

Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Investasi Emas Digital dengan Sikap Sebagai Variabel Mediasi pada Perbankan Syariah di Kota Semarang

Penulis:

Ririn Dwi Ariyanti¹
Muyassarah²
Mardhiyaturrositaningsih³

Afiliasi:

Program Studi Perbankan
Syariah, Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Islam,
Universitas Islam Negeri
Walisono Semarang^{1,2,3}

Korespondensi:

ariyantiririn94@gmail.com

Histori Naskah:

Submit: 02-03-2026
Accepted: 04-03-2026
Published: 16-03-2026

Abstrak:

Perkembangan investasi emas digital syariah di era digitalisasi perbankan menuntut pemahaman mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat investasi nasabah, khususnya persepsi kemudahan penggunaan layanan. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kemudahan penggunaan terhadap minat investasi emas digital syariah dengan sikap sebagai variabel mediasi pada nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Semarang. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif melalui survei terhadap 110 responden yang memenuhi kriteria penelitian. Analisis data dilakukan menggunakan *Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS)* dengan bantuan *SmartPLS*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap ($\beta = 0,342$; $p < 0,000$) serta minat investasi ($\beta = 0,609$; $p < 0,000$). Selain itu, sikap juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi ($\beta = 0,467$; $p < 0,000$). Sikap terbukti menjadi variabel mediasi yang signifikan dalam hubungan antara kemudahan penggunaan dan minat investasi ($\beta = 0,281$; $p < 0,000$). Temuan ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan tidak hanya memengaruhi minat secara langsung, tetapi juga melalui pembentukan sikap positif nasabah, sehingga mendukung relevansi *Technology Acceptance Model* dalam konteks investasi emas digital syariah.

Kata kunci: Emas Digital Syariah, Kemudahan Penggunaan, Minat Investasi, Sikap

Pendahuluan

Perkembangan era digital mendorong berbagai sektor ekonomi, termasuk perbankan syariah, untuk beradaptasi melalui pemanfaatan *FinTech* guna meningkatkan kualitas dan efisiensi layanan keuangan kepada masyarakat (Kamila & Samsuri, 2025). Berdasarkan informasi dari *National Digital Research Center (NDRC)*, teknologi finansial (*FinTech*) merupakan inovasi berbasis teknologi dan digitalisasi yang mendukung penyediaan layanan keuangan secara lebih efisien (Rahmayati et al., 2024). Di Indonesia, *FinTech* syariah mengalami pertumbuhan yang pesat, tercermin dari capaian Indonesia yang menempati peringkat ketiga dalam ekosistem *FinTech* syariah global pada tahun 2022 (Yulianto, 2022). Seiring dengan perkembangan tersebut, penggunaan layanan keuangan digital, termasuk investasi melalui platform digital, menunjukkan peningkatan yang signifikan (Mardhiyaturrositaningsih & Hakim, 2022).

Dalam perspektif Islam, aktivitas menabung dan berinvestasi tidak hanya diperbolehkan, tetapi juga dianjurkan karena berkontribusi terhadap stabilitas keuangan individu dan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan selama dilaksanakan sesuai prinsip syariah (Akhyati & Abdulloh, 2023). Salah satu instrumen investasi yang banyak diminati adalah emas, mengingat karakteristiknya yang relatif stabil serta fungsinya sebagai aset lindung nilai (*safe haven*) terhadap ketidakpastian ekonomi (Safitriani et al., 2023).

Sejalan dengan perkembangan tersebut, minat masyarakat terhadap investasi emas digital menunjukkan pertumbuhan yang sangat signifikan. Berdasarkan data Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditas yang dikutip oleh Katadata.co.id, nilai transaksi emas digital pada tahun 2022 tercatat sebesar Rp1,97 triliun dengan volume mencapai 2.155,3 ton. Pada tahun 2023, nilai transaksi tersebut

meningkat menjadi sekitar Rp3,22 triliun (Zahira, 2023). Pertumbuhan ini semakin menguat pada tahun 2024 dengan lonjakan transaksi sebesar 1.181% hingga mencapai Rp41,3 triliun (Hamdhi, 2025). Tren positif berlanjut pada tahun 2025, di mana volume perdagangan emas digital di Indonesia *Commodity and Derivatives Exchange (ICDX)* mencapai 58,65 juta gram atau meningkat sebesar 25,20%, sementara nilai transaksi tumbuh sebesar 101,04% menjadi Rp115,6 triliun (Ramalan & Setiawan, 2026). Memasuki tahun 2026, ICDX kembali mencatat peningkatan signifikan dengan nilai transaksi emas digital sebesar Rp31,21 triliun pada Januari 2026, meningkat 503% dibandingkan Januari 2025, serta volume transaksi mencapai 11.913.908,09 gram atau naik 229% (Pratiwi, 2026).

Kondisi tersebut turut mendorong pertumbuhan bisnis emas di sektor perbankan syariah, termasuk PT Bank Syariah Indonesia Tbk, yang semakin aktif mengembangkan layanan investasi emas berbasis digital sebagai bagian dari strategi perluasan layanan keuangan syariah (Octaviano, 2026). Pertumbuhan ini tidak terlepas dari dinamika pergerakan harga emas nasional dan global yang memengaruhi preferensi investor. Di Indonesia, harga emas fisik seperti Antam, UBS, dan Galeri24 sempat mencapai rekor tertinggi pada Januari 2026, meskipun diikuti oleh fluktuasi dan koreksi harga harian. Sebaliknya, emas digital mencatatkan rekor harga baru meskipun disertai aksi ambil untung jangka pendek, yang mencerminkan preferensi investor terhadap instrumen investasi yang lebih fleksibel dan mudah diakses secara digital. Secara global, kenaikan harga emas hingga menembus USD 5.300 per ons berdampak pada penurunan permintaan perhiasan sekitar 18 persen, namun tidak mengurangi daya tarik emas sebagai instrumen investasi (Devitt, 2026).

Emas digital syariah memiliki peran strategis bagi nasabah perbankan syariah karena merupakan instrumen investasi yang sejalan dengan prinsip Islam dan didukung oleh aset nyata (Rahman & Baidhowi, 2025). Transformasi digital menjadi strategi utama PT Bank Syariah Indonesia Tbk. Dalam memperluas inklusi layanan melalui penyediaan 5.000 ATM/CRM, perluasan EDC dan QR, serta penguatan teknologi informasi, yang didukung oleh kehadiran cabang di lokasi strategis untuk meningkatkan awareness. Sepanjang 2025, strategi ini mendorong penambahan sekitar 2 juta nasabah dengan kelolaan emas bullion mencapai 2 ton emas (Bank Syariah Indonesia, 2026). Produk ini dirancang untuk memenuhi prinsip syariah dengan menghindari unsur riba, bebas dari *gharar* melalui kepastian dan verifikasi kepemilikan emas fisik, serta terhindar dari *maisir* karena tidak bersifat spekulatif (Mahipal et al., 2025). Landasan syariah praktik tersebut diperkuat oleh Fatwa DSN-MUI No. 77/DSN-MUI/V/2010 menjadi landasan umum transaksi emas, namun hingga saat ini belum terdapat fatwa khusus yang secara eksplisit mengatur emas digital (Ayuningrum, 2026). Implementasi ketentuan ini tercermin dalam layanan digital perbankan syariah seperti aplikasi *BYOND* by BSI, yang menawarkan kemudahan akses, nominal investasi terjangkau, serta likuiditas tinggi (Bank Syariah Indonesia, 2025). Perkembangan perbankan syariah di Kota Semarang menunjukkan peningkatan signifikan, khususnya dalam pemanfaatan layanan digital. PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) Regional Semarang mencatat pertumbuhan bisnis emas sebesar 78,17% secara tahunan seiring meningkatnya adopsi aplikasi *BYOND* by BSI (Umah, 2025). Kondisi ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan layanan digital berperan dalam membentuk sikap positif nasabah terhadap produk perbankan syariah, yang selanjutnya mendorong minat investasi emas digital syariah (Abidin, 2024).

Selain itu, fenomena kurangnya pemahaman masyarakat masih menjadi tantangan dalam adopsi emas digital di Indonesia. Banyak masyarakat belum memahami cara kerja emas digital, termasuk konsep tokenisasi dan keamanan transaksi, sehingga keraguan terhadap investasi emas digital masih tinggi dan menghambat tingkat adopsi yang lebih luas (Dayinta, 2024). Namun demikian, di sisi lain, perkembangan teknologi keuangan justru terus mendorong kemudahan akses investasi, termasuk emas digital yang dipromosikan sebagai instrumen yang praktis dan mudah. (Sari et al., 2024) Kesenjangan (gap) muncul ketika kemudahan penggunaan yang ditawarkan oleh platform emas digital tidak diikuti oleh tingkat pemahaman dan kepercayaan masyarakat. Hal ini diperkuat oleh hasil pra-riset terhadap nasabah bank syariah yang menunjukkan bahwa sebagian nasabah masih belum memahami mekanisme emas digital serta memiliki kekhawatiran terhadap keamanan, sistem platform, dan risiko kehilangan akses, sehingga enggan berinvestasi.

Meskipun demikian, temuan empiris terkait hubungan antara kemudahan penggunaan, sikap, dan minat investasi masih menunjukkan hasil yang belum konsisten. Pada layanan perbankan digital, seperti *mobile banking* dan *e-wallet*, kemudahan penggunaan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap (Afandi et al., 2021; D. Kurniawan et al., 2023). Namun, pada konteks investasi emas digital, hasil penelitian menunjukkan perbedaan temuan, di mana penelitian Kurniawan et al., (2022) membuktikan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap, sedangkan Tamara et al., (2023) dan Sulaiman & Aprianingsih, (2023) menemukan bahwa kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap sikap karena sikap investor lebih dipengaruhi oleh faktor lain seperti manfaat, harga, promosi, dan *return* investasi. Selanjutnya, penelitian Tanuwijaya & MN, (2023), Anwar et al., (2023) dan Sulaiman & Aprianingsih, (2023) menunjukkan bahwa sikap berpengaruh signifikan terhadap minat investasi, sementara Salisa, (2020) menemukan bahwa sikap tidak berpengaruh signifikan terhadap minat investasi.

Ketidakkonsistenan juga terjadi pada hubungan kemudahan terhadap minat investasi, di mana Afandi et al., (2021) dan Pribowo & Fathihani, (2023) menemukan pengaruh signifikan, sedangkan Manik et al., (2021) menunjukkan bahwa kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat investasi emas. Selain itu, peran sikap sebagai variabel mediasi juga belum memperoleh kesimpulan yang konklusif, karena penelitian Afandi et al., (2021) menunjukkan bahwa sikap tidak memediasi pengaruh kemudahan terhadap minat, sementara Luthf & Hati, (2025) menemukan bahwa sikap berpengaruh signifikan terhadap minat investasi emas digital syariah meskipun kemudahan tidak berpengaruh langsung terhadap sikap. Penelitian ini memberikan kontribusi empiris dengan menguji peran sikap sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara kemudahan penggunaan dan minat investasi emas digital syariah pada konteks perbankan syariah di Indonesia, khususnya di Kota Semarang, yang masih menunjukkan hasil empiris dan belum konsisten.

Berdasarkan uraian tersebut, rumusan masalah penelitian ini yaitu bagaimana pengaruh kemudahan penggunaan terhadap minat investasi emas digital syariah, bagaimana pengaruh kemudahan penggunaan terhadap sikap nasabah, bagaimana pengaruh sikap terhadap minat investasi emas digital syariah, serta apakah sikap memediasi pengaruh kemudahan penggunaan terhadap minat investasi emas digital syariah pada nasabah perbankan syariah di Kota Semarang. Sejalan dengan rumusan masalah tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kemudahan penggunaan terhadap minat investasi emas digital syariah, menganalisis pengaruh kemudahan penggunaan terhadap sikap nasabah, menganalisis pengaruh sikap terhadap minat investasi emas digital syariah, serta menguji peran sikap sebagai variabel mediasi pada nasabah perbankan syariah di Kota Semarang.

Studi Literatur

Platform Emas Digital Syariah

Platform emas digital syariah merupakan inovasi *Financial Technology* yang merepresentasikan kepemilikan emas fisik dalam bentuk digital, di mana emas disimpan di lembaga penyimpanan profesional dan kepemilikannya dicatat secara elektronik (Mint., 2023). Melalui mekanisme tokenisasi, emas fisik diwakili dalam bentuk unit digital yang memudahkan transaksi dilakukan secara efisien, fleksibel, dan mudah diakses tanpa kepemilikan fisik langsung (Adams, 2023).

Dalam perspektif keuangan syariah, platform emas digital menekankan kepatuhan terhadap prinsip syariah, khususnya kejelasan akad, kepastian kepemilikan emas yang sah, serta keterhindaran dari unsur riba, gharar, dan maisir (Mahipal et al., 2025; Rahman & Baidhowi, 2025). Keabsahan praktik ini diperkuat oleh Fatwa DSN-MUI No. 77/DSN-MUI/V/2010 yang menegaskan bahwa transaksi emas diperbolehkan selama didukung oleh keberadaan emas fisik sebagai aset dasar dan dilaksanakan secara transparan (Ayuningrum, 2026).

Model Penerimaan Teknologi (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) yang diperkenalkan oleh Davis, (1989) merupakan kerangka teoritis yang banyak digunakan untuk menjelaskan penerimaan teknologi, dengan menekankan peran persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan dalam membentuk sikap dan minat penggunaan.

Berlandaskan *Theory of Reasoned Action* (Fishbein & Ajzen, 1975) TAM menjelaskan bahwa sikap individu terhadap suatu sistem teknologi menjadi faktor kunci yang menjembatani pengaruh persepsi kognitif terhadap niat perilaku.

Dalam konteks layanan keuangan digital, TAM relevan untuk menjelaskan bagaimana kemudahan penggunaan platform memengaruhi sikap pengguna, yang selanjutnya berdampak pada minat investasi (Lee, 2009). Oleh karena itu, TAM digunakan dalam penelitian ini sebagai landasan teoritis untuk menganalisis pengaruh kemudahan penggunaan terhadap minat investasi emas digital syariah dengan sikap sebagai variabel mediasi (Davis et al., 1989).

Dalam penelitian ini, *perceived ease of use* dioperasionalkan sebagai kemudahan penggunaan, *attitude* sebagai sikap, dan *behavioral intention* sebagai minat investasi

Kemudahan Penggunaan

Kemudahan penggunaan merupakan faktor penting dalam adopsi layanan keuangan digital. Mardhiyaturrositaningsih & Hakim, (2022) menjelaskan bahwa layanan keuangan digital yang mudah dipahami dan dioperasikan mampu membentuk sikap positif pengguna terhadap teknologi, yang pada akhirnya mendorong penerimaan dan penggunaan layanan tersebut secara berkelanjutan. Dalam konteks teknologi keuangan, kemudahan penggunaan berperan penting dalam membentuk evaluasi awal pengguna terhadap layanan digital, termasuk perbankan dan *Financial Technology* (Usman et al., 2022). Desain sistem yang sederhana dan antarmuka yang intuitif terbukti mampu menurunkan beban kognitif pengguna serta meningkatkan penerimaan terhadap teknologi (Kim et al., 2023).

Dalam kerangka TAM, kemudahan penggunaan memengaruhi sikap pengguna melalui evaluasi kognitif dan afektif terhadap teknologi. Semakin mudah suatu sistem digunakan, semakin positif sikap pengguna terhadap layanan tersebut (Davis, 1989). Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap sikap pengguna layanan keuangan digital, termasuk pada pembelian emas digital melalui *mobile banking* (Afandi et al., 2021; D. Kurniawan et al., 2023). Namun, penelitian lain menemukan bahwa kemudahan penggunaan tidak selalu berpengaruh signifikan terhadap sikap investasi emas digital, khususnya pada pengguna yang telah memiliki tingkat literasi digital tinggi, sehingga kemudahan dipersepsikan sebagai faktor dasar (*hygiene factor*) (Sulaiman & Aprianingsih, 2023; Tamara et al., 2023). Perbedaan temuan tersebut menunjukkan adanya *research gap* yang masih relevan untuk dikaji.

Selain membentuk sikap, kemudahan penggunaan juga berpotensi memengaruhi minat investasi secara langsung. Venkatesh & Davis, (2000) Menyatakan bahwa kemudahan penggunaan atau ekspektasi usaha dapat meningkatkan niat perilaku tanpa harus dimediasi oleh sikap. Penelitian empiris menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap minat investasi emas digital (Afandi et al., 2021; Pribowo & Fathihani, 2023) Meskipun terdapat temuan yang menyatakan bahwa pengaruh tersebut tidak signifikan pada kelompok tertentu, seperti Generasi Z, yang lebih dipengaruhi oleh faktor pengetahuan dan persepsi risiko. Ketidakkonsistenan hasil tersebut memperkuat urgensi pengujian kembali hubungan kemudahan penggunaan dengan sikap dan minat investasi emas digital syariah. Berdasarkan kajian tersebut, hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut:

H1: Kemudahan Penggunaan Berpengaruh Signifikan Terhadap Sikap

H2: Kemudahan Penggunaan Berpengaruh Signifikan Terhadap Minat Investasi

Sikap

Sikap merupakan penilaian individu serta kecenderungan untuk merespons suatu perilaku atau tindakan tertentu (Fishbein & Ajzen, Icek, 1975; Zhao et al., 2010). Dalam konteks penerimaan teknologi, sikap mencerminkan evaluasi kognitif dan afektif individu terhadap suatu sistem, yang berperan penting dalam menentukan kesiapan dan motivasi untuk menggunakan teknologi atau platform digital (Irimia-Diéguez et al., 2024). *Technology Acceptance Model (TAM)* menegaskan bahwa sikap berfungsi sebagai penghubung antara persepsi individu terhadap teknologi dan niat perilaku, di mana sikap yang lebih positif meningkatkan kemungkinan penggunaan teknologi tersebut (Davis, 1989).

Berbagai penelitian empiris menunjukkan bahwa sikap positif terhadap layanan keuangan digital berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan dan minat investasi. (Sreejesh et al., 2016) menemukan bahwa sikap positif terhadap perbankan digital meningkatkan niat transaksi keuangan melalui platform digital. Temuan serupa dikemukakan oleh Kim et al. (2023) yang menunjukkan bahwa sikap konstruktif terhadap aplikasi keuangan digital meningkatkan probabilitas adopsi layanan pembayaran berbasis teknologi. Dalam konteks investasi digital, (Anwar et al., 2023; Sulaiman & Aprianingsih, 2023; Tanuwijaya & MN, 2023) juga membuktikan bahwa sikap investor berpengaruh langsung dan signifikan terhadap minat investasi. Sedangkan penelitian (Salisa, 2020) menemukan hasil yang berbeda, yaitu sikap tidak signifikan terhadap minat investasi.

Meskipun minat investasi emas digital juga dipengaruhi oleh faktor lain seperti kemudahan penggunaan, pengetahuan, persepsi risiko, harga, dan tingkat imbal hasil, sikap tetap menjadi faktor evaluatif utama dalam pengambilan keputusan investasi. Oleh karena itu, pengujian pengaruh sikap terhadap minat investasi emas digital syariah masih relevan, khususnya pada nasabah Bank Syariah Indonesia yang menggunakan aplikasi investasi emas berbasis teknologi. Berdasarkan kajian tersebut hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut:

H3: Sikap Berpengaruh Signifikan Terhadap Minat Investasi

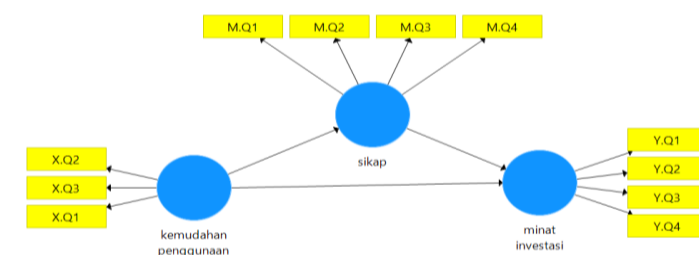
Minat Investasi

Minat nasabah bank syariah terhadap investasi emas digital syariah dapat dijelaskan melalui kerangka *Technology Acceptance Model (TAM)*, khususnya hubungan antara kemudahan penggunaan, sikap, dan minat investasi. (Luthf & Hati, 2025) Persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) mencerminkan sejauh mana layanan investasi emas digital dipandang mudah dipahami dan dioperasikan oleh nasabah, sehingga membentuk evaluasi awal terhadap layanan investasi berbasis teknologi. (Davis, 1989) Dalam konteks perbankan syariah, kemudahan penggunaan aplikasi dan fitur investasi emas digital berperan dalam membentuk sikap nasabah terhadap layanan tersebut, sejalan dengan TAM yang menegaskan bahwa persepsi terhadap teknologi memengaruhi sikap pengguna (Venkatesh et al., 2003).

Sikap nasabah yang terbentuk dari persepsi kemudahan penggunaan selanjutnya memengaruhi minat investasi. TAM menjelaskan bahwa sikap positif terhadap suatu teknologi meningkatkan kecenderungan individu untuk menggunakannya, termasuk dalam pengambilan keputusan investasi (Davis, 1989). Temuan empiris pada konteks emas digital syariah menunjukkan bahwa sikap merupakan faktor kunci dalam membentuk minat investasi nasabah bank syariah, sementara kemudahan penggunaan tidak selalu berpengaruh secara langsung, melainkan melalui pembentukan sikap tersebut (Luthf & Hati, 2025) Hal ini mengindikasikan bahwa sikap memiliki peran mediasi dalam hubungan antara kemudahan penggunaan dan minat investasi emas digital syariah.

Berdasarkan kajian teoritis dan temuan empiris tersebut, penelitian ini menempatkan sikap sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara kemudahan penggunaan dan minat investasi emas digital syariah. Dengan demikian, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H4: Kemudahan Penggunaan Berpengaruh Signifikan Terhadap Minat Investasi Emas Digital Syariah Melalui Sikap.



Gambar 1. Model Penelitian

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang didasarkan pada paradigma positivisme dan mencakup tahapan seperti analisis populasi atau sampel (Sugiyono, 2013). Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan secara daring menggunakan platform *Google Forms*. Penelitian ini menguji kemudahan penggunaan terhadap minat melalui sikap terhadap nasabah Bank Syariah Indonesia yang mengetahui layanan investasi emas digital syariah. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Indonesia yang berdomisili di Kota Semarang dan mengetahui layanan investasi emas digital syariah. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian, antara lain nasabah Bank Syariah Indonesia, mengetahui layanan investasi emas digital syariah, dan berdomisili di Kota Semarang.

Ukuran sampel ditetapkan sebanyak 110 responden, mengacu pada kaidah *Structural Equation Modeling (SEM)*, yaitu jumlah sampel minimal 5-10 kali jumlah indikator yang digunakan dalam penelitian. (Joseph F. Hair et al., 2017) yang telah memenuhi ketentuan minimal dalam analisis multivariat. Penelitian ini menggunakan 11 indikator yang merepresentasikan variabel kemudahan penggunaan, sikap, dan minat investasi.

Data primer kuantitatif diperoleh melalui penyebaran kuesioner berbasis *skala Likert* (1–5), yang mencakup indikator persepsi kemudahan penggunaan, persepsi sikap, dan minat berinvestasi (Luthf & Hati, 2025). Validitas instrumen diuji menggunakan uji validitas konvergen dengan melihat nilai *outer loading* ($>0,70$) dan *Average Variance Extracted (AVE)* ($>0,50$), sementara reliabilitas instrumen diuji menggunakan nilai *Cronbach's Alpha* $\geq 0,70$. Analisis data kuantitatif menggunakan *Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS)* dengan bantuan perangkat lunak *SmartPLS*. Analisis ini meliputi pengujian model pengukuran (validitas dan reliabilitas) serta model struktural (pengujian hipotesis, pengaruh langsung, dan mediasi).

Hasil

Penelitian ini melibatkan 110 responden yang seluruhnya mengisi kuesioner secara lengkap karena setiap pertanyaan pada kuesioner *online* diatur sebagai wajib diisi. Berdasarkan jenis kelamin, responden didominasi oleh laki-laki (54,5%), sedangkan perempuan sebesar 45,5%. Mayoritas responden berusia 26–30 tahun (47,3%) dan sebagian besar memiliki tingkat pendidikan Diploma/Sarjana (D3/S1) sebesar 59,1%. Ditinjau dari pekerjaan, responden paling banyak berasal dari pegawai swasta (30,9%), diikuti oleh wiraswasta (21,8%) dan mahasiswa/pelajar (20,0%). Berdasarkan pendapatan, mayoritas responden memiliki pendapatan bulanan Rp5.000.000–Rp10.000.000 (40,0%), diikuti oleh pendapatan di bawah Rp5.000.000 (31,8%). Rincian karakteristik responden disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Responden Deskriptif

Variabel	Deskripsi	Jumlah	%
Jenis Kelamin	Laki- laki	60	54,5
	Perempuan	50	45,5
Usia	17-20 Tahun	12	10,9
	21-25 Tahun	26	23,6
	26-30 Tahun	52	47,3
	>30 Tahun	20	18,2
Pendidikan Terakhir	SMA/ sederajat atau di bawahnya	30	27,3
	Diploma/Sarjana (D3/S1)	65	59,1
	Pascasarjana (S2/S3)	15	13,6
Pekerjaan	Ibu Rumah Tangga	11	10,0
	Mahasiswa/ Pelajar	22	20,0
	Pegawai Negeri	12	10,9
	Pegawai swasta	34	30,9

	Pekerja Lepas (<i>Freelancer</i>)	7	6,4
	Wiraswasta	24	21,8
Pendapatan	< 5.000.000	35	31,8
	5.000.000- 10.000.000	44	40,0
	10.000.000- 25.000.000	23	20,9
	25.000.000- 50.000.000	0	0,0
	>50.000.000	8	7,3

Sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 2, hasil analisis *Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS)* menunjukkan bahwa model pengukuran telah memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas, dengan nilai *outer loading* seluruh indikator melebihi 0,70, nilai *Cronbach's Alpha* di atas 0,60, nilai *Composite Reliability (CR)* lebih besar dari 0,70, serta nilai *Average Variance Extracted (AVE)* melampaui 0,50, sesuai dengan kriteria yang direkomendasikan oleh (Joseph F. Hair et al., 2017). Nilai AVE pada seluruh konstruk yang berada di atas ambang batas tersebut menegaskan bahwa indikator mampu merepresentasikan variabel laten secara memadai, sementara nilai CR dan *Cronbach's Alpha* yang memenuhi ketentuan menunjukkan bahwa seluruh konstruk dalam penelitian ini memiliki tingkat reliabilitas yang baik dan layak digunakan dalam pengujian model struktural.

Tabel 2. Validitas dan Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability (CR)</i>	AVE
Kemudahan penggunaan	0,741	0,853	0,659
Sikap	0,833	0,889	0,667
Minat	0,837	0,891	0,671

Berdasarkan Tabel 3, nilai *R-Square* menunjukkan bahwa variabel minat sebesar 0,522, yang berarti bahwa 52,2% variabel minat investasi dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam penelitian ini, sedangkan 47,8% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian ini. Selanjutnya, nilai *R-Square* variabel sikap sebesar 0,371, yang menunjukkan bahwa 37,1% variabel sikap dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam penelitian ini, sementara 62,9% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model. Dengan demikian, penelitian memiliki kemampuan penjelasan yang moderat terhadap variabel minat dan cukup terhadap variabel sikap.

Tabel 3. *R Square*

Variabel	<i>R Square</i>	<i>R Square Adjusted</i>
Minat	0.522	0.513
Sikap	0.371	0.365

Berdasarkan nilai *Fornell–Larcker* yang disajikan pada Tabel 4, akar kuadrat *Average Variance Extracted (AVE)* pada masing-masing konstruk, yaitu kemudahan penggunaan (0,812), minat investasi (0,816), dan sikap (0,819), memiliki nilai yang lebih tinggi dibandingkan dengan korelasi antar konstruk lainnya. Hasil ini menunjukkan bahwa setiap konstruk memiliki validitas diskriminan yang baik serta saling berbeda secara konseptual, sehingga mampu menjelaskan pengaruh yang berbeda dalam kerangka penelitian ini.

Tabel 4. *Fornell-Larcker*

<i>Fornell-Larcker</i>	Kemudahan	Minat	Sikap
Kemudahan penggunaan	0,812		
Minat	0,623	0,816	
Sikap	0,609	0,670	0,819

Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan metode PLS-SEM dengan bantuan perangkat lunak *SmartPLS 3* (Tabel 5). Dalam penelitian ini digunakan uji koefisien jalur satu arah (*one-tailed*) dengan

tingkat signifikansi 5% atau nilai *t-statistic* sebesar 1,645. Dengan demikian, koefisien jalur dinyatakan signifikan apabila nilai *T-statistic* > 1,645 dan *p-value* < 0,05. Nilai *T-statistic* digunakan untuk mengukur sejauh mana nilai koefisien berbeda dari nol dalam satuan *standard error*, sedangkan *p-value* digunakan untuk menentukan tingkat signifikansi statistik (Joseph F. Hair et al., 2017).

Hasil pengujian menunjukkan bahwa Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Sikap ($t = 3,907$; $p < 0,000$). Temuan ini menegaskan hasil penelitian sebelumnya (Afandi et al., 2021; D. Kurniawan et al., 2023; T. A. Kurniawan et al., 2022) yang menyoroti pentingnya kemudahan dalam membentuk sikap pengguna terhadap adopsi teknologi keuangan. Selanjutnya, kemudahan juga terbukti berpengaruh signifikan terhadap minat ($t = 9,669$; $p = 0,000$). Hasil ini sejalan dengan temuan penelitian (Afandi et al., 2021; Pribowo & Fathihani, 2023) yang menyatakan bahwa kemudahan dapat memengaruhi minat investasi.

Selain itu, sikap menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat ($t = 4,923$; $p < 0,000$). Temuan ini mendukung penelitian sebelumnya, Penelitian Anwar et al., (2023), Sulaiman & Aprianingsih, (2023), dan Tanuwijaya & MN, (2023) yang menegaskan bahwa aspek kesejahteraan finansial serta kebaruan teknologi berperan penting dalam membentuk sikap positif pengguna, yang selanjutnya mendorong meningkatnya minat investasi. Selanjutnya, kemudahan juga terbukti berpengaruh signifikan terhadap minat melalui sikap ($t=5,181$; $p = 0,000$). Hasil ini sejalan dengan temuan penelitian (Luthf & Hati, 2025) yang menyatakan bahwa sikap berpengaruh positif sebagai mediasi untuk pengaruh kemudahan penggunaan terhadap minat. Dengan demikian, semakin mudah suatu sistem dipahami dan dioperasikan, semakin positif sikap pengguna yang terbentuk, sehingga minat untuk menggunakan layanan tersebut pun meningkat secara signifikan.

Tabel 5. Pengujian Hipotesis

Hubungan antar variabel	Koefisien (β)	<i>t-statistic</i>	<i>p-value</i>	keterangan
Kemudahan penggunaan-> sikap	0,342	3,907	0,000	signifikan
Kemudahan penggunaan-> Minat	0,609	9,669	0,000	signifikan
Sikap-> Minat	0,462	4,923	0,000	signifikan
Kemudahan penggunaan-> Sikap-> Minat	0,281	5,181	0,000	signifikan

Pembahasan

Hasil penelitian ini memberikan gambaran empiris mengenai peran kemudahan penggunaan dan sikap dalam membentuk minat investasi emas digital syariah pada nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Semarang. Berdasarkan pengujian menggunakan metode SEM-PLS, seluruh hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini terbukti signifikan, baik pengaruh langsung maupun pengaruh tidak langsung melalui variabel mediasi sikap.

Pengaruh kemudahan penggunaan terhadap sikap menunjukkan hasil yang positif dan signifikan ($t = 3,907$; $p < 0,000$). Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin mudah layanan investasi emas digital syariah dipahami dan dioperasikan, semakin positif pula sikap nasabah terhadap layanan tersebut. Hasil ini sejalan dengan kerangka *Technology Acceptance Model (TAM)* yang menegaskan bahwa kemudahan penggunaan merupakan faktor kognitif awal yang membentuk evaluasi afektif pengguna terhadap teknologi (Davis, 1989). Temuan penelitian ini mendukung hasil (Afandi et al., 2021; D. Kurniawan et al., 2023; T. A. Kurniawan et al., 2022), yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan berperan penting dalam membentuk sikap positif terhadap layanan keuangan digital. Dalam konteks perbankan syariah, kemudahan penggunaan aplikasi investasi emas digital membantu menurunkan hambatan psikologis dan beban kognitif nasabah, sehingga meningkatkan kenyamanan dan penerimaan terhadap produk investasi berbasis teknologi.

Selain berpengaruh terhadap sikap, kemudahan penggunaan juga terbukti memiliki pengaruh langsung yang positif dan signifikan terhadap minat investasi emas digital syariah ($t = 9,669$; $p = 0,000$). Hasil ini menunjukkan bahwa nasabah yang menilai layanan investasi emas digital mudah digunakan cenderung memiliki minat yang lebih tinggi untuk berinvestasi. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Afandi et al., 2021; Pribowo & Fathihani, 2023), yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan dapat

secara langsung meningkatkan minat investasi tanpa harus selalu melalui pembentukan sikap terlebih dahulu. Hal ini menguatkan pandangan (Venkatesh et al., 2003; Venkatesh & Davis, 2000) yang menegaskan bahwa ekspektasi usaha (*effort expectancy*) dapat memengaruhi niat perilaku secara langsung, terutama pada pengguna yang telah memiliki pengalaman dan literasi digital yang memadai.

Selanjutnya, hasil pengujian menunjukkan bahwa sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi emas digital syariah ($t = 4,923$; $p < 0,000$). Temuan ini menegaskan bahwa sikap merupakan faktor evaluatif utama dalam pengambilan keputusan investasi, sebagaimana dijelaskan dalam TAM bahwa sikap menjadi penghubung antara persepsi terhadap teknologi dan niat perilaku (Davis, 1989). Hasil penelitian ini mendukung temuan (Anwar et al., 2023; Sulaiman & Aprianingsih, 2023; Tanuwijaya & MN, 2023), yang menyatakan bahwa sikap positif terhadap layanan keuangan digital berperan penting dalam mendorong minat investasi. Dalam konteks emas digital syariah, sikap positif nasabah tidak hanya dipengaruhi oleh aspek teknis penggunaan, tetapi juga oleh kesesuaian produk dengan prinsip syariah, persepsi keamanan, serta keyakinan terhadap nilai investasi emas sebagai aset lindung nilai.

Lebih lanjut, hasil penelitian ini membuktikan bahwa sikap berperan sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara kemudahan penggunaan dan minat investasi emas digital syariah ($t = 5,181$; $p = 0,000$). Temuan ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan tidak hanya memengaruhi minat secara langsung, tetapi juga memperkuat minat investasi melalui pembentukan sikap positif terlebih dahulu. Hasil ini sejalan dengan penelitian Luthfi dan Hati (2025) yang menemukan bahwa sikap berfungsi sebagai mediator yang signifikan dalam hubungan antara kemudahan penggunaan dan minat investasi emas digital syariah. Dengan demikian, temuan ini mempertegas relevansi TAM dalam menjelaskan perilaku investasi digital syariah, khususnya pada nasabah perbankan syariah yang menggunakan aplikasi investasi emas berbasis teknologi.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan merupakan faktor penting dalam membentuk sikap dan minat investasi emas digital syariah, baik secara langsung maupun melalui peran mediasi sikap. Sikap nasabah terbukti menjadi mekanisme psikologis yang menjembatani persepsi kemudahan penggunaan dengan minat investasi. Temuan ini memperkuat posisi sikap sebagai variabel kunci dalam pengambilan keputusan investasi digital syariah dan memberikan kontribusi empiris terhadap pengembangan *Technology Acceptance Model (TAM)* dalam konteks perbankan syariah dan investasi emas digital di Indonesia.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan penelitian, dapat disimpulkan bahwa kemudahan penggunaan dan sikap memiliki peran penting dalam membentuk minat investasi emas digital syariah pada nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Semarang. Hasil pengujian *SEM-PLS* menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap nasabah. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin mudah layanan investasi emas digital syariah dipahami dan dioperasikan, semakin positif sikap nasabah terhadap layanan tersebut.

Selain itu, kemudahan penggunaan juga terbukti berpengaruh langsung secara positif dan signifikan terhadap minat investasi emas digital syariah. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan menjadi faktor praktis yang dapat mendorong minat nasabah untuk berinvestasi tanpa harus selalu melalui proses evaluasi sikap yang panjang. Selanjutnya, sikap terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi emas digital syariah, yang menegaskan bahwa sikap merupakan faktor evaluatif utama dalam pengambilan keputusan investasi berbasis teknologi.

Lebih lanjut, penelitian ini membuktikan bahwa sikap berperan sebagai variabel mediasi yang signifikan dalam hubungan antara kemudahan penggunaan dan minat investasi emas digital syariah. Dengan demikian, kemudahan penggunaan tidak hanya memengaruhi minat secara langsung, tetapi juga memperkuat minat investasi melalui pembentukan sikap positif. Temuan ini memperkuat relevansi *Technology Acceptance Model (TAM)* dalam menjelaskan perilaku investasi emas digital syariah pada nasabah perbankan syariah di Indonesia.

Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan model dengan menambahkan variabel lain yang relevan dalam menjelaskan minat investasi emas digital syariah, seperti persepsi kegunaan, persepsi risiko, kepercayaan, literasi keuangan syariah, religiusitas, serta persepsi keamanan sistem. Penambahan variabel tersebut diharapkan mampu memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi perilaku investasi digital, mengingat minat investasi tidak hanya dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan dan sikap, tetapi juga oleh faktor kognitif, psikologis, dan nilai keagamaan nasabah.

Selain itu, penelitian ini terbatas pada nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Semarang dengan pendekatan kuantitatif *cross-sectional*. Penelitian selanjutnya dapat memperluas cakupan wilayah secara regional atau nasional, melakukan perbandingan antarplatform atau antarbank syariah, serta menggunakan pendekatan longitudinal atau *mixed methods* untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam dan generalisasi yang lebih kuat. Pengujian model teoritis lain seperti *UTAUT* atau *Theory of Planned Behavior* juga dapat dilakukan untuk membandingkan kekuatan prediktif model dalam menjelaskan minat investasi emas digital syariah.

Referensi

- Abidin, Z. (2024). The effect of perceived usefulness, perceived ease of use, and lifestyle on purchase intention. *Journal of Management and Business Insight*, 2(1), 62–70. <https://doi.org/https://doi.org/10.12928/jombi.v2i1.935>
- Adams, S. (2023). Apa itu Emas Digital dan Bagaimana Cara Kerjanya? Gold Secure. <https://goldsecure.com.au/what-is-digital-gold/>
- Afandi, A., Fadhillah, A., & Sari, D. P. (2021). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Niat Menggunakan E-Wallet Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening. *INNOVATIVE: JOURNAL OF SOCIAL SCIENCE RESEARCH*, 1(2), 568–577. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/116>
- Akhyati, N., & Abdulloh. (2023). Strategi Investasi Saham di Pasar Modal Indonesia Perspektif Hukum Ekonomi Syariah. *Al-Maqrizi: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Studi Islam Prodi Ekonomi Syariah, Universitas Pamulang*, 1(1), 103–127. <https://doi.org/https://doi.org/10.32493/amq.v1i1.31696>
- Anwar, R. M., Wijaya, H., Tampubolon, L. D., Amelinda, R., & Amelinda, R. (2023). Pengaruh Sikap terhadap Perilaku, Norma Subjektif dan Literasi Keuangan terhadap Keinginan Berinvestasi pada Generasi Milenial. *PRIMANOMICS: JURNAL EKONOMI DAN BISNIS*, 21(2), 1–15. <https://doi.org/https://doi.org/10.31253/pe.v21i2.1818>
- Ayuningrum, R. (2026). DSN MUI Belum Keluarkan Fatwa Emas Digital, Ini Alasannya. DetikFinance. <https://finance.detik.com/moneter/d-8354304/dsn-mui-belum-keluarkan-fatwa-emas-digital-ini-alasannya>
- Bank Syariah Indonesia. (2025). Layanan Bank Emas. Bank Syariah Indonesia. <https://www.bankbsi.co.id/produk&layanan/tipe/layanan-bank-emas/parent/produk/layanan-bank-emas>
- Bank Syariah Indonesia. (2026). Perkuat Transformasi Digital dan Bisnis Emas, Nasabah BSI Naik 2 Juta Setahun. Bank Syariah Indonesia. <https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/perkuat-transformasi-digital-dan-bisnis-emas-nasabah-bsi-naik-2-juta-setahun#>
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *September*, 319–340.
- Davis, F. D., P., R., Bagozzi, & WarshawSource, P. R. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, 35(8), 982–1003. <https://doi.org/https://doi.org/10.1287/mnsc.35.8.982>
- Dayinta. (2024). Tantangan dan Peluang Investasi Emas Digital di Pasar Indonesia. Treasury. <https://www.treasury.id/tantangan-dan-peluang-investasi-emas-digital-di-pasar-indonesia>
- Devitt, P. (2026). Global gold demand hits record high in 2025, WGC says. Reuters.Com. <https://www.reuters.com/world/china/global-gold-demand-hits-record-high-2025>
- Fishbein, M., & Ajzen, Icek, joint author. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior : an introduction*

to theory and research. Reading, MA: Addison-Wesley.

- Hamdhi, A. (2025). *Minat Emas Digital Melejit, Transaksi Tembus Rp 41,3 Triliun pada 2024*. KONTAN.CO.ID - JAKARTA. mas-digital-melejit-transaksi-tembus-ribuan-ton#google_vignette
- Irimia-Diéguez, A., Albort-Moran, G., & Oliver-Alfonso, M. D. (2024). Predicting the intention to use Paytech services by Islamic banking users. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 17(1), 1–15. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1108/IMEFM-07-2022-0298>
- Joseph F. Hair, J., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (Second Edi). SAGE Publications, Inc.
- Kamila, N., & Samsuri, A. (2025). The Role of Islamic Fintech in Sustainable Finance: Inclusion and Digitalization. *Bukhori: Kajian Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 5(1), 37–46. <https://doi.org/https://doi.org/10.35912/bukhori.v5i1.4637>
- Kim, S., Kwon, H.-J., & Kim, H. (2023). Mobile Banking Service Design Attributes for the Sustainability of Internet-Only Banks: A Case Study of KakaoBank. *Sustainability*, 15(8), 6428. <https://doi.org/https://doi.org/10.3390/su15086428>
- Kurniawan, D., Maulana, A., & Shihab, M. S. (2023). Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Niat Beli Emas Melalui Mobile Banking. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akutansi*, 11(2), 35–49. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.3336>
- Kurniawan, T. A., Milanda, D. P., & Primastiwi, A. (2022). Norma Subyektif Dalam Penerimaan Aplikasi Emas Digital Dengan Menggunakan Model TAM. *Jurnal Akuntansi Keuangan Dan Bisnis*, 15(2), 637–646. <https://doi.org/https://jurnal.pcr.ac.id/index.php/jakb/article/view/5771>
- Lee, M.-C. (2009). Factors influencing the adoption of internet banking: An integration of TAM and TPB with perceived risk and perceived benefit. *Electronic Commerce Research and Applications*, 8(3), 130–141. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.eierap.2008.11.006>
- Luthf, A. A., & Hati, S. R. H. (2025). Determinants of Sharia digital gold investment intention among Jabodetabek Muslim youth. *Asian Journal of Islamic Management (AJIM)*, 7(1), 45–57. <https://doi.org/https://doi.org/10.20885/AJIM.vol7.iss1.art3>
- Mahipal, Suryana, M. P., Hidayat, N. A., Putri, N. S., & Putri, J. S. (2025). Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap Pembelian Emas Elektronik di Platform Digital. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9(1), 11300–11305. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/jptam.v9i1.26489>
- Manik, N. N. A., Fadillah, P. I., & Jannah, N. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Generasi Z Dalam Berinvestasi Tabung Emas Pada Pegadaian Digital Syariah. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 1(4), 637–646. <https://doi.org/https://doi.org/10.53625/jcijurnalcakrawalailmiah.v1i4.847>
- Mardhiyatturrositaningsih, & Hakim, M. L. (2022). Determinant Factors of Digital Financial Literacy: A Study of Women Entrepreneurs. *Journal of Finance and Islamic Banking*, 5(2), 28–36. <https://doi.org/https://doi.org/10.22515/jfib.v5i2.5495>
- Mint., T. R. (2023). *Digital gold – A new age investment option*. The Royal Mint. <https://www.royalmint.com/invest/discover/gold-guides/digital-gold--a-new-age-investment-option/>
- Octaviano, A. (2026). *Perbankan Syariah Menanti Kilau Lanjutan Emas di Tahun 2026*. KONTAN.CO.ID - JAKARTA. <https://keuangan.kontan.co.id/news/perbankan-syariah-menanti-kilau-lanjutan-emas-di-tahun-2026>
- Pratiwi, A. N. (2026). *Nilai Transaksi Emas Digital Melonjak 503 Persen*. Tempo. <https://www.tempo.co/ekonomi/nilai-transaksi-emas-digital-melonjak-503-persen-2115120>
- Pribowo, K., & Fathihani. (2023). Pengaruh Pengetahuan, Kemudahan, dan Sistem Pembayaran terhadap Minat Investasi Emas Digital pada Generasi Milenial (Studi pada Mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ilmu Sosial Universitas Dian Nusantara Jakarta). *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital (JMPD)*, 1(2), 133–142. <https://doi.org/https://doi.org/10.38035/jmpd.v1.i3>
- Rahman, N. A., & Baidhowi. (2025). Investasi Emas Digital Di Indonesia Berdasarkan Prinsip Hukum Ekonomi Syariah. *Jurnal Ilmiah Nusantara (JINU)*, 2(4), 823–835. <https://doi.org/https://doi.org/10.61722/jinu.v2i4.5201>

- Rahmayati, Munawar, W., Fadhillah, N., Syahputra, A., Sitompul, M. H., Muyassarah, Zulfikar, Nasution, M. P., Ayyubi, S. El, Sirait, R., Andriani, R., Mayasari, R. P., Mainata, D., & Badawi, A. (2024). *Financial Planning Ala Islam* (A. Shofawati (ed.)). AZ-ZAHRA MEDIA SOCIETY. https://drive.google.com/file/d/1jve106_neRpJALanmB9Thqgbu7izvdrK/view?usp=drive_link%0A
- Ramalan, S., & Setiawan, S. R. D. (2026). *Transaksi Emas Digital Melejit, Nilai Perdagangan Tembus Rp 115,6 T*. Kompas.Com. <https://money.kompas.com/read/2026/01/21/145733826/transaksi-emas-digital-melejit-nilai-perdagangan-tembus-rp-1156-t>
- S, S., M.R, D. A., & Mitra, A. (2016). Effect of information content and form on customers' attitude and transaction intention in mobile banking: Moderating role of perceived privacy concern. *International Journal of Bank Marketing*, 34(7), 1092–1113. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/IJBM-07-2015-0107>
- Safitriani, M., Arifin, T., Abdal, & Rizqillah, F. N. (2023). Anthropological Sociology Of Sharia Economic Law On The Practice Of Gold Arisan Contracts Of Indonesian Sharia Pawnshops. *STRATA Social and Humanities Studies*, 1(2), 97–105. <https://doi.org/https://doi.org/10.59631/sshs.v1i2.102>
- Salisa, N. R. (2020). Faktor yang Mempengaruhi Minat Investasi Di Pasar Modal: Pendekatan Theory Of Planned Behaviour (TPB). *JURNAL AKUNTANSI INDONESIA*, 9(2), 1820194. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.30659/jai.9.2.182-194>
- Sari, Z. P., Mardiah, S., & Albart, N. (2024). Systematic Literature Review : Pengaruh Financial Technology terhadap Minat investasi pada Generasi Z Tahun 2024. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 5(1), 2025. <https://doi.org/https://doi.org/10.60036/jbm.v5i1.306>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. ALFABETA, CV.
- Sulaiman, I., & Aprianingsih, A. (2023). Unveiling Gold Investment Preferences: A Comprehensive Analysis of Factors Shaping Intention to Invest in Gold Installment Plans. *International Journal of Current Science Research and Review*, 6(12), 8192–8202. <https://doi.org/10.47191/ijcsrr/V6-i12-73>
- Tamara, D., Maharani, A., Heriyati, P., Seto, A. B. R., Nathan, & Kevin. (2023). Intention in Investing Digital Gold Through E-Commerce Platforms. *E3S Web of Conferences*, 426(02010). <https://doi.org/https://doi.org/10.1051/e3sconf/202342602010>
- Tanuwijaya, N., & MN, N. (2023). Literasi Keuangan Memediasi Sikap Dan Pengalaman Keuangan Terhadap Minat Investasi. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 5(2), 307–314. <https://doi.org/https://doi.org/10.24912/jmk.v5i2.23399>
- Umah, A. (2025). *Lewat Edukasi Digital, Bisnis BSI di Regional Semarang Ditargetkan Tumbuh 17,02% Tahun Ini*. Harianjogja.Com, JOGJA. <https://ekbis.harianjogja.com/read/2025/02/02/5021202878>
- Usman, H., Mulia, D., Chairy, C., & Widowati, N. (2022). Integrating trust, religiosity and image into technology acceptance model: The case of the Islamic philanthropy in Indonesia. *Journal of Islamic Marketing*, 13(2), 381–409. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/JIMA-01-2020-0020>
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*, 46(2), 186–204. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS Quarterly*, 27(3), 425–478. <https://doi.org/https://doi.org/10.2307/30036540>
- Yulianto, A. (2022). *Indonesia Naik Peringkat ke-3 dalam Global Islamic Fintech Index 2022*. Republika.Co.Id. <https://ekonomi.republika.co.id/berita/rg17t6396>
- Zahira, N. (2023). *Transaksi Perdagangan Emas Digital Mencapai Rp 1,9 Triliun Tahun Lalu*. Katadata.Co.Id. <https://katadata.co.id/finansial/bursa/63b59340ef940/transaksi-perdagangan-emas-digital-mencapai-rp-1-9-triliun-tahun-lalu>
- Zhao, A. L., Koenig-Lewis, N., Hanmer-Lloyd, S., & Ward, P. (2010). Adoption of internet banking services in China: is it all about trust? *International Journal of Bank Marketing*, 28(1), 7–26. <https://doi.org/10.1108/02652321011013562>