakukan apa yang hendak mereka lakukan. Sedangkan sikap diri merupakan bagaimana sikap perilaku kita untuk dapat mengambil suatu tindakan yang harus ditetapkan dalam pengambilan suatu keputusan terhadap apa yang hendak dipilih. Kebutuhan individual merupakan kebutuhan yang diperuntukan bagi individu

yang sifatnya menjadi pribadi, sehingga orang yang satu dengan orang yang lain akan berbeda. Kemampuan merupakan kecakapan setiap individu untuk menyelesaikan pekerjaannya atau menguasai hal-hal yang ingin dikerjakan dalam suatu pekerjaan dan kemampuan juga dapat dilihat dari tindakan tiap-tiap individu. Pengetahuan mengacu pada suatu informasi yang didapat oleh seseorang dari suatu pembelajaran yang telah diterima dan telah diorganisasikan di dalam memori manusia.

Beberapa kajian terdahulu mengungkap keterkaitan antara tingkat pengetahuan, motivasi berinvestasi dan keputusan dalam melakukan investasi saham syariah. Pada beragam latar kasus dan waktu yang berbeda, terungkap beberapa studi yang menemukan bahwa tingkat pengetahuan tentang saham syariah berpengaruh signifikan terhadap minat investasi (Khumaini & Nadiya, 2021; Pratama & Lastiati, 2021; Supriadi, 2019). Studi lainnya juga menemukan hubungan yang positif antara tingkat pengetahuan investasi terhadap keputusan untuk berinvestasi dipasar modal (Burhanudin et al., 2021; Kurniawan, 2021). Motivasi investasi juga memiliki keterkaitan yang erat dengan minat investasi (Khumaini & Nadiya, 2021; Yunia et al., 2021) atau keputusan melakukan investasi saham Syariah (Darmawan & Japar, 2019; Pratama & Lastiati, 2021; Supriadi, 2019). Berdasarkan hasil penelusuran kajian literature dan beberapa kajian terdahulu dari studi-studi terkait, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: Pengetahuan investasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian saham syariah.

H2: Motivasi investasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian saham syariah.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini merupakan penelitian *field research* dengan pendekatan kuantitatif. Pengumpulan data yang bersifat kuantitatif dilakukan dengan menggunakan kuisioner yang diberikan kepada responden dan diolah dengan pendekatan statistika multivariat analysis dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan ditolak atau diterima. Dalam penelitian ini peneliti ingin melihat seberapa besar pengaruh pengetahuan dan motivasi investasi terhadap keputusan pembelian saham syariah. Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari dua yaitu data primer adalah data yang diperoleh dari sumber aslinya. Dalam penelitian ini data primer diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada masyarakat Bukittinggi yang tergabung di pasar modal. Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan peneliti dari berbagai sumber yang telah ada. Data sekunder diperoleh dari berbagai sumber seperti Kostodium Sentral Efek Indonesia (KSEI) dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK).

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *Non Probability* yaitu dengan *accidental sampling*, prosedur sampling yang memilih sampel dari orang atau unit yang mudah dijumpai atau diakses (H E Puteri, 2020). Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow, hal ini dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui atau tidak terhingga (Hesi Eka Puteri, 2014; Sugiyono, 2018). Berdasarkan perhitungan tersebut, dapat diasumsikan bahwa 100 orang responden tersebut dapat mewakili dari keseluruhan populasi.

$$n = \frac{z^2 \rho (1 - \rho)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 \cdot (1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3.8426 \cdot 0.25}{0,1^2}$$

$$n = 96.04 \approx 100$$

Keterangan: n = Jumlah Sampel, Z = Skor z pada kepercayaan 95% = 1.96, ρ = Maksimal Estimasi = 0.5d, α = Alpha = 0.5, d = sampling error = 0,1

Tabel 2. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
Keputusan Pembelian (Y)	Sebuah tahapan dalam pengambilan keputusan pembelian dimana konsumen melakukan kegiatan pembelian yang sesungguhnya	<ul style="list-style-type: none"> • Informasi Produk • Merek paling disukai • Sesuai keinginan dan kebutuhan • Rekomendasi orang lain
Pengetahuan Investasi (X1)	Pengetahuan Investasi merupakan rangkuman teori-teori yang telah dipahami terkait risiko return investasi dan keuntungan-keuntungan investasi lainnya.	<ul style="list-style-type: none"> • Pengetahuan Instrumen Keuangan • Tingkat Resiko Keuangan • Tingkat Pengembalian Investasi (<i>Return</i>)
Motivasi Investasi (X2)	Motivasi adalah dorongan dasar yang menggerakkan seseorang bertindak laku. Dorongan ini berada pada diri seseorang yang menggerakkan untuk melakukan yang sesuai dengan dorongan yang ada pada dirinya	<ul style="list-style-type: none"> • Kebutuhan Fisiologi • Rasa Aman • Sosialisasi dan Penghargaan • Aktualisasi Diri

Untuk mengukur variable pengetahuan Investasi, digunakan tiga indikator yaitu Pengetahuan Instrumen Keuangan, Tingkat Resiko Keuangan dan Tingkat Pengembalian Investasi dengan sepuluh butir instrumen penelitian. Selanjutnya untuk mengukur variable motivasi investasi, digunakan empat indicator yaitu kebutuhan fisiologi, rasa aman, sosialisasi dan penghargaan serta aktualisasi diri. Adapun untuk variable Keputusan Pembelian, digunakan empat indicator dari teori perilaku konsumen yang meliputi Informasi Produk, Merek paling disukai, Sesuai keinginan dan kebutuhan, serta Rekomendasi orang lain.

Berikut adalah persamaan model structural yang akan di estimasi dalam penelitian ini:

$$y = a + b_1x_1 + b_2x_2$$

Keterangan y = Keputusan Pembelian Saham Syariah, a = Nilai konstanta, b_1, b_2 = Koefisien estimasi, x_1 = pengetahuan tentang saham syariah dan x_2 = Motivasi membeli saham

Untuk mengestimasi persamaan model structural yang sudah dibangun, teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan persamaan regresi linier berganda yaitu analisis untuk lebih dari satu variabel independen. Teknik analisis regresi linier berganda dalam dipilih dalam penelitian ini karena dapat menyimpulkan secara langsung mengenai pengaruh masing-masing dari kedua variabel independen yang digunakan secara parsial maupun secara bersama-sama atau simultan. Sebelum melakukan interpretasi terhadap hasil regresi, maka terlebih dahulu dilakukan pengujian terhadap data penelitian tersebut, hal ini dilakukan untuk mengetahui apakah model tersebut dapat dianggap relevan atau tidak, pengujian yang dilakukan adalah uji pra penelitian meliputi uji validitas dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik seperti uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heterokedastisitas selanjutnya uji hipotesis meliputi Uji F-test, Uji t-test dan Koefisien Determinasi (R^2).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Fenomena tentang perilaku pembelian saham syariah oleh masyarakat di Kota Bukittinggi memperlihatkan hasil yang menarik untuk dibahas, terutama terkait faktor-faktor penentu keputusan pembelian investor terhadap saham syariah yang diperjualbelikan di pasar sekunder melalui berbagai platform.

Karakteristik Responden.

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan pada masyarakat Bukittinggi yang bergabung di pasar modal, terlihat pada table 3.

Tabel 3. Karakteristik Responden

Kategori	Jumlah	Persentase (%)
Jenis Kelamin		
Laki-laki	58	58%
Perempuan	42	42%
Jumlah	100	100%
Usia		
20-25 Tahun	12	12%
26-30 Tahun	7	7%
31-35 Tahun	13	13%
26-40 Tahun	21	21%
>40 Tahun	47	47%
Total	100	100%
Pekerjaan		
Pegawai Swasta	22	22%
Pegawai Negeri	38	38%
Mahasiswa	6	6%
Ibu Rumah Tangga	4	4%
Wiraswasta	30	30%
Pendapatan		
Rp.1.000.000-Rp. 2.000.000	8	8%

Rp.2.100.000-Rp. 3.000.000	6	6%
Rp.3.100.000-Rp. 4.000.000	11	11%
Rp.4.100.000-Rp. 5.000.000	23	23%
>Rp.5.000.000	52	52%
Total	100	100%

Sumber: data primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel 3 terlihat bahwa responden yang berjenis kelamin laki-laki yaitu sebanyak 58% atau 58 orang, sedangkan jenis kelamin perempuan sebanyak 42% atau 42 orang. Investor saham syariah di kota Bukittinggi di dominasi oleh mereka di rentang usia >40 tahun dengan persentase 47%. Karakteristik responden yang memutuskan membeli saham syariah berdasarkan pendapatan didominasi oleh mereka dengan pendapatan lebih dari Rp. 5.000.000 perbulan dengan persentase sebesar 52%. Dapat dipahami karena tabungan dan investasi hanya bisa dilakukan jika kebutuhan konsumsi sudah terpenuhi oleh calon investor. Kebanyakan dari responden berlatar belakang pegawai negeri sipil, yaitu sebanyak 38% dan diikuti oleh wiraswasta sebanyak 30%.

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.

Tabel 4 berikut adalah pengujian Validitas dan reliabilitas terhadap item-item instrumen penelitian. Berdasarkan tabel 4 dapat diketahui bahwa semua butir instrument yang digunakan dalam mengukur variable pengetahuan dinyatakan valid sehingga butir-butir pertanyaan tersebut dapat digunakan untuk mengukur tingkat pengetahuan. Nilai r-hitung (korelasi antar item) dalam kuisisioner memenuhi kriteria statistika yaitu lebih besar dari 0.3. Hasil uji validitas untuk item-item pengukur variable motivasi dan keputusan pembelian saham syariah juga memenuhi kriteria statistic yang memperlihatkan nilai yang lebih besar dari 0.3 untuk semua item instrument. Dari hasil uji validitas diatas diperoleh kesimpulan r hitung > r tabel. Sehingga dapat dikatakan semua butir pertanyaan yang berhubungan dengan pengetahuan, motivasi investasi terhadap keputusan pembelian saham syariah adalah valid.

Tabel 4. Uji Validitas

Variabel - Dimensi	Butir pertanyaan	r-hitung	Ket.
Pengetahuan			
Pengetahuan Instrumen	P1	0.486	Valid
	P2	0.567	Valid
	P3	0.513	Valid
	P4	0.724	Valid
Tingkat Resiko	P5	0.633	Valid
	P6	0.646	Valid
	P7	0.574	Valid
Tingkat Pengembalian	P8	0.539	Valid
	P9	0.615	Valid
	P10	0.692	Valid
Motivasi Investasi			
Kebutuhan Fisiologi	M1	0.620	Valid
	M2	0.580	Valid
	M3	0.446	Valid
Rasa Aman	M4	0.610	Valid
	M5	0.657	Valid
Sosialisasi	M6	0.691	Valid

	M7	0.631	Valid
	M8	0.641	Valid
Aktualisasi Diri	M9	0.626	Valid
	M10	0.676	Valid
Keputusan Pembelian Saham Syariah			
Informasi Produk	KPS1	.646	Valid
	KPS2	.317	Valid
	KPS3	.706	Valid
	KPS4	.588	Valid
Merek	KPS5	.624	Valid
	KPS6	.669	Valid
	KPS7	.644	Valid
Rekomendasi	KPS8	.705	Valid
	KPS9	.684	Valid
	KPS10	.694	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2022

Untuk mengukur tingkat reliabilitas item instrument dalam model dapat dipedomani nilai dari *Cronbach's Alpha* (α). Semakin tinggi nilai *Cronbach's Alpha* (α). Dan mendekati satu maka akan semakin handal item instrument yang digunakan. Hasil pengujian memperlihatkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* (α) > taraf signifikan 0.05, yaitu seperti terlihat pada table 5 (Ghozali, 2016; Hesi Eka Puteri, 2014). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan dalam penelitian ini reliabel dan bisa digunakan untuk pengumpulan data penelitian.

Tabel 5. Ringkasan Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
1	Pengetahuan	0. 800	Reliabel
2	Motivasi	0. 816	Reliabel
3	Keputusan Pembelian	0. 824	Reliabel

Sumber: Data primer diolah, 2022

Hasil Uji Asumsi Klasik

Hasil uji normalitas data pada table 6 memperlihatkan bahwa untuk menentukan data yang telah dikumpulkan berdistribusi normal atau tidak maka dilakukan uji KS (*Kolmogorov Smirnov*). Kriteria dalam uji *Kolmogorov Smirnov* merekomendasikan bahwa data terkategori baik dan berdistribusi normal. Data dikatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikan >0,05 dan apabila nilai signifikan <0,005 maka data tersebut dikatakan tidak normal. Nilai signifikansi Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,075, maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas *Kolmogorov Smirnov*, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Dengan demikian asumsi atau persyaratan normalitas dalam model regresi sudah terpenuhi.

Tabel 6. Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.82498897
Most Extreme Differences	Absolute	.085
	Positive	.085
	Negative	-.062

Test Statistic	.085
Asymp. Sig. (2-tailed)	.075 ^c
a. Test distribution is Normal.	

Sumber: Data primer diolah, 2022

Uji multikolinieritas diperlukan untuk mengetahui ada atau tidak adanya variabel independen yang memiliki kemiripan antara variabel independen dalam satu model. Hasil uji multikolinieritas terlihat pada table 7. Kemiripan antar variabel independen akan mengakibatkan korelasi yang sangat kuat. Untuk mengetahui terjadinya gejala multikolinieritas pada dengan melihat nilai *tolerance value* atau *inflation factor* (VIF) dengan Kriteria jika nilai tolerance > 0,1 dan nilai VIF < 10 maka dikatakan tidak terjadi multikolinieritas (Ghozali, 2006) . Berdasarkan tabel 7 hasil perhitungan nilai *tolerance* menunjukkan tidak ada variabel independen yang memiliki nilai *tolerance* yang kurang dari 0,1 yang berarti tidak ada korelasi antar variabel independen. Hasil perhitungan nilai VIF juga menunjukkan tidak ada satupun variabel independen yang memiliki nilai VIF lebih dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel bebas (independen) dalam model regresi.

Tabel 7. Hasil Uji VIF dan Tolerance

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Pengetahuan	0.563	1.776	Tidak Terjadi Multikolinieritas
Motivasi Investasi	0.563	1.776	Tidak Terjadi Multikolinieritas

Sumber: Data primer diolah, 2022

Selanjutnya uji Heterokedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Persyaratan yang harus dipenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala heterokedastisitas. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji *Gletser*. Dalam uji *Gletser* tidak terjadi gejala hetero kedastisitas apabila probabilitas signifikannya diatas ditangkat kepercayaan 0,05. Hasil uji heterokedasyisitas dapat dilihat pada tabel 13 berikut: Berdasarkan tabel 4.45 diatas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi pengetahuan investasi (X1) sebesar 0,988 dan variabel motivasi investasi (X2) sebesar 0,396 yang mana kedua variabel memiliki nilai signifikansi lebih dari 0,005. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heterokedastisitas pada model regresi.

Tabel 8. Uji Heterokedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	T	
(Constant)	4.121	2.086		1.975	.051
Pengetahuan (X1)	.001	.062	.002	.015	.988
Motivasi (X2)	-.052	.061	-.115	-.852	.396

Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer yang diolah, 2022

Hasil Analisis Regresi Berganda dan Uji Hipotesis.

Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen yaitu pengetahuan dan motivasi investasi terhadap keputusan pembelian saham syariah. Hasil estimasi dapat dituliskan dalam bentuk persamaan fungsional, sebagai berikut:

$$y = a + b_1x_1 + b_2x_2$$

$$y = 1.130 + 0.255x_1 + 0.699x_2$$

(2.787) (7.739)

$$F - test = 85.383.$$

$$R^2 = 0,638$$

Keterangan y = Keputusan Pembelian Saham Syariah, a = Nilai konstanta, b_1, b_2 , = Koefisien estimasi , x_1 = pengetahuan tentang saham syariah dan x_2 = Motivasi membeli saham

Secara simultan, hasil Uji F memperlihatkan bahwa variabel-variabel independen dalam model, yaitu pengetahuan dan motivasi, secara simultan mempengaruhi keputusan pembelian saham syariah. Nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($F_{tabel} = f(k;n-k)$, $F=(2;100-2)$, $f_{tabel} (2;98) = 3,09$) dengan tingkat kesalahan 5%. Model dapat digunakan untuk memprediksi, $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($85.383 > 3,090$). Hasil estimasi pada persamaan regresi linier berganda tersebut memperlihatkan bahwa pengetahuan tentang saham syariah mempengaruhi keputusan pembelian terhadap saham syariah , begitu juga dengan motivasi yang juga ikut mempengaruhi keputusan pembelian saham Syariah. Peningkatan pengetahuan tentang saham syariah sebesar satu satuan akan menaikkan keputusan pembelian sebesar 0.255 satuan (p-value = 0.006) . Peningkatan satu satuan pada variable motivasi juga akan menaikkan keputusan pembelian sebesar 0.699 satuan (p-value =0.006), dengan asumsi faktor lainnya dianggap konstan

Pengaruh Pengetahuan Terhadap Keputusan Pembelian Saham Syariah.

Berdasarkan hasil penelitian terlihat bahwa tingkat pengetahuan tentang saham Syariah berpengaruh terhadap kputusan pembelian saham Syariah. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda terlihat bahwa pengaruh pengetahuan terhadap keputusan pembelian saham Syariah terlihat dari nilai t_{hitung} sebesar 2,787 sedangkan nilai t_{tabel} dengan tingkat keyakinan 95% adalah 1,98472. ($t_{hitung} > t_{tabel}$), maka H1 diterima yang berarti pengetahuan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian saham syariah. Temuan penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang menyimpulkan bahwa tingkat pengetahuan mahasiswa berpengaruh signifikan terhadap minat investasi (Supriadi, 2019) dan beberapa kajian lainnya yang sejalan dengan ini (Khumaini & Nadiya, 2021; Pratama & Lastiati, 2021). Meski bukan pada kasus mahasiswa, temuan penelitian ini juga sejalan dengan temuan lainnya tentang adanya pengaruh positif antara tingkat pengetahuan investasi terhadap keputusan untuk berinvestasi dipasar modal (Burhanudin et al., 2021; Kurniawan, 2021). Seseorang dengan tingkat pengetahuan yang baik tentang produk dan jasa keuangan yang ditawarkan tentunya memiliki peluang lebih besar dalam membuat keputusan pembelian, dan perilaku ini juga berlaku untuk keputusan pembelian saham syariah. Semakin tinggi pengetahuan seseorang tentang investasi keuangan islam ini maka akan semakin tinggi ketertarikan mereka dan kemudian memutuskan untuk membeli. Tentu saja pengetahuan dan pemahaman Syariah ini

bukanlah sesuatu yang sederhana, terdapat proses pengenalan dan pemahaman yang kemudian membuat mereka memutuskan pembelian saham.

Pengaruh Motivasi Investasi Terhadap Keputusan Pembelian Saham Syariah.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa tingkat motivasi investasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian saham syariah oleh mahasiswa. Hasil analisis regresi linier berganda memperlihatkan bahwa motivasi investasi memiliki nilai t_{hitung} sebesar 7,739 sedangkan nilai t_{tabel} dengan tingkat keyakinan 95% adalah 1,98472. ($t_{hitung} > t_{tabel}$), maka H_2 diterima yang berarti motivasi investasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian saham syariah. Hasil temuan ini memperkuat hasil penelitian terdahulu yang memperlihatkan bahwa tingkat motivasi investasi yang diperoleh mahasiswa berpengaruh signifikan terhadap minat investasi, semakin tinggi motivasi investasi maka semakin cenderung mahasiswa melakukan investasi (Darmawan & Japar, 2019; Pratama & Lastiati, 2021; Supriadi, 2019) dan hasil riset dari (Khumaini & Nadiya, 2021) yang menyatakan bahwa motivasi investasi berpengaruh signifikan terhadap minat berinvestasi saham di pasar modal syariah (Yunia et al., 2021). Temuan ini memberikan sebuah konklusi yang jelas bahwa motivasi adalah sebuah proses dimana individu atau calon investor mengetahui dengan baik produk apa yang akan mereka beli sebelum memutuskan untuk bertindak dengan melakukan pembelian terhadap penawaran saham syariah. Motivasi pada calon investor biasanya di dorong oleh banyak faktor, dan yang paling utama dalam hal ini adalah pengetahuan dan keahlian. Beberapa studi menekankan pentingnya menumbuhkan minat investasi dengan adanya dorong investasi dari dalam internal individu (Burhanudin et al., 2021; Mastura et al., 2020; Nisa, 2017), dan pengetahuan dan motivasi dari dalam diri adalah bagian terpenting dari dorongan internal tersebut.

KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

Studi ini menyimpulkan beberapa hal penting terkait hubungan antara pengetahuan dan motivasi investasi terhadap keputusan pembelian saham syariah. *Pertama*, terdapat pengaruh positif yang signifikan antara pengetahuan dengan keputusan pembelian, artinya semakin tinggi tingkat pengetahuan masyarakat terhadap saham syariah maka tingkat keputusan pembelian juga semakin tinggi, sebaliknya semakin rendah tingkat pengetahuan investasi maka semakin rendah tingkat keputusan pembelian semakin rendah. *Kedua*, terdapat pengaruh positif yang signifikan antara motivasi investasi terhadap keputusan pembelian saham syariah, artinya semakin tinggi motivasi investasi masyarakat Bukittinggi terhadap saham syariah maka tingkat keputusan pembelian juga semakin tinggi, sebaliknya semakin rendah motivasi investasi maka tingkat keputusan pembelian semakin rendah. Secara simultan, pengetahuan dan motivasi investasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap perilaku dalam memuat keputusan pembelian saham syariah.

Penelitian ini secara teoritis memberikan penguatan terhadap penelitian sebelumnya yang membahas tentang pengetahuan dan motivasi terhadap keputusan pembelian saham syariah. Kasus yang dipilih pada masyarakat perkotaan dikota Bukittinggi tentunya memperkaya kajian sejenis tentang keputusan pembelian saham Syariah. Perilaku masyarakat dengan kondisi sosio ekonomi demografi yang berbeda akan memberikan warna berbeda pada temuan, sehingga memperkaya kajian serupa yang sudah ada. Secara praktis, penelitian ini bisa dijadikan acuan bagi pengambil kebijakan dan pelaku bisnis untuk merancang kebijakan sosialisasi dan strategi marketing yang tepat dalam memasarkan saham-saham syariah pada masyarakat di pasar sekunder ataupun pada berbagai platform pembelian saham online yang sudah ada. Ketidaktahuan masyarakat dan kurangnya sosialisasi produk dapat menyebabkan kurangnya pembelian. Bukan karena masyarakat tidak berminat namun

kurangnya pengetahuan dan motivasi seringkali menjadi alasan masih kurangnya pembelian saham Syariah.

Penelitian ini tentu saja tidak terlepas dari berbagai keterbatasan. Dalam penelitian ini hanya terdapat dua faktor yang diduga mempengaruhi keputusan pembelian yaitu pengetahuan dan motivasi. Penelitian ini juga dilakukan pada sampel kecil di wilayah kota Bukittinggi pada tahun 2020. Gambaran yang lain dari fenomena ini tentunya juga teramati pada wilayah dan waktu yang berbeda. Dengan demikian disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk melakukan riset yang lebih sempurna, dengan sampel yang lebih besar serta determinan yang beragam lainnya untuk memperkaya kajian perilaku konsumen terhadap pembelian saham syariah ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdalloh, I. (2019). *Pasar modal syariah*. Elex Media Komputindo.
- Alam, S., & Abidin, Z. (2021). *Keputusan Investasi Saham Syariah*. Jakad Media Publishing.
- Burhanudin, H., Putra, S. B. M., & Hidayati, S. A. (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-Journal of Management and Business*, 9(1), 15–28.
- Darmawan, A., & Japar, J. (2019). Pengaruh Pengetahuan Investasi, Modal Minimal, Pelatihan Pasar Modal Dan Motivasi Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal (Studi Pada Mahasiswa Feb Universitas Muhammadiyah Purwokerto). *Neraca*, 15(1), 1–13.
- Ferlianto, L. R. (2013). *Forex Online Trading Tren Investasi Masa Kini*. Elex Media Komputindo.
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Desain Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif untuk Akuntansi, Bisnis, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Semarang: Yoga Pratama.
- Hoyer, W. D., Macinnis, D. J., & Pieters, R. (2013). *Consumer Behavior* (Sixth Edit). South-Western, Cengage Learning.
- Khumaini, S., & Nadiya, A. J. (2021). Pengaruh Motivasi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Berinvestasi Saham Di Pasar Modal Syariah. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 3(1), 1–11.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing, Seventeenth Edition*. In *Pearson*.
- Kurniawan, I. (2021). Pengaruh Pengetahuan Tentang Pasar Modal Syariah Terhadap Minat Investasi Saham di Pasar Modal Syariah. *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 3(1), 57–73.
- 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.
- Nisa, A. (2017). Pengaruh pemahaman investasi, modal minimal investasi dan motivasi terhadap minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal (Studi pada Mahasiswa Sekolah Tinggi Kesuma Negara). *Jurnal Penelitian Teori & Terapan Akuntansi (PETA)*, 2(2), 22–35.
- Pratama, A., & Lastiati, A. (2021). Pengaruh Pengetahuan, Motivasi Belajar dan Sosialisasi Pasar Modal terhadap Minat Mahasiswa Akuntansi Berinvestasi di Pasar Modal. *Jurnal*

- SIKAP (Sistem Informasi, Keuangan, Auditing Dan Perpajakan)*, 5(1), 104–121.
- Puteri, H E. (2020). Menentukan Populasi Dan Sampel Dalam Riset-Riset Ekonomi Dan Perbankan Islam. *Retrieved Oktober, Https://Www.Researchgate.Net/*, IAIN Bukittinggi, 15, 2020.
- Puteri, Hesi Eka. (2014). *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Perbankan Islam*. IAIN Bukittinggi Press.
- Puteri, Hesi Eka, Arinda, N., Mulyana, C. A., Puspita, D. O., & Husna, V. A. (2022). Examining the Determinants of Using e-Money Prepaid Software for Millennial Generation. *European Journal of Business and Management Research*, 7(2), 183–191.
- Puteri, Hesi Eka, Parsaulian, B., & Azman, H. A. (2022). Potential demand for Islamic banking: examining the Islamic consumer behavior as driving factor. *International Journal of Social Economics*, 49(7), 1071–1085. <https://doi.org/10.1108/IJSE-10-2021-0614>
- Schiffman, L. G., Kanuk, L. L., & Wisenblit, J. (2010). *Consumer Behavior*. Tenth Edition. Pearson.
- Serfiyani, C. Y., Purnomo, S. D., & Hariyani, I. (2021). *Capital market top secret: Ramuan sukses bisnis pasar modal Indonesia*. Penerbit Andi.
- Soemitra, A. (2014). *Masa depan pasar modal syariah di Indonesia*. Prenada Media.
- Soemitra, A. (2021). The Policy Responses towards Contemporary Islamic Capital Market in Indonesia: The Dynamics and Challenges. *EKONOMIKA SYARIAH: Journal of Economic Studies*, 5(1), 31–49.
- Sudirman, A. (2020). Perilaku Konsumen dan Perkembangan di Era Digital. *Diedit Oleh M. Si*.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. In ke-26.
- Supriadi, L. H. N. M. Y. (2019). *Pengaruh Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi di Galeri Investasi Perguruan Tinggi*.
- Sutedi, A. (2011). *Pasar modal syariah: sarana investasi keuangan berdasarkan prinsip syariah*. Sinar Grafika.
- Ulya, F. (2020). Keuntungan Investasi di saham syariah. *Jurnal Investasi Islam*, 5(1), 59–68.
- Widiatmodjo, S. (2013). *Seri Membuat Uang Bekerja untuk Anda-Profesional Investing*. Elex Media Komputindo.
- Widiatmodjo, S. (2015). *Pengetahuan Pasar Modal untuk Konteks Indonesia*. Elex Media Komputindo.
- Wiradnyana, K. (2018). *Michel Foucault: Arkeologi Pengetahuan dan Pengetahuan Arkeologi*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Yunia, P. S., 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 Financial Management*, 1(2), 55–63. <https://doi.org/10.15575/fsfm.v1i2.10866>