FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT INVESTASI PASAR MODAL SYARIAH MELALUI GALERI INVESTASI SYARIAH FEBI UINSU (STUDI KASUS MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA)

Skripsi

Oleh:

Dimas Aulia Nugraha

NIM: 0501172130

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA

MEDAN

2022

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT INVESTASI PASAR MODAL SYARIAH MELALUI GALERI INVESTASI SYARIAH FEBI UINSU (STUDI KASUS MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA)

Skripsi

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana (S1) Pada Jurusan Ekonomi Islam

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Sumatera Utara

Oleh:

Dimas Aulia Nugraha

NIM: 0501172130

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA

MEDAN

2022

Surat Pernyataan

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama	: Dimas Aulia Nugraha
Nim	: 0501172130
Tempat/Tgl Lahir	: Medan, 25 Juli 1999
Alamat	: Jl. Bromo GG. Mesjid AlHidayah Medan.

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul "FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT INVESTASI PASAR MODAL SYARIAH MELALUI GALERI INVESTASI SYARIAH FEBI UINSU (STUDI KASUS MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA)". Benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan didalamnya, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Medan, 24 Februari 2022

Dimas Aulia Nugraha

Dimas Aulia Nugraha

PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul :

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT INVESTASI PASAR MODAL SYARIAH MELALUI GALERI INVESTASI SYARIAH FEBI UINSU (STUDI KASUS MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA)

Oleh :

Dimas Aulia Nugraha

Nim : 0501172130

Dapat Disetuji Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Program Studi Ekonomi Islam

Medan, Februari 2022

Pembimbing I

Dr. Andri Soemitra, MA
NIDN. 2007057602

Pembimbing II

Muhammad. Ikhsan Harahap, M.E.I
NIDN. 0105018901

Mengetahui,
Ketua Jurusan Ekonomi Islam

Imsar, M.Si
NIDN. 2003038701

Skripsi berjudul **"FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT INVESTASI PASAR MODAL SYARIAH MELALUI GALERI INVESTASI SYARIAH FEBI UINSU (STUDI KASUS MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA)"** an. Dimas Aulia Nugraha, NIM 0501172130 Program Studi Ekonomi Islam telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan pada tanggal 24 Februari 2022. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Ekonomi Islam.

Medan, 24 Februari 2022
Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Program Studi Ekonomi Islam UINSU

Ketua,

(**Imsar, M.Si**)
NIDN. 2003038701

Sekretaris,

(**Rahmat Daim Harahap, M.Ak**)
NIDN. 0126099001

Anggota

1. **(Dr. Andri Soemitra, MA)**
NIDN. 2007057602

2. **(Muhammad. Ikhsan Harahap, M.E.I.)**
NIDN. 0105018901

3. **(Dr. Fauzi Arif Lubis, M.A)**
NIDN.2025077801

4. **(Juliana Nasution, M.E)**
NIDN. 2117029201

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN-SU Medan

(**Dr. Muhammad Yafiz, M.Ag**)

NIDN. 2023047602

iii

ABSTRAK

Dimas Aulia Nugraha (2022), NIM 0501172130, Judul penelitian ini adalah "**Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Investasi Pasar Modal Syariah Melalui Galeri Investasi Syariah FEBI UINSU (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara)"**, Dibawah Pembimbing Skripsi I Bapak Dr. Andri Soemitra, MA dan Pembimbing Skripsi II Bapak Muhammad. Ikhsan Harahap, M.E.I.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel Pengetahuan Investasi, Risiko Investasi, Pelayanan dan Promosi berpengaruh simultan terhadap minat mahasiswa melakukan investasi pasar modal syariah melalui Galeri Investasi Syariah. Adapun metode penelitian pada penelitian ini adalah kuantitatif yang populasi nya menggunakan metode *convenience sampling* sehingga peneliti mengambil sebanyak 98 orang responden. Jenis sumber data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai metode pengumpulan data. Sehingga hasil Uji t Pengetahuan (X1) memilki nilai t hitung sebesar 3.030. Nilai ini lebih besar dari t tabel (1.66140) dengan nilai t sig (0.008) < 0.05. Sehingga pengujian hipotesis penelitan tersebut adalah Ha diterima dan H0 ditolak. Hal ini menjelaskan bahwa secara parsial pengetahuan berpengaruh terhadap minat berinvestasi di pasar modal syariah melalui galeri investasi syariah. Risiko (X2) memilki nilai t hitung sebesar 4.002. Nilai ini lebih besar dari t tabel (1.66140) dengan nilai t sig (0.038) < 0.05. Sehingga pengujian hipotesis penelitan tersebut adalah Ha diterima dan H0 ditolak. Hal ini menjelaskan bahwa secara parsial Risiko berpengaruh terhadap minat berinvestasi di pasar modal syariah melalui galeri investasi syariah. Pelayanan (X3) memilki nilai t hitung sebesar 4.704. Nilai ini lebih besar dari t tabel (1.66140) dengan nilai t sig (0.001) < 0.05. Sehingga pengujian hipotesis penelitan tersebut adalah Ha diterima dan H0 ditolak. Hal ini menjelaskan bahwa secara parsial Pelayanan berpengaruh terhadap minat berinvestasi di pasar modal syariah melalui galeri investasi syariah. Promosi (X4) memilki nilai t hitung sebesar 4.946. Nilai ini lebih besar dari t tabel (1.66140) dengan nilai t sig (0.005) < 0.05. Sehingga pengujian hipotesis penelitan tersebut adalah Ha diterima dan H0 ditolak. Hal ini menjelaskan bahwa secara parsial Promosi berpengaruh terhadap minat berinvestasi di pasar modal syariah melalui galeri investasi syariah. Berdasarkan hasil perhitungan diatas dapat diketahui bahwa F hitung (51.437). Nilai itu lebih besar dari F tabel (2.31) dengan nilai F sig (0.000) < 0.05. Sehingga pengujian hipotesis Ha diterima dan H0 ditolak. Hal ini menjelaskan bahwa secara simultan pengetahuan, risiko, pelayanan dan promosi berpengaruh minat berinvestasi pasar modal syariah di Galeri investasi syariah.

Kata kunci : pengetahuan, risiko, pelayanan, promosi, minat investasi

KATA PENGANTAR

Assalamua'alaikum Wr. Wb...

Puji syukur sebesar-besarnya Penulis sampaikan kepada Allah SWT Tuhan yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini yang merupakan tugas wajib dikerjakan oleh setiap Mahasiswa untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara Medan. Sholawat bertangkaikan salam tak akan pernah berhenti sampai akhir zaman nanti akan tetap tercurahkan kepada habibullah yang darinyalah harapan akan syafaat kelak dihari tidak diperlukan lagi harta, tahta maupun jabatan. Yanga ada hanyalah harapan amal dan syafaat yang semoga kita menjadi ummatnya yang senantiasa selalu bersholawat kepada Nabi Muhmmad SAW. Peluh dan letih yang ia rasa untuk menegakkan agama Rahmatan lil 'alamiin ini tak sebanding dengan kealpaan melakukan hal hal yang dicintai oleh nabi Muhammad SAW. Kiranya tulisan dan sholawat dari tinta ini menjadi saksi akan kecintaan terhadapnya dan ahli bait serta sahabat-sahabatnya.

Penelitian skripsi yang berjudul **"Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Investasi Pasar Modal Syariah Melalui Galeri Investasi Syariah FEBI UNSU (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Negeri Sumatera Utara"** ini merupakan penelitian kuantitatif yang dilakukan sesuai dengan prosedur-prosedur penelitian dan telah menyelesaikan seluruh proses-prosesnya.

Banyak pihak yang telah memberikan kontribusi, sumbangsih, bantuannya, serta saran-saran yang membangun dalam penyelesaian skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan. Untuk itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Kedua orang tua saya, Ayah **Bambang Sumantri, M.Pd** dan Ibunda **Rabiatul Adawiyah Siregar, M.Pd** tercinta yang selalu memberikan

limpahan kasih sayang, perhatian, nasehat dan doa yang tak pernah putus-putusnya sampai saat ini. Terimakasih atas semua kerja keras dan perjuangannya, tetesan air mata dan keringatnya, yang sampai kapanpun tidak bisa ku membalasnya, hanya doa yang mampu dipanjatkan semoga Allah membalas dengan sebaik-baiknya balasan di Akhirat kelak.

2. Seluruh keluarga saya yang tidak bisa saya sebutin satu persatu, dan terutama saudara **Majelis Dzikir Al – Hidayah Asia Pasifik** yang selalu mengingatkan untuk tetap mengingat kepada Allah SWT.
3. Terimakasih kepada Bapak **Prof. Dr. Syahrin Harahap, M. Ag** selaku rektor UIN Sumatera Utara Medan.
4. Bapak **Dr. Muhammad Yafiz, M.Ag** selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
5. Bapak **Imsar, M.Si** selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam yang telah memberikan bimbingan, arahan kepada penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak **Rahmat Daim Harahap, M.Ak** selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Islam yang telah memberikan bimbingan, arahan kepada penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak **Dr. Muhammad Ramadhan, MA** selaku Penasehat Akademik yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan saran-saran yang sangat berharga kepada penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Bapak **Dr. Andri Soemitra, MA** selaku Pembimbing Skripsi I dan Bapak **Muhammad. Ikhsan Harahap, M.E.I** selaku Pembimbing Skripsi II yang telah banyak meluangkan waktu dan tenaga untuk memberikan bimbingan, masukan, arahan, dan saran-saran yang baik serta semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Sauadara **Muhammad Anang Maulana** selaku Ketua KSPMS Lembaga Galeri Investasi Syariah (GIS) yang telah memberikan arahan,informasi untuk memenuhi data yang dibutuhkan di skripsi saya sehingga dapat menyeleseaikan skripsi ini.

10. Seluruh dosen dan staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara yang tidak dapat penulis sebutkan namanya, yang telah ikhlas atas ilmu pengerahuan dalam mendidik dan mengajar kepada penulis selama dibangku perkuliahan
11. Teman-teman seperjuangan jurusan Ekonomi Islam E stambuk 2017 yang telah berjuang bersama-sama, saling memberikan semangat, masukan serta bantuan satu sama lain sehingga dapat menyelesaikan pendidikan di UIN Sumatera Utara
12. Sahabat seperjuangan saya di Ekonomi Islam E yang selalu mendukung dan mendoakan.

Terima Kasih

Dimas Aulia Nugraha

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN ..... **i**

PERSETUJUAN ..... **ii**

PENGESAHAN ..... **iii**

ABSTRAK ..... **iv**

KATA PENGANTAR ..... **v**

DAFTAR ISI ..... **viii**

DAFTAR TABEL ..... **x**

DAFTAR GAMBAR ..... **xi**

BAB I PENDAHULUAN **1**

A. Latar Belakang Masalah 1
B. Identifikasi Masalah 11
C. Batasan Masalah 11
D. Rumusan Masalah 11
E. Tujuan Penelitian 12
F. Manfaat Penelitian 12

BAB II KAJIAN TEORITIS **13**

A. Tinjauan Pustaka 13
1. Minat Investasi Pasar Modal Syariah 13
2. Pasar Modal Syariah 16
3. Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Minat Investasi 19
a. Pengetahuan Investasi 20
b. Risiko Investasi 22
c. Pelayanan 26
d. Promosi 28

B. Penelitian Terdahulu 31
C. Kerangka Teoritis 36
D. Hipotesis 37

BAB III METODE PENELITIAN 39

A. Pendekatan Penelitian 39
B. Lokasi dan Waktu Penelitian 39
C. Populasi dan Sampel 40
D. Data Penelitian 41
E. Teknik Pengumpulan Data 42
F. Definisi Operasional Variabel 43
G. Metode Analisis Data 45

BAB IV TEMUAN PENELITIAN 52

A. Gambaran Objek Penelitian 52
B. Deskripsi Penelitian 52
C. Uji Persyaratan Analisis 54
D. Analisis Data dan Pembahasan 55
E. Uji Asumsi Klasik 59
F. Analisis Regresi Linier Berganda 63
G. Uji Hipotesis 65
H. Interpretasi 68

BAB V PENUTUP 71

A. Kesimpulan 71
B. Saran – saran 72

DAFTAR PUSTAKA 73

Lampiran 1

Lampiran 2

Kartu Bimbingan Skripsi

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Nasabah GIS UINSU 5

Tabel 1.2 Jumlah Mahasiswa Febi 6

Tabel.2.1 Penelitian Terdahulu 32

Tabel.3.1 Skala Pengukuran Likert 44

Tabel 3.2 Definisi Operasional 44

Tabel 3.3 Koefisien Realibilitas 48

Tabel 4.1 Gambaran Umum Jenis Kelamin 53

Tabel 4.2 Gambaran Umum Usia 54

Tabel 4.3 Gambaran Umum Tingkat Semester 54

Tabel 4.4 Gambaran Umum Penghasilan 55

Tabel 4.5 Analisis Deskrptif 55

Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Instrumen 57

Tabel 4.7 Hasil Uji Reabilitas Instrumen 60

Tabel 4.8 Uji Normalitas 61

Tabel 4.9 Uji Multikolinearitas 63

Tabel 4.10 Uji Regresi Linier Berganda 64

Tabel 4.11 Uji T Statistik 66

Tabel 4.12 Uji F Statistik 68

Tabel 4.13 R Square 69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Konsep Pasar Modal Syariah 19

Gambar 2. 2 Kerangka Teoritis 37

Gambar 4.1 Uji Normalitas 61

Gambar 4.2 Normal P-Plot 62

Gambar 4.3 Uji Heteroskedastisitas..... 62

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pasar modal memiliki peran penting dalam perekonomian suatu negara, karena pasar modal memiliki fungsi yang saling melengkapi yaitu fungsi ekonomi dan fungsi keuangan. Dikatakan memiliki fungsi ekonomi karena pasar modal merupakan sarana tempat bertemunya dua pihak yang saling mengisi yaitu pihak yang memiliki kelebihan dana (*investor*) dan emiten yang membutuhkan dana baik jangka menengah maupun jangka panjang. Dimaksudkan dengan investor adalah perorangan atau lembaga yang menanamkan modalnya dalam bentuk efek dengan harapan mendapatkan imbalan (r*eturn*) sedangakan emiten perusahaan yang menerbitkan efek untuk ditawarkan kepada masyarakat. Pasar modal dibeberapa negara, terutama di negara-negara menganut sistem ekonomi pasar, pasar modal telah menjadi salah satu sumber kemajuan ekonomi, sebab pasar modal dapat menjadi sumber dana alternatif bagi perusahaan.[1] Dengan adanya pasar modal maka aktivasi perekonomian menjadi meningkat karena pasar modal merupakan alternatif pendanaan bagi perusahaan-perusahaan sehingga perusahaan dapat beroperasi dengan skala yang lebih besar dan berdampak pada meningkatnya pendapatan perusahaan serta kemakmuran masyarakat.

Pasar modal mempunyai peranan penting dalam pembangunan ekonomi suatu negara. Dengan adanya pasar modal investor individu maupun badan usaha dapat menyalurkan kelebihan dana yang dimilikinya untuk diinvestasikan di pasar modal, dan para pengusaha dapat memperoleh dana tambahan modal untuk memperluas jaringan usahanya dari para investor yang berada di pasar modal.[2]

Pada dasarnya pasar modal syariah menerapkan prinsip-prinsip yang bersumber dari Al Quran sebagai sumber hukum tertinggi dan Hadist Nabi

---

[1] Widoatmojo, Sawidji. (2009). *Pasar Modal Indonesia*. Jakarta, Ghalia Indonesia, 2009, h. 72

[2] Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah,* (Jakarta: Kencana, 2010), cet ke-9, h. 114

Muhammad SAW. Secara umum kegiatan pasar modal syariah tidak memiliki perbedaan dengan pasar modal konvensional, namun terdapat beberapa karakteristik khusus di dalam pasar modal syariah, yaitu mengenai produk dan mekanisme transaksi tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah. Didalam pasar modal syariah kriteria bagi emiten dan perusahaan publik tersebut adalah tidak melakukan.[3]

Dari pengertian lain Pasar modal syariah adalah pasar modal yang seluruh mekanisme kegiatannya terutama mengenai emiten, jenis efek yang diperdagangkan dan mekanisme perdagangannya telah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Sedangkan yang dimaksud dengan efek syariah adalah efek sebagaimana dimaksud dalam peraturan perundang-undangan di bidang pasar modal yang akad pengelolaan perusahaan maupun cara penerbitannya memenuhi prinsip-prinsip syariah.[4]

Pasar modal merupakan pasar untuk berbagai instrumen keuangan jangka panjang yang bisa diperjual belikan, baik dalam bentuk utang, ekuitas (saham), instrumen derivatif, maupun instrumen lainnya. Pasar modal merupakan sarana pendanaan bagi perusahaan maupun instansi lain (mislanya pemerintah) dan sarana bagi kegiatan berinvestasi bagi para insvestor. Dengan demikian, pasar modal memfasilitasi berbagai sarana dan prasarana kegiatan jual beli dan kegiatan terkait lainnya.[5]

Dalam hal ini pasar modal merupakan pasar abstrak sekaligus pasar konkrit dengan barang yang diperjual belikan bersifat abstrak, dan bentuk konkritnya adalah lembar surat-surat berharga di Bursa Efek. Berdasarkan UU no 8 tahun 1995 tentang pasar modal, Bursa Efek adalah pihak yang menyelenggarakan dan menyediakan sistem dan atau sarana untuk mempertemukan pihak penjual dan

---

[3] https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/pages/pasar-modal-syariah.aspx. Diakses pada 22 Januari 2022

[4] Soemitra, Andri, Bank & Lembaga Keuangan Syariah- Jakarta: PT. Kencana Prenada Media Group, 2009. Hal: 113

[5] Sri nurhayati & wasilah, Akuntansi Syariah di Indonesia- Jakarta: Salemba Empat, 2013 Hal. 352

pembeli surat berharga dengan tujuan memperdagangkan surat berharga dianta[6]ra mereka. Salah satu surat berharga yang diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia ini adalah saham, dimana saham merupakan bukti kepemilikan perusahaan yang artinya setiap saham menunjukkan satu suara kepemilikan. Sebagaimana diketahui, galeri investasi Bursa Efek Indonesia (BEI) merupakan sarana untuk memperkenalkan pasar modal sejak dini kepada dunia akademisi. Galeri investasi BEI berkonsep 3 in 1 yang merupakan kerjasama antara BEI, perguruan tinggi dan perusahaan sekuritas, dengan adanya galeri investasi diharapkan tidak hanya memperkenalkan pasar modal dari sisi teori saja akan tetapi juga prakteknya. Saham merupakan surat berharga yang paling diminati oleh investor bila dibandingkan dengan surat berharga lainya yang ada dipasar modal hal ini disebabkan karena saham memiliki keuntungan *return* yang lebih besar dengan waktu yang relatif singkat (*high return*). Selain *high retu*rn, saham juga memiliki kecendrungan *high risk*, suatu ketika harga saham juga dapat turun secara cepat.

Investasi merupakan istilah yang berkaitan dengan keuangan dan ekonomi. Istilah tersebut berkaitan dengan akumulasi suatu bentuk aktiva dengan harapan akan mendapatkan keuntungan dimasa mendatang.[7] Sebelum mengenal akan adanya investasi banyak orang yang hanya menyisihkan uangnya dalam bentuk tabungan, akan tetapi seiring perkembangan zaman orang-orang mulai meninggalkan metode kuno tersebut dan menggantinya dengan, membeli saham, obligasi, emas, reksadana, yang sekiranya memberikan keuntungan yang menjanjikan dimasa mendatang.

Salah satu kegiatan pasar modal dilakukan melalui Galeri Investasi Syariah BEI di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Galeri Investasi Syariah BEI tersebut merupakan kerjasama antara Universitas Islam Negeri Sumatera Utara – PT Bursa Efek Indonesia dan PT Indo Premier Securities. Galeri Investasi Syariah

---

[6] https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/pages/pasar-modal-syariah.aspx. Diakses pada 22 Januari 2022

[7] Muhamad Imam Syairozi and Septyan Budy Cahya, *'Sukuk Al Intifa: Integrasi Sukuk dan Wakaf Dalam MeningkatkanProduktifitas Sektor Wakaf Pendorong Investaasi Pada Pasar Modal Syariah*, *JPIM (Jurnal Penelitian Ilmu anajemen)*, 2.2 (2017), hal 12

(GIS) UIN SU menjadi salah satu galeri edukasi perkembangan investasi dan pasar modal se - Indonesia. GIS UIN SU menjadi Galeri Investasi Syariah pertama di Sumut yang diresmikan pada tanggal 02 Maret 2017 oleh BEI dikelola Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEBI) Universitas Islam Sumatera Utara. Berdirinya Galeri Investasi Syariah BEI di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara bertujuan untuk mengenalkan bursa efek untuk kalangan akademisi. Hal ini sebagai penunjang agar seorang akademisi tidak hanya mumpuni dari segi teori tapi harus mahir dalam segi pratiknya. Galeri investasi ini membawa peran penting dalam dunia akademisi. Sebagaimana sasaran galeri investasi yaitu untuk menjangkau kalangan berpendidikan agar lebih mengenal dan memahami dunia pasar modal.[8]

Galeri Investasi Syariah disingkat dengan GIS di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara disingkat UINSU berperan menarik investor khususnya investor milenial. Hadirnya galeri investasi di tengah-tengah perguruan tinggi yakni sebagai sarana pembelajaran atau edukasi untuk kalangan mahasiswa yang ingin menjadi investor di dunia pasar modal. Selain itu galeri investasi juga sangat sangat bermanfaat untuk mahasiswa dalam meningkatkan literasi atau pun pengetahuan dalam berinvestasi khususnya investasi saham. Bukan hanya sekedar edukasi namun galeri investasi juga memiliki program sosialisasi pasar modal dimana sosialisasi ini sangat diperlukan baik di kalangan akademisi maupun masyakat luas. Hadirnya galeri investasi di perguruan tinggi membuat mahasiswa akan lebih tertarik untuk ikut serta dalam berinvestasi, keikutsertaan mahasiswa dalam berinvestasi telah membuktikan bahwa mahasiswa telah ikut andil dalam mengembangkan perekonomian Indonesia. Sebagaimana telah diketahui bahwa investasi memiliki peran penting dalam pembangunan ekonomi suatu negara. Dengan adanya galeri investasi yang juga ditunjang dengan semakin canggihnya teknologi, seharusnya mahasiswa merubah paradigma mengenai investasi. Mahasiswa seharusnya mulai berfikir bahwa investasi bukanlah sebuah keinginan namun sebuah kebutuhan yang harus dilakukan. Tidak dapat dipungkiri bahwa

[8] https://kspmsgoldenuinsu.blogspot.com/2018/09/sejarah-kspms-golden-insu_24.html. Diakses pada 18 Januari 2021

tujuan hidup setiap orang berbeda-beda tidak semua orang tertarik untuk berinvestasi. Karena pada hakikatnya berinvestasi untuk bekal masa depan bukan orientasi hasil yang instan.

KSPMS sebagai pengelola Galeri Investasi Syariah sudah melakukan kegiatan yang dapat membuat mahasiswa dan masyarakat tertarik, seperti kolaborasi dengan pihak organisasi dalam bidang ekonomi, sudah melakukan banyak kegiatan event yang menarik, dan sudah mendapatkan dukungan dan bantuan dari pihak fakultas dengan mempelajari Investasi Syariah di mata kuliah, namun masih banyak mahasiswa yang belum juga berminat untuk mengikuti investasi syariah.

Berdasarkan wawancara awal yang saya lakukan dengan pihak GIS, saya mendapatkan data sebagai berikut:

Tabel 1.1

Data Nasabah GIS UINSU

Data Nasabah Mahasiswa FEBI Mengikuti Pasar Modal Syariah	
2017	173 Nasabah
2018	407 Nasabah
2019	429 Nasabah
2020	430 Nasabah
2021	627 Nasabah

Sumber : Galeri Investasi Syariah UIN Sumatera Utara

Pada Tabel di atas terjadi peningkatan jumlah nasabah yang membuka rekening saham dari tahun 2017 sampai tahun 2020. Pada tahun 2017 yang membuka rekening hanya 173 nasabah. Dari tahun 2018 ada 173 nasabah dan tahun 2019 ada 429 yang sudah menjadi nasabah, dan pada 2020 nasabah hanya bertambah 1 menjadi 430 nasabah yang sudah membuka rekening saham. Dan pada 2021 nasabah bertambah menjadi 627 nasabah. Dapat disimpulkan bahwa minat mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UINSU) dalam berinvestasi

di pasar modal setiap tahunnya meningkat tetapi masih belum dikatakan meningkat yang signifikan.

Dapat dilihat dari Tabel 1.1, terlihat pertumbuhan jumlah investor dari Tahun 2017 sampai dengan 2018 mengalami peningkatan yang baik pada tahunnya dan pertahun semakin bertambah walau dapat dikatakan minim. Hal ini dapat diindikasikan bahwa peningkatan jumlah investor tersebut menunjukkan bahwa masih sedikit Mahasiswa UINSU untuk dapat mengikuti kegitatan pasar modal syariah dan menjadi Investor atau bergabung dalam Galeri Investasi Syariah UINSU.

Tabel 1.2

Jumlah Mahasiswa Fakyultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Tahun	Jumlah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UINSU
2017	1.303 Mahasiswa
2018	1.414 Mahasiswa
2019	1.282 Mahasiswa
2020	1.295 Mahasiswa
2021	1.291 Mahasiswa

Sumber : Biro Akademik UINSU

Dapat dilihat dari Tabel 1.2, terlihat pertumbuhan jumlah Mahasiswa FEBI UINSU pada Tahun 2017 mahasiswa FEBI berjumlah 1.303 mahasiswa, pada tahun 2018 mengalami peningkatan yang baik pada tahunnya yang berjumlah 1.414 mahasiswa FEBI, pada tahun 2019 mengalami penurunan yang berjumlah 1.282 mahasiswa FEBI, dan pada tahun 2020 mengalami peningkatan yang baik yang berjumlah 1.295 mahasiswa FEBI dan pada 2021 berjumlah 1.291 Mahasiswa.

Dilihat dari tabel 1.1 dan 1.2 dapat diindikasikan dan dikaitkan bahwa peningkatan jumlah investor tersebut menunjukkan masih sedikit Mahasiswa

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam untuk dapat mengikuti dan menjadi Investor atau bergabung dalam GIS.

Sebagai upaya untuk pengembangan perekonomian Indonesia sangat diperlukannya peran investor yang mana penelitian tentang peningkatan minat berinvestasi di pasar modal syariah telah ditelaah oleh Badan Pengawas Pasar Modal dan Lembaga Keuangan (Bapepam-LK) pada tahun 2015 memiliki faktor yang sangat berpengaruh terhadap minat berinvestasi seseorang meliputi pengetahuan investor, resiko investasi, return investasi, motivasi, modal,. keluarga, pelayanan, promosi, dan lokasi .

Menurut Pajar yang menjadi faktor minat investasi di pasar modal pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta adalah motivasi investasi dan pengetahuan investasi.[9] Motivasi investasi merupakan dorongan untuk melakukan suatu tindakan tertentu guna menggapai tujuan tertentu.

Faktor selanjutnya adalah pengetahuan mengenai investasi di pasar modal secara global juga di edukasikan kepada mahasiswa di kampus-kampus, khususnya pada mahasiswa yang mengambil jurusan Fakultas Ekonomi Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Mahasiswa sangat perlu dibimbing untuk dalam mengenal investasi lebih dini sehingga mereka tidak konsumtif dan mulai menyiapkan diri untuk kemapanan finansial nantinya.[10] Berbagai aspek dipelajari dalam mata perkuliahan yang menyakut investasi mulai dari return, tehnik-tehnik mengambil keputusan, hambatan, hingga ke risiko-risiko yang akan di hadapi oleh investor termasuk pada calon investor mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

Faktor yang signifikan mempengaruhi minat berinvestasi berikutnya menurut Aini dkk adalah risiko.[11] Menurut Fahmi risiko merupakan keadaan

---

[9] Rizki Chaerul Pajar, *Pengaruh Motivasi Investasi dan Pengetahuan Investasi terhadap Minat Investasi di Pasar Modal pada Mahasiswa FE UNY*, Jurnal Profita Edisi 1, 2017, hal 26

[10] Ibid, hal. 29.

[11] Nur Aini, *Pengaruh Pengetahuan Dan Pemahaman Investasi, Modal Minimum Investasi, Return, Risiko Dan Motivasi Investasi Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi Di Pasar Modal (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Kota Malang)*, E-JRA Vol. 08 No. 05 Agustus 2019, hal 18.

ketidakpastian tentang suatu keadaan yang akan terjadi nantinya dengan keputusan yang diambil berdasarkan berbagai pertimbangan pada saat ini.[12] Setiap jenis investasi memiliki tingkat risiko yang berbeda-beda. Sebagai contoh, pada aktiva keuangan, investasi pada saham memiliki risiko yang relatif lebih tinggi dari pada investasi pada obligasi dan masing-masing memiliki tingkat risiko yang berbeda-beda pula. Ada investor yang memiliki sifat berani menanggung risiko yang tinggi dalam berinvestasi, yang disebut investor risk taker. Ada investor yang memiliki sifat cenderung menghindari risiko yang tinggi dalam berinvestasi, yang disebut investor risk averse. Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam belum mampu atau siap untuk menanggung resiko yang tinggi. Sehingga banyak mahasiswa Fakultas Ekonomi yang menjadi anggota Galeri Investasi namun belum melakukan investasi di Pasar Modal

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat investasi seseorang terdiri dari faktor risiko investasi, penerapan prinsip syariah, informasi produk, dan kepuasan investor.[13] Tujuan utama investor berinvestasi adalah untuk mendapatkan keuntungan. Keuntungan atau disebut juga return menjadi salah satu faktor yang dapat memberi pengaruh terhadap minat seseorang berinvestasi. Investasi yang dipilih oleh investor adalah alternatif investasi yang diharapkan dapat memberikan tingkat keuntungan yang tinggi. Namun tidak semua tingkat keuntungan yang diperoleh investor sesuai dengan yang diharapkan sebelumnya. Tingkat keuntungan yang diperoleh dari setiap jenis instrument investasi berbeda-beda.

Ada beberapa juga yang dapat mempengaruhi minat mahasiswa untuk berinvestasi di Galeri Investasi Syariah seperti, pelayanan, promosi, keluarga, dan lokasi. Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada konsumen, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Menurut Zeithmal dan Bitner, faktor utama penentu kepuasan pelanggan

---

[12] Irham Fahmi, *Manajemen Keuangan Perusahaan dan Pasar Modal*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2014), hlm. 449.

[13] Adik Putri Sarah. 2014. *Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Investor Terahadap Sukuk Negara Ritel*. Skripsi. Bogor, hal 38.

adalah persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan.[14] Kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima atau peroleh. Jika kenyataannya lebih dari yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan bermutu, sedangkan jika kenyataan kurang dari yang diharapkan, maka layanan dikatakan tidak bermutu, dan apabila kenyataan sama dengan harapan, maka layanan tersebut memuaskan.[15] Promosi merupakan faktor penting bagi suatu perusahaan dalam memperkenalkan produk dan jasanya. Tujuan promosi adalah memberitahu dan mengkomunikasikan kepada masyarakat tentang keberadaan produk, kemanfaatan, keunggulan, atribut-atribut yang dimiliki, harga, dimana, dan cara memperolehnya. Promosi yang menarik dan menjanjikan mampu menarik minat nasabah untuk menggunakan suatu produk .[16] Keluarga adalah kelompok yang terdiri dari dua orang atau lebih yang mempunyai hubungan darah, pernikahan atau adopsi yang tinggal bersama. Unit terkecil dari masyarakat yang terdiri atas kepala keluarga dan beberapa anggota keluarga yang terkumpul dan tinggal disuatu tempat dalam keadaan saling ketergantungan. Lokasi merupakan sebuah tempat dimana dapat digunakan sebagai tempat produksi atau melayani konsumen. Lokasi yang strategis tentunya akan mempermudah konsumen untuk mendapatkan jasa atau produk yang diinginkan. Dari pengertian di atas maka dapat dijelaskan kembali bahwasannya faktor-faktor yang mempengaruhi timbulnya minat secara garis besar dapat dilihat yaitu pengetahuan investasi, risiko investasi, return investasi, motivasi, pelayanan, promosi, keluarga, lokasi.

Minat merupakan salah satu dari dimensi dalam aspek afektif yang dapat menyebabkan seseorang memiliki intensitas atau kecenderungan kesukaan yang berbeda anatara suatu kegiatan dengan kegiatan lainnya setelah melihat, mengamati

---

[14] Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2011), cet. ke-1, h.181 dan 192.

[15] Ririn Tri Ratnasari dan Mastuti Aksa, *Teori dan Kasus Manajemen Pemasaran Jasa*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2016), cet. ke-2, h. 107.

[16] Sentot Imam, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta: Graha Ilmu 2010), hlm, 134

dan membandingkan serta mempertimbangkan dengan kebutuhannya disertai dengan upaya yang direncanakan dan perasaan senang.[17]

Minat adalah keinginan untuk mencari tahu tentang jenis suatu investasi dimulai dari keuntungan, kelemahan, kinerja investasi dan sebagainya. Ciri lain yang dapat diihat adalah mareka akan berusaha meluangkan waktu untuk mempelajari lebih jauh tentang investasi tersebut atau mareka langsung mencoba berinvestasi pada jenis investasi tersebut. Minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal syariah harus didukung dengan tingkat pengetahuan tentang investasi syariah yang cukup, pengalaman, serta naluri bisnis untuk menganalisis efek-efek mana yang akan dibeli. Untuk itu, pengetahuan yang mamadai sangat diperlukan untuk menghindari terjadinya kerugian saat berinvestasi di pasar modal.[18]

Dari penjabaran latar belakang di atas, data Jumlah Mahasiswa yang aktif di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam sangat banyak dan data Mahasiswa yang Berinvestasi di pasar modal syariah yang ada di UINSU yaitu GIS sangat sedikit, disini dapat dilihat bahwasanya Minat Mahasiswa terhadap Investasi Syariah sangat Minim, dan ada beberapa faktor yang memperngaruhi Minat mahasiswa dalam berinvestasi. Seharusnya mahasiswa FEBI banyak yang gemar berinvestasi, dikarenakan Investasi Pasar Modal Syariah ini dapat meningkatkan ekonomi dan mengikuti perkembangan jaman dalam ekonomi, akan tetapi berdasarkan data yang saya peroleh sangat sedikit mahasiswa Febi yang tertarik seputar pasar modal, oleh sebab itu saya tertarik mengangkat judul ini, maka peneliti bermaksud mengadakan penelitian yang berjudul **"FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT INVESTASI PASAR MODAL SYARIAH MELALUI GALERI INVESTASI SYARIAH FEBI UINSU (STUDI KASUS MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA)"**

---

[17] Dewi Pratiwi, Pengaruh Edukasi Pasar Modal Terhadap Persepsi Risiko dan Minat Berinvestasi Masyarakat, Krisna : Kumpulan Riset Akuntan, ejouurnalmarwadewa

[18] *Ibid,h,12*

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebegai berikut :

1. Sangat rendahnya pengetahuan investasi mahasiswa sehingga kurangnya mahasiswa berminat untuk berinvestasi.
2. Kurangnya pemahaman mahasiswa terhadap risiko investasi yang menyebabkan takutnya mahasiswa untuk berinvestasi.
3. Masih kurangnya pelayanan yang diberikan GIS kepada mahasiswa yang menyebabkan kurangnya kenyamanan mahasiswa.
4. Minimnya promosi GIS tentang Pasar Modal Syariah sehingga mahasiswa tidak mengetahui GIS yang ada di UINSU.

C. Batasan Masalah

Agar tidak menyebar luas penulis membatasi masalah dalam penelitian ini yaitu penulis hanya akan membahas :

1. Pengaruh pengetahuan investasi terhadap minat mahasiswa berinvestasi pasar modal syariah di Galeri Investasi Syariah UINSU
2. Pengaruh risiko investasi terhadap minat mahasiswa berinvestasi pasar modal syariah di Galeri Investasi Syariah UINSU
3. Pengaruh pelayanan terhadap minat mahasiswa berinvestasi pasar modal syariah di Galeri Investasi Syariah UINSU
4. Pengaruh promosi terhadap minat mahasiswa berinvestasi pasar modal syariah di Galeri Investasi Syariah UINSU

D. Rumusan Masalah

1. Apakah Pengetahuan Investasi mempengaruhi minat berinvestasi mahasiswa Ekonomi Islam UINSU di pasar modal syariah ?
2. Apakah Risiko Investasi mempengaruhi minat berinvestasi mahasiswa Ekonomi Islam UINSU di pasar modal syariah ?

3. Apakah Pelayanan mempengaruhi minat berinvestasi mahasiswa Ekonomi Islam UINSU di pasar modal syariah ?
4. Apakah Promosi mempengaruhi minat berinvestasi mahasiswa Ekonomi Islam UINSU di pasar modal syariah ?
5. Apakah Pengetahuan Investasi, Risiko, Pelayanan, Promosi mempengaruhi minat berinvestasi mahasiswa Ekonomi Islam UINSU di pasar modal syariah ?

E. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh Pengetahuan Investasi terhadap minat berinvestasi mahasiswa Ekonomi Islam UINSU di pasar modal syariah.
2. Untuk mengetahui pengaruh Risiko Investasi terhadap minat berinvestasi mahasiswa Ekonomi Islam UINSU di pasar modal syariah.
3. Untuk mengetahui pengaruh Pelayanan terhadap minat berinvestasi mahasiswa Ekonomi Islam UINSU di pasar modal syariah.
4. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap minat berinvestasi mahasiswa Ekonomi Islam UINSU di pasar modal syariah.
5. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan investasi, risiko, pelayanan, promosi terhadap minat berinvestasi mahasiswa Ekonomi Islam UINSU di pasar modal syariah.

F. Manfaat Penelitian

1. Secara akademis

   Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih pemikiran bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan dapat menjadi referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya dan dapat menambah wawasan bagi pembacanya.
2. Secara praktis

   Dapat menyediakan informasi mengenai pengaruh Pengetahuan Investasi, Risiko Investasi, Pelayanan, Promosi terhadap minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal.

BAB II

KAJIAN TEORITIS

A. Tinjauan Pustaka

1. Minat Investasi Pasar Modal Syariah

a. Pengertian Minat

Menurut Slameto, minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minat.[1]

Pengertian minat menurut Winkel adalah kecenderungan yang menetap dalam subyek untuk merasa senang dan tertarik pada bidang atau hal tertentu dan merasa senang berkecimpung dalam bidang itu.[2] Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia minat didefinisikan sebagai perhatian, kesukaan, kecenderungan hati. Dari pemaparan diatas dapat ditarik kesimpulan yang dimaksud dengan minat disini adalah kecenderungan untuk menetapkan pilihannya pada suatu subjek tertentu.

Minat dapat diartikan sebagai suatu kecenderungan yang sifatnya menetap dan tertarik terhadap suatu bidang tertentu. Minat yang dimiliki sesorang dapat tumbuh dengan diberinya kesempatan untuk belajar terhadap suatu hal yang ia cintai atau senangi, sehingga menimbulkan dorongan yang kuat dalam dirinya untuk dapat mengetahui lebih dalam.[3]

Minat dalam berinvestasi dapat muncul dengan sendirinya yang diawali dengan kecintaan terhadap investasi, tetapi minat tidak dapat muncul jika tidak ada bantuan dari pihak lain dalam menyampaikan sesuatu yang berkaitan dengan

---

[1] Slameto, Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya (Jakarta : PT Rineka Cipta, 2003), 180

[2] Winkel, W.S.. "*Psikologi Pengajaran"*. PT. Gramedia Widia Sarana Indonesia. (Jakarta: 1983), Hal.24.

[3] Siti Rahma Hasibuan dalam Skripsi "*Minat Investasi Mahasiswa untuk Berinvestasi Di Pasar Modal Syariah Galeri Investasi Syariah UIN Sumatera Utara Periode 2017/2018*", (UIN Sumatera Utara: 2018), Hal.34.

investasi tersebut. Jadi minat dapat tumbuh seiring dengan adanya sosialisasi yang dilakukan seseorang kepada orang lain. Minat berinvestasi berkembang sebagai hasil dari pemberian sosialisasi tentang investasi yang telah dilakukan oleh BEI. Salah satu faktor yang mempengaruhi minat berinvestasi yaitu adanya rangsangan yang datang dari lingkungan sosialnya yang sesuai dengan seleranya dalam bisnis investasi sehingga seseorang akan mudah menimbulkan minat.[4]

وَلْيَخْشَ الَّذِيْنَ لَوْ تَرَكُوْا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعٰفًا خَافُوْا عَلَيْهِمْۖ فَلْيَتَّقُوا اللّٰهَ وَلْيَقُوْلُوْا قَوْلًا سَدِيْدًا

Artinya : “Dan hendaklah takut kepada Allah orang-orang yang seandainya meninggalkan diantara mereka anak-anak yang lemah, yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka, oleh sebab itu hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang benar.”

Pada QS. An-Nisa :9 dinyatakan bahwa kita harus khawatir meninggalkan generasi yang lemah, utamanya lemah secara finansial. Karena itulah, siapa pun harus berikhtiar untuk menyiapkan generasi yang melek finansial. Ini dapat ditempuh dengan cara menanamkan mindset investasi sejak dini.

Berbagai rancangan program juga telah dilakukan oleh OJK dan BEI dalam menarik minat investor muda, sehingga tidak heran jika investor-investor muda mulai bermunculan sebagai realisasi dari program yang telah dilakukan. BEI juga seringkali mengkampanyekan pasar modal di berbagai daerah di Indonesia melalui kampanye “Yuk Nabung Saham”. Pemanfaatan kegiatan tersebut dilakukan untuk memunculkan daya tarik tersendiri kepada pemuda bahwa pentingnya menanamkan kesadaran sejak dini dalam menabung untuk masa depan kelak. Menabung disini bukan hanya untuk sekedar menabung uang, tetapi menabung dengan melihat potensi bisnis di masa yang akan datang. Melihat potensi kesadaran sejak dini untuk belajar menabung saham, tentu sangat bermanfaat untuk masa depan. Apalagi jika

[4] Haris dkk dalam jurnal “*Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Berinvestasi di Pasar Modal Syariah Melalui Galeri Investasi Iain Zawiyah Cot Kala Langsa*”, (UIN Sumatera Utara: 2018), Vol. 2, No. 2, Hal. 188.

pemuda sadar akan manfaat yang diberikan dalam berbisnis pada pasar modal syariah.

b. Jenis – Jenis Minat

Banyak ahli mengemukakan jenis-jenis mengenai minat, mengklasifikasikan minat menjadi empat jenis: [5]

1. Expressed interest adalah minat yang diekspresikan melalui suatu objek aktivitas.
2. Manifest interest adalah minat yang disimpulkan dari keikutsertaan individu pada suatu kegiatan tertentu.
3. Tested interest adalah minat yang berasal dari pengetahuan dan keterampilan dalam suatu kegiatan.
4. Invored interest adalah dimana minat ini berasal dari daftar aktivitas dan kegiatan yang sama dengan pernyataan.

c. Indikator minat menurut Safari ada empat, yaitu:

1. perasaan senang,
2. ketertarikan siswa,
3. perhatian siswa, dan
4. keterlibatan siswa.

Masing-masing indikator tersebut sebagai berikut:[6]

1. Perasaan Senang

Seorang siswa yang memiliki perasaan senang atau suka terhadap suatu mata pelajaran, maka siswa tersebut akan terus mempelajari ilmu yang disenanginya. Tidak ada perasaan terpaksa pada siswa untuk mempelajari bidang tersebut.

2. Ketertarikan Siswa

[5] Susilowati, Yuliana. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Akuntansi Syariah Untuk Berinvestasi Di Pasar Modal Syariah (Studi Di IAIN Surakarta*). Skripsi, 2017, hal 47

[6] Safari . 2003. Indikator Minat Dalam Belajar. Diakses pada 27 Maret 2015. Hal 30

Berhubungan dengan daya gerak yang mendorong untuk cenderung merasa tertarik pada orang, benda, kegiatan atau bisa berupa pengalaman afektif yang dirangsang oleh kegiatan itu sendiri.

3. Perhatian Siswa

Perhatian merupakan konsentrasi atau aktivitas jiwa terhadap pengamatan dan pengertian, dengan mengesampingkan yang lain dari pada itu. Siswa yang memiliki minat pada objek tertentu, dengan sendirinya akan memperhatikan objek tersebut.

d. Keterlibatan Siswa

Ketertarikan seseorang akan suatu objek yang mengakibatkan orang tersebut senang dan tertarik untuk melakukan atau mengerjakan kegiatan dari objek tersebut.

Indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur minat mahasiswa menjadi investor pemula di pasar modal syariah meliputi :[7]

1) Keinginan untuk mencari tau tentang jenis investasi, mulai dari keuntungan, kelemahan, kinerja investasi dan lain sebagainya.

2) Mau meluangkan waktu untuk mempelajari lebih jauh tentang investasi dengan mengikuti pelatihan dan seminar investasi.

3) Mencoba berinvestasi

2. Pasar Modal Syariah

1. Konsep Dasar Pasar Modal Syariah

Definisi pasar modal sesuai dengan undang – undang Nomor 8 Tahun 1995 tentang Pasar Modal (UUPM) adalah kegiatan yang bersangkutan dengan penawaran umum dan perdagangan efek perusahaan public yang berkaitan dengan efek yang diterbitkannya, serta lembaga dan profesi yang berkaitan dengan efek.

[7] Kusmawati, " Pengaruh Motivasi terhadap Minat Berinvestasi di Pasar Modal," : 104

Berdasarkan definisi tersebut, terminology pasar modal syariah dapat diartikan sebagai kegiatan dalam pasar modal sebagaimana yang diatur dalam UUPM yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah. Oleh karena itu, pasar modal syariah bukanlah suatu system yang terpisah dari system pasar modal secara keseluruhan. Secara umum, kegiatan pasar modal syariah tidak memiliki perbedaan dengan pasar modal konvensional, namun terdapat beberapa karakteristik khusus Pasar Modal Syariah yaitu bahwa produk dan mekanisme transaksi tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah.[8]

2. Sejarah Pasar Modal Syariah

Sejarah pasar modal syariah di Indonesia dimulai dengan diterbitkannya reksa dana syariah tahun 1997. Selanjutnya, BEI meluncurkan JII pada tahun 2000 dengan tujuan untuk memandu investor yang menginginkan investasi dananya secara syariah.

Pada tahun 2001, untuk pertama kali DSN-MUI mengeluarkan fatwa yang berkaitan langsung dengan pasar modal, yaitu Fatwa Nomor 20/DSN-MUI/IV/2001 tentang pedoman pelaksanaan investasi untuk reksa dana syariah.

Selanjutnya pada tahun 2002, instrument investasi syariah di pasar modal terus bertambah dengan kehadiran sukuk (obligasi syariah). Instrument ini merupakan sukuk pertama dengan akad mudharabah.

Tahun 2003 merupakan tonggak sejarah dalam perkembangan pasar modal syariah di Indonesia karena DSN-MUI mengeluarkan fatwa yang melandasi produk-produk syariah di pasar modal, yaitu Fatwa Nomor 40/DSN-MUI/X/2003 tentang pasar modal dan pedoman umum penerapan prinsip syariah di bidang pasar modal.

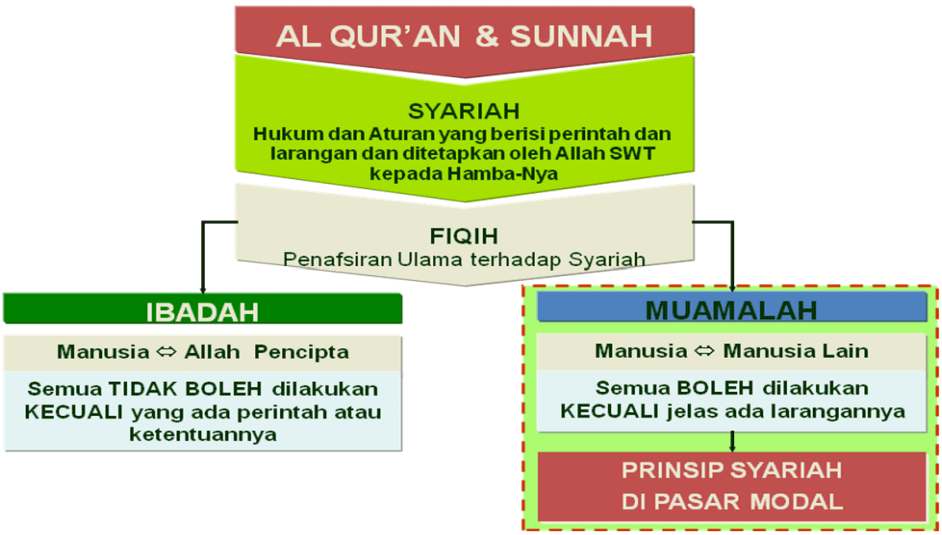
---

[8] *Ibid*, hal 27.

Sejarah pasar modal syariah juga dapat ditelusuri dari perkembangan institusional dalam pengaturan pasar modal syariah yang dimulai dari kerjasama antara Bapepam dan DSN-MUI. Kerjasama tersebut menunjukkan adanya kesepahaman antara Bapepam dan DSN-MUI untuk mengembangkan pasar modal berbasis syariah di Indonesia. Dari sisi kelembagaan, pengembangan pasar modal syariah sebelum terbentuknya OJK dilaksanakan oleh Bapepam dan LK yang salah satu tugas dan fungsinya mengembangkan pasar modal syariah. Pada struktur OJK, fungsi, tugas, dan wewenang pengaturan dan pengawasan pasar modal, khususnya pasar modal syariah berada pada direktorat pasar modal syariah. [9]

Penerapan prinsip syariah dipasar modal tentunya bersumberkan pada Al-Qur'an sebagai sumber hukum tertinggi dan Hadits Nabi Muhammad SAW. Selanjutnya, dari kedua sumber hukum tersebut, para ulama melakukan penafsiran yang kemudian disebut ilmu fiqih. Salah satu pembahasan dalam ilmu fiqih adalah pembahasan tentang muamalah, yaitu hubungan diantara sesame manusia terkait perniagaan. Berdasarkan itulah kegiatan pasar modal syariah dikembangkan dengan basis fiqih muamalah.

Gambar 2.1 Konsep Pasar Modal Syariah



Sumber: Otoritas Jasa Keuangan, 2014 www.ojk.go.id

[9] https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/pages/pasar-modal-syariah.aspx. Diakses pada 22 Januari 2022

3. Dasar Hukum

Sebagai bagian dari system pasar modal Indonesia, penerapan prinsip-prinsip syariah di pasar modal mengacu kepada Peraturan Otoritas Jasa Keuangan yang terdiri dari:[10]

1. POJK Nomor 15/POJK.04/2015 tentang Penerapan Prinsip Syariah di Pasar Modal
2. POJK Nomor 16/POJK.04/2015 tentang Ahli Syariah Pasar Modal
3. POJK Nomor 17/POJK.04/2015 tentang Penerbitan dan Persyaratan Efek Syariah Berupa Saham oleh Emiten Syariah atau Perusahaan Publik Syariah
4. POJK Nomor 18/POJK.04/2015 tentang Penerbitan dan Persyaratan Sukuk 5. POJK Nomor 19/POJK.04/2015 tentang Penerbitan dan Persyaratan Reksa Dana Syariah dan
5. POJK Nomor 20/POJK.04/2015 tentang Penerbitan dan Persyaratan Efek Beragun Aset Syariah.

3. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Investasi

Menurut Siti Rahayu Haditomo menjelaskan bahwa ada 2 faktor yang mempengaruhi minat seseorang yaitu : "(1) Faktor dari dalam (intrinsik), yaitu sifat pembawaan, dan (2) faktor dari luar (ekstrinsik), diantaranya keluarga, sekolah dan masyarakat sekitar. Minat yang terjadi dalam individu dipengaruhi dua faktor yang menentukan, yaitu faktor keinginan dari dalam dan faktor keinginan dari luar. Minat dari dalam terdiri dari tertarik atau rasa senang pada kegiatan, perhatian terhadap suatu kegiatan dan adanya aktivitas atau tindakan akibat rasa senang maupun perhatian"[11]

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara garis besar minat dipengaruhi oleh dua faktor yaitu faktor yang berasal dari dalam diri individu (faktor intinsik) dan faktor yang berasal dari luar individu (faktor ekstrinsik). Faktor

---

[10] *Ibid*

[11] Siti rahayu Haditono. Psikologi Perkembangan 8. Yogyakarta: Psikologi UGM. 1998. Hal. 198.

instrinsik tediri atas rasa tertarik, perhatian dan aktivitas. Untuk faktor ekstrinsik sendiri terdiri atas pengaruh lingkungan keluarga, sekolah dan lingkungan masyarakat.

a. Pengetahuan Investasi

Menurut Pajar Pengetahuan investasi merupakan pemahaman yang harus dimiliki seseorang tentang berbagai aspek mengenai investasi,dimulai dari pengetahuan dasar penilaian investasi, tingkat risikonya dan tingkat pengembalian (return) investasi. Pengetahuan dasar mengenai investasi merupakan hal yang sangat penting untuk diketahui oleh calon investor. Karena untuk mencapai tujuan investasi yang baik diperlukan pengetahuan yang cukup, pengalaman serta naluri bisnis untuk dapat menganalisis efek- efek mana yang akan dibeli dalam melakukan investasi di pasar modal. Pengetahuan mengenai investasi di pasar modal secara global telah mendapatkan edukasi investasi di pasar modal. Sangat di harapkan untuk dapat berpartisipasi dalam pasar modal Indonesia guna memicu pertumbuhan dan meningkatkan ekonomi bangsa.[12]

Pengetahuan menurut Yuliastuti adalah merupakan hasil dari tahu, dan ini terjadi setelah orang melakukan penginderaan terhadap suatu objek tertentu. Pengetahuan adalah merupakan domain yang sangat penting dalam membentuk tindakan seseorang (overt behavior). Dari pengalaman dan penelitian terbukti bahwa perilaku yang didasari pengetahuan akan lebih langgeng daripada perilaku yang tidak didasari pengetahuan.[13]

Edukasi mengenai investasi ini diperoleh dari mata kuliah yang diambil mulai dari mata kuliah yang umum seperti Manajemen Keuangan hingga yang lebih spesifik seperti Teori Portofolio dan Analisis Investasi. Berbagai aspek dipelajari dalam mata perkuliahan yang menyangkut dalam investasi mulai dari return, teknik-teknik mengambil keputusan, hambatan hingga risiko-risko yang akan

---

[12] Pajar, Rizki Chaerul dan Adeng Pustikaningsih. *Pengaruh Motivasi Investasi dan pengetahuan Investasi Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal Pada Mahasiswa FE UNY*. Jurnal Profita Edisi 1. 2017, hal 33

[13]Hernandez, R. E. Remaja dan Media. Alih bahasa: Indri Yuli Astuti & Wulandari. Bandung: Pakar Raya. 2007, hal 21

dihadapi oleh investor. Kepala BEI Perwakilan Kendari menerangkan bahwa "Mereka mau menabung karena ada cerita masa depan di pasar modal. Mereka juga mendapat mata kuliah tentang investasi keuangan dari dosen dan juga sosialisasi dari kita sehingga mereka mulai berfikir masa depan".[14] Edukasi investasi khususnya tentang pasar modal diharapakan menstimulasi minat investasi saham setiap individu yang berpartisipasi. Pengetahuan yang memadai akan sebuah bidang yang dilakukan seseorang dapat meningkatkan kepercayaan dirinya terhadap hal tersebut dalam hal ini berinvstasi saham.[15]

Berbagai program edukasi juga dilakukan dengan kerjasama dengan institusi pendidikan yang bertujuan agar mahasiswa lebih mengetahui dan memahami kendala-kendala sekaligus menarik minat mahasiswa sebagai calon investor untuk berinvestasi di pasar modal Indonesia. Mahasiswa merupakan salah satu calon investor muda yang paling menarikkarena telah memiliki dasar pengetahuan investasi yang diberikan pada mata kuliah Analisis Investasi dan Teori Portofolio. Mahasiswa diharapkan menjadi segmen masyarakat yang berkontribusi aktif dalam peningkatan investasi di pasar modal.[16] Informasi yang diterima oleh individu baik dari aktivitas pembelajaran di kampus, pelatihan-pelatihan, seminar-seminar seperti seminar pasar modal merupakan bentuk pembelajaran bagi individu yang kemudian akan menumbuhkan minat bagi individu tersebut.

Jadi hal yang dapat dilakukan untuk memperkenalkan pasar modal pada generasi muda yaitu dengan mengadakan kegiatan pendidikan contohnya seperti memeberikan ajaran akuntansi terhadap generasi muda, dengan itu kita bisa melihaktan/ memperkenalkan langsung pasar modal terhadap generasi muda saat kini. Atau dengan cara online, seiring perkembangan zama generasi muda mana yang tidak tahu internet ? jadi kita bisa memberikan generasi muda pelatihan pasar

---

[14] Ibid, hal 33.

[15] Tandio, Timothius, dan Widanaputra, A. A. G. P. *Pengaruh Pelatihan Pasar Modal, Return, Persepsi Risiko, Gender, dan Kemajuan Teknologi Pada Minat Investasi Mahasiswa*. E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana. Vol.16 No.3 . ISSN 2316-2341. 2016, hal 28.

[16] Merawati, L. K dan Putra, I. P. M. J. S. *Dampak Pelatihan Pasar Modal Terhadap Pengetahuan Investasi Dan Minat Berinvestasi Mahasiswa*. Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis Vol.10 No.2. 2015, hal 19

modal melalui internet dengan begitu dengan mudahnya untuk menjangkau, memahami dan memberikan pembelajaran tentang pasar modal untuk kaum muda sekarang.

Indikator penelitian dari variabel pengetahuan investasi menurut Kusmawati, yaitu:[17]

1) Pengetahuan Instrumen pasar modal Adalah pengetahuan seseorang mengenai sekuritas yang diperdagangkan di pasar modal, meliputi saham, obligasi, reksadana, dan instrumen derivatif.

2) Pengetahuan risiko investasi Adalah pengetahuan seseorang mengenai risikorisiko yang didapat saat berinvestasi di pasar modal, sumber-sumber risiko, risiko yang melekat pada instrumen pasar modal, dan perhitungan risiko investasi di pasar modal.

3) Pengetahuan tingkat pengembalian (return) investasi Adalah pengetahuan seseorang mengenai sumber-sumber tingkat pengembalian (return) yang didapat saat berinvestasi di pasar, return yang melekat pada instrumen pasar modal, dan perhitungan return yang diharapkan.

4) Pengetahuan hubungan antara risiko investasi dan tingkat pengembalian (return) Adalah pengetahuan seseorang mengenai hubungan antara risiko dan tingkat pengembalian (return) yang didapat saat berinvestasi di pasar modal.

5) Pengetahuan umum tentang investasi di pasar modal lainnya Adalah pengetahuan umum seseorang mengenai investasi di pasar modal, seperti lembaga penunjang pasar modal, diversifikasi portofolio, teknik analisis investasi saham, dll.

b. Risiko Investasi

Menurut Tandelilin risiko adalah kemungkinan terjadinya kerugian atau return negatif dari suatu investasi.[18] Sedangkan menurut Fahmi, risiko dapat diartikan sebagai bentuk keadaan ketidakpastian tentang suatu keadaan yang akan

---

[17] Kusmawati. *Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Berinvestasi Di Pasar Modal Dengan Pemahaman Investasi Dan Usia Sebagai Variabel Moderat*. Jurnal Ekonomi Dan Informasi Akuntansi, 2011, Vol. 1 No. 2. Hal 103117.

[18] Tandelilin, E. *Analisis Investasi dan Manajemen Portofolio*. Yogyakarta: BPFE.2010. Hal 125.

terjadi dimasa depan (future) dengan keputusan yang diambil berdasarkan berbagai pertimbangan saat ini. Risiko selalu berbanding lurus dengan return, artinya semakin tinggi potensi return dari suatu investasi maka semakin tinggi juga risiko dari investasi tersebut, sebaliknya semakin rendah potensi return dari investasi maka semakin rendah juga risiko yang dihadapi oleh investor dari investasi tersebut.[19]

Persepsi merupakan pengalaman yang dihasilkan melalui indra penglihatan, pendengaran, penciuman dan lainnya yang ditunjukkan dengan adanya perubahan perilaku dalam diri seseorang. Persepsi risiko, didefinisikan sebagai ketidakpastian yang dihadapi oleh konsumen (investor) ketika konsumen (investor) tidak dapat meramalkan dampak dari keputusan pembelian atau investasi.[20]

Investor tidak dapat dipisahkan dengan harapan mendapatkan income dimasa yang akan datang yang selalu penuh ketidakpastian. Sehingga, investor perlu membuat perkiran atau prediksi. Untuk membuat prediksi dimasa yang akan datang diperlukan pengetahuan tertentu untuk menganalisis data-data ekonomi keuangan masa sekarang dan masa yang akan datang. Atas dasar keputusan investasi dimana pendapatan yang belum tentu sesuai dengan apa yang diharapkan, inilah yang menimbulkan risiko bagi investor. Investor yang akan menanamkan dananya pada saham, obligasi, deposito atau investasi lainnya harus mengetahui risiko yang akan timbul dalam investasi tersebut.[21]

Indikator Risiko Adapun indikator-indikator untuk mengukur persepsi risiko adalah sebagai berikut:[22]

1) Risiko kinerja, yaitu kekhawatiran apakah suatu produk atau jasa akan berkinerja sebagaimana yang diharapkan atau apakah suatu merk yang berbeda justru akan memberikan kinerja yang lebihbaik.

---

[19] Fahmi, I. *Pengantar Pasar Modal*. Jakarta: Salemba Empat. 2012. Hal 55.

[20] Suhir dkk.“Pengaruh Persepsi Rsiko, Kemudahan dan Manfaat Terhadap Keputusan pembelian Secara Online (Survei Terhadap pengguna Situr Website www.kaskus.co.id)”.2014.

[21] Anoraga, Pandji. *Pengantar Pasar Modal*. Jakarta: Rineka Cipta, 2006, hal 22

[22] Ujang Sumarwan, dkk, Riset Pemasaran dan Konsumen (Bogor: IPB Press, 2013), 263.

2) Risiko keuangan, yaitu kekhawatiran akan kerugian finansial atau moneter yang mungkin dialami sebagai konsekuensi dari pembelian atau menggunakan suatu produk/jasa.

3) Risiko sosial, yaitu kekhawatiran yang ditimbulkan terhadap lingkungan masyarakat atas pembelian atau menggunakan suatu produk/jasa.

4) Risiko psikologis, yaitu kekhawatiran akan hilangnya citra diri (self image) akibat membeli atau menggunakan suatu produk/jasa apabila tidak sesuai.

5) Risiko waktu/kemudahan, yaitu kekhawatiran akan kerugian hilangnya atau tersia-siakannya waktu akibat membeli atau menggunakan suatu produk/jasa.

Beberapa sumber risiko yang bisa mempengaruhi besarnya risiko suatu investasi, yaitu:[23]

1. Risiko Tingkat Bunga (Interest Rate Risk) Risiko yang timbul akibat perubahan tingkat bunga yang berlaku di pasar. Biasanya risiko ini berjalan berlawanan dengan harga-harga instrumen pasar modal.

2. Risiko Pasar (Market Risk) Fluktuasi pasar secara keseluruhan yang mempengaruhi variabilitas return suatu investasi disebut sebagai risiko pasar. Fluktuasi pasar biasanya ditunjukkan oleh berubahnya indeks pasar saham secara keseluruhan. Perubahan dipengaruhi oleh banyak faktor seperti munculnya resesi ekonomi, kerusuhan, ataupun perubahan politik.

3. Risiko Inflasi (Inflation Risk) Risiko yang timbul akibat pengaruh perubahan tingkat inflasi. Perubahan ini akan menyebabkan berkurangnya daya beli uang yang diinvestasikan maupun Universitas Sumatera Utara 29 bunga yang diperoleh dari investasi sehingga nilai riil pendapatan menjadi lebih kecil.

4. Risiko Bisnis (Business Risk) Risiko dalam menjalankan bisnis dalam suatu jenis industri disebut sebagai risiko bisnis.

---

[23] Fahmi, I. *Pengantar Pasar Modal*. Jakarta: Salemba Empat. 2012. Hal 61.

5. Risiko Finansial (Financial Risk) Risiko ini berkaitan dengan keputusan perusahaan untuk menggunakan utang dalam pembiayaan modalnya. Semakin besar proporsi hutang yang digunakan perusahaan, semakin besar risiko finansial yang dihadapi perusahaan.

6. Risiko Likuiditas (Liquidity Risk) Risiko ini berkaitan dengan kecepatan suatu sekuritas yang diterbitkan perusahaan bisa diperdagangkan di pasar sekunder. Semakin cepat suatu sekuritas diperdagangkan, semakin likuid sekuritas tersebut, demikian sebaliknya. Semakin tidak likuid suatu sekuritas semakin besar pula risiko likuiditas yang dihadapi perusahaan.

7. Risiko Nilai Tukar Mata Uang (Exchange Rate Risk) Risiko yang timbul akibat pengaruh perubahan nilai tukar mata uang domestik (misalnya Rupiah) terhadap mata uang negara lain (misalnya Dolar Amerika Serikat).

8. Risiko Negara (Country Risk) Bagi perusahaan yang beroperasi di luar negeri, stabilitas politik dan ekonomi negara bersangkutan sangat penting diperhatikan untuk menghindari risiko negara yang terlalu tinggi.

Jika kita tidak menyadari kemampuan keuangan belum mencukupi untuk berinvestasi pada produk atau instrument investasi di pasar modal, lebih baik berinvestasi di instrument yang aman-aman saja, seperti deposito. Selain itu, berinvestasi pada saham atau reksa dana diperlukan kesediaan kita mengikuti perkembangan yang terjadi. Jangan tergesa-gesa dan mengambil resiko terlalu besar, lebih baik memiliki kecenderungan berhati-hati dan benar-benar mempertimbangkan pilihan investasi. Sangat diharapkan untuk mempertimbangkan apakah jenis investasi yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan pribadi, termasuk toleransi terhadap resiko, jangka waktu investasi, tujuan investasi, dan kondisi finansial lainnya.[24]

[24] Muhammad Ikhsan Harahap. *"Pasar Uang danPasar Modal"*, Diktat, 2020, hal.31

c. Pelayanan

Menurut Philip Kotler dan Amstrong pelayanan merupakan setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.[25] Pelayanan secara umum yaitu rasa menyenangkan yang diberikan kepada orang lain yang disertai kemudahan-kemudahan dan memenuhi segala kebutuhan mereka.

Menurut Zeithmal dan Bitner, faktor utama penentu kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan.[26] Menurut John Sviokla, salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan mencegah perputaran pelanggan, mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah pelanggan, meningkatkan efektivitas iklan, dan meningkatkan reputasi bisnis.

Indikator Kualitas Pelayanan ada 5 dimensi utama kualitas jasa menurut Parasuraman sebagai berikut:[27]

1. Tangible (Bukti fisik)

   Tangible yaitu tersedianya fasilitas fisik, perlengkapan dan sarana komuniasi dan lain-lain yang bisa dan harus ada dalam proses jasa.
2. Empathy (Empati)

   Empathy yaitu sifat kontak personal atau perusahaan untuk memahami kebutuhan dan kesulitan konsumen, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan kemudahan dalam melakukan komunikasi atau hubungan.
3. Responsiveness (Daya tanggap)

---

[25] Kotler, Philip dan Amstrong. "*Manajemen Pemasaran*". (Jakarta: Prahalindo, 1997), hal 53.

[26] Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2011), cet. ke-1, h.181 dan 192.

[27] Harfika, Nadiya Abdullah. *Pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap Kepuasan pasien pada Rumah Sakit Umum Kabupaten Aceh Barat Daya*. Jurnal balance Vol. 16 No. 1 Januari 2017. Hal 30

Responsiveness yaitu kemauan atau keinginan para karyawan untuk membantu memberikan jasa yang dibutuhkan konsumen.

4. Reliability (Keandalan)

   Reliability yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat (accurately), dan kemampuan untuk dipercaya (depandably), terutama memberikan jasa secara tepat waktu (on time), dengan cara yang sama sesuai dngan jadwal yang disajikan, dan tanpa melakukan kesalahan.

5. Assurance (Jaminan)

   Assurance yaitu meliputi pengetahuan, kemampuan, keramahan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya.

.Faktor-faktor yang mengakibatkan kegagalan dalam pelayanan menurut Supranto antara lain adalah:[28]

1. Kesenjangan antara harapan konsumen dan persepsi manajemen. Manajemen tidak selalu memahami benar apa yang menjadi keinginan pelanggan.
2. Kesenjangan antara persepsi manajemen dan spesifikasi kulitas pelayanan. Manajemen mungkin benar dalam memahami keinginan pelanggan, tetapi tidak menetapkan standar pelaksanaan yang spesifik.
3. Kesenjangan antara spesifikasi kualitas pelayanan dalam penyampaian memenuhi standar.
4. Kesenjangan antara pelayanan yang dialami dan pelayanan yang diharapkan. Terjadinya bila konsumen mengukur kinerja perusahaan dengan cara yang berbeda dan memiliki persepsi yang keliru mengenai kualitas pelayanan.
5. Kesenjangan antara penyampaian pelayanan komunikasi eksternal. Harapan konsumen dipengaruhi oleh pernyataan yang dibuat wakil-wakil dan iklan perusahaan.

---

[28] Johanes Supranto. " *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*". (Jakarta: Rineka Cipta, 1997), hlm 230

Allah berfirman dalam Alqur'an Surah Al-Baqarah Ayat 267 sebagai berikut.

يٰٓاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْٓا اَنْفِقُوْا مِنْ طَيِّبٰتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّآ اَخْرَجْنَا لَكُمْ مِّنَ الْاَرْضِ ۖ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيْثَ مِنْهُ تُنْفِقُوْنَ وَلَسْتُمْ بِاٰخِذِيْهِ اِلَّآ اَنْ تُغْمِضُوْا فِيْهِ ۗ وَاعْلَمُوْٓا اَنَّ اللّٰهَ غَنِيٌّ حَمِيْدٌ

Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kamu keluarkan dari bumi untuk kamu dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu nafkahkan darinya padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji" (QS, Al-Baqarah (2): 267).

Ayat tersebut menegaskan bahwa Islam sangat memerhatikan sebuah pelayanan yang berkualitas, memberikan yang baik, dan bukan yang buruk.

d. Promosi

1. Pengertian Promosi

Menurut Ben M. Enis promosi adalah sejenis komunikasi yang memberi penjelasan yang meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa. Tujuan promosi ialah memperoleh perhatian, mengingatkan, dan meyakinkan calon konsumen. Sedangkan menurut William J. Stantom menggunakan istilah komunikasi pemasaran dengan istilah promosi. Ia menyebutkan: "promosi adalah salah satu dalam bauran pemasaran yang digunakan untuk memberitahukan, membujuk, dan mengingatkan tentang produk perusahaan".[29]

Secara tradisional, bauran promosi mencakup empat elemen, yaitu: iklan (adversiting), promosi penjualan (sales promotion), publikasi/humas, dan personal selling. Namun George dan Michael Belch menambahkan dua elemen dalam promotional mix, yaitu direct marketing dan interactive media. Dua elemen yang

[29] Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, h. 179

terakhir ini telah digunakan secara luas oleh pengelola pemasaran dewasa ini untuk berkomunikasi dengan khalayak sasarannya sebagaimana empat elemen sebelumnya.

Rasulullah Saw. sendiri dalam melakukan promosi barang yang diperdagangkan tidak pernah memberikan informasi yang berlebihan, justru beliau memberikan informasi apa adanya sehingga pembeli akan memperoleh informasi tentang produk secara jelas sebelum memutuskan untuk membelinya. Dampak promosi yang berlebihan akan menimbulkan kekecewaan konsumen akibat dari mendapatkan suatu barang tetapi tidak sesuai dengan ekspektasinya. Karena konsumen kecewa maka konsumen akan memberikan informasi yang negativ melalui media dan implikasinya hilanglah kepercayaan konsumen pada marketer yang kurang jujur. Pentingnya kejujuran dalam melakukan promosi dan ketidak jujuran sebagai tindakan yang tercela. Aturan promosi produk menurut Islam adalah tidak dibenarkan melakukan penipuan, baik dalam bentuk perilaku maupun perkataan. Nabi Muhammad Saw. Secara tegas mengutuk semua perilaku yang syarat akan unsur penipuan.

2. Tujuan Promosi

Para pemasar jasa juga memanfaatkan promosi penjualan untuk mencapai tujuan pemasaran. Beberapa perusahaan menggunakan promosi untuk menarik pelanggan baru dan membangun kesadaran.[30] Adapun tujuan dari kegiatan promosi, berdasarkan riset adalah:

1. Tujuan promosi untuk memperkenalkan perusahaan kepada masyarakat luas dalam hal hasil riset menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen masih belum mengetahui keberadaan perusahaan.
2. Tujuan promosi untuk mendidik para pengguna atau konsumen agar mereka lebih efektif dan mengerti dalam memanfaatkan produk-produk perusahaan

[30] Philip Kottler dan Kevin Lane Keller, *Marketing Management*, Indonesia: PT. Macanan Jaya Cemerlang, Edisi Bahasa Indonesia, 2007, h. 266

jika hasil riset menunjukkan sebagian besar khalayak pengguna atau konsumen belum memahami manfaat produk yang dihasilkan perusahaan.

3. Tujuan promosi untuk mengubah citra perusahaan di mata khalayak karena adanya produk atau kegiatan baru jika hasil riset menunjukkan khalayak belum mengetahui bahwa perusahaan telah menghasilkan produk baru atau kegiatan baru.[31]

3. Lima indikator promosi menurut Kotler dan Amstrong adalah: Advertising, Sales promotion, Public relations and publicity, Personal selling, dan Direct marketing.

1. Advertising

   Menurut Hermawan periklanan (advertising) adalah semua bentuk penyajian dan promosi non personal atas ide, barang atau jasa yang dilakukan oleh perusahaan tertentu.[32]

2. Sales Promotion

   Menurut Hermawan promosi penjualan adalah bentuk persuasi langsung melalui penggunaan berbagai insentif yang dapat diatur untuk meningkatkan jumlah barang yang dibeli pelanggan.[33]

3. Public relations and publicity

   Menurut Kotler dan Armstrong mengemukakan bahwa hubungan masyarakat yaitu membangun hubungan baik dengan berbagai komunitas dengan memperoleh publisitas yang diinginkan, membangun citra perusahaan yang baik, dan menangani atau menghadapi rumor atau peristiwa tidak menyenangkan.[34]

4. Personal selling

   Menurut Tjiptono personal selling diartikan sebagai komunikasi (tatap muka) antara penjual dan calon pelanggan untuk memperkenalkan suatu

---

[31] Morissan, *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, h. 39

[32] Hermawan. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga. 2012. Hal 43

[33] Ibid, Hal 45

[34] Kotler, dan Amstrong. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Jakarta: Erlangga. 2008. Hal 26

produk kepada calon pelanggan dan membentuk pemahaman pelanggan terhadap produk sehingga mereka kemudian akan mencoba membelinya.[35]

5. Direct Marketing

   Menurut Morrisan pemasaran langsung atau direct marketing adalah upaya perusahaan atau organisasi untuk melakukan komunikeasi secara langsung dengan calon target pelanggan dengan maksud untuk menghasilkan tanggapan dan atau transaksi penjualan.[36]

B. Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu yang relevan dengann penelitian ini, adalah :

Tabel.2.1

Penelitian Terdahulu

No	Nama / Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Siti Rahma Hasibuan (2018)	MINAT INVESTASI MAHASISWA UNTUK BERINVESTASI DI PASAR MODAL SYARIAH (Studi Kasus di Galeri Investasi Syariah UIN Sumatera Utara Periode 2017-2018)	Galeri Investasi Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Sumatera Utara merupakan sarana dan prasarana yang disediakan oleh pihak Universitas yang berfungsi sebagai wadah sosialisasi dan edukasi tentang Investasi di Pasar Modal Syariah kepada seluruh civitas akademik yang ada di Universitas Islam Sumatera Utara. Pada Galeri Investasi Syariah UIN Sumatera

[35] Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*, Edisi 3. Jakarta: Andi. 2008. Hal 36

[36] Morissan. *Periklanan komunikasi pemasaran terpadu*, Jakarta : Penerbit Kencana. 2010. Hal 22.

			Utara, mahasiswa bisa belajar secara langsung bagaimana investasi di Pasar Modal Syariah seperti cara pembukaan rekening efek, dan cara jual beli saham syariah secara efektif, mahasiswa juga bisa langsung menjadi investor pada Pasar Modal Syariah. Pasar modal syariah adalah suatu kegiatan ekonomi muamalah yang memperjualbelikan surat berharga investasi syariah seperti saham,obligasi syariah (sukuk) dan reksadana syariah. Adapun investasi di Pasar Modal Syariah diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang diatur dalam POJK Nomor 15/POJK.04/2015 mengenai prinsip syariah di Pasar Modal. Pasar Modal Syariah merupakan salah satu tempat yang bisa menjadi wahana investasi bagi mahasiswa, karena proses investasi di Pasar Modal Syariah terjangkau, mudah , dan sesuai bagi mahasiswa yang ingin belajar investasi sejak dini. Dengan demikian dengan adanya Galeri Investasi Syariah

			diharapkan bisa diketahui dan menarik minat mahasiswa untuk belajar investasi di Pasar Modal Syariah.
2	Malik (2017)	Analisa Faktor – faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Berinvestasi di Pasar Modal Syariah Melalui Bursa Galeri Investasi UISI	Hasil Penelitian ini menunjukkan Risiko berpengaruh Positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi. Level Pendapatan berpengaruh Positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi. Motivasi berpengaruh Positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi. Pengetahuan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat berinvestasi. Persepsi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat berinvestasi. Belajar berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat berinvestasi.
3	Dinda Ratih Patrianissa (2018)	FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MAHASISWA UNTUK MELAKUKAN	Hasil penelitian menunjukkan secara serempak risiko, return, uang saku, motivasi, pengetahuan, dan manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat

		INVESTASI DI PASAR MODAL (STUDI KASUS MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS SUMATERA UTARA)	mahasiswa berinvestasi di pasar modal. Secara parsial, risiko, return, uang saku, motivasi, pengetahuan, dan manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal. Seluruh variabel bebas, yakni risiko, return, uang saku, motivasi, pengetahuan dan manfaat secara serempak mempengaruhi variabel minat investasi sebesar 50%, sisanya sebesar 50% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.
5	Nur Aini (2019)	Pengaruh Pengetahuan dan Pemahaman Investasi, Modal Minimum Investasi, Return, Risiko dan Motivasi Investasi Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi di Pasar Modal (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Kota Malang)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel resiko berpengaruh terhadap minat mahasiswa berinvestasi. Secara simultan variabel pengetahuan dan pemahaman, modal minimum, return, motivasi investasiberpengaruh secara simultan.

6	Siti Julaiha (2019)	PENGARUH PROMOSI GALERI INVESTASI SYARIAH (GIS) TERHADAP MINAT BERINVESTASI MAHASISWA FEBI IAIN DI PASAR MODAL KOTA PALANGKA RAYA	Nilai sig sebesar = 0,000. Kemudian dibandingkan dengan probabilitas 0,05 ternyata nilai probabilitas 0,05 lebih besar dari nilai probabilitas sig (0,05 0,000) maka Ho ditolak dan Ha diterima, artinya signifikan.
7	Shoufi Raahma Dianti (2019)	PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA GALERI INVESTASI SYARIAH-BEI FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM UIN SUSKA RIAU	Hasil penelitian menunjukkan Kesimpulannya bahwa assurance, reliability dan responsiveness mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di Galeri Investasi Syariah-BEI Fakultas Syariah dan Hukum UIN SUSKA Riau. Menurut tinjauan Ekonomi Syariah tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah yang diterapkan pada Galeri Investasi Syariah tidak bertentangan dengan prinsip Ekonomi Syariah.

C. Kerangka Teoritis

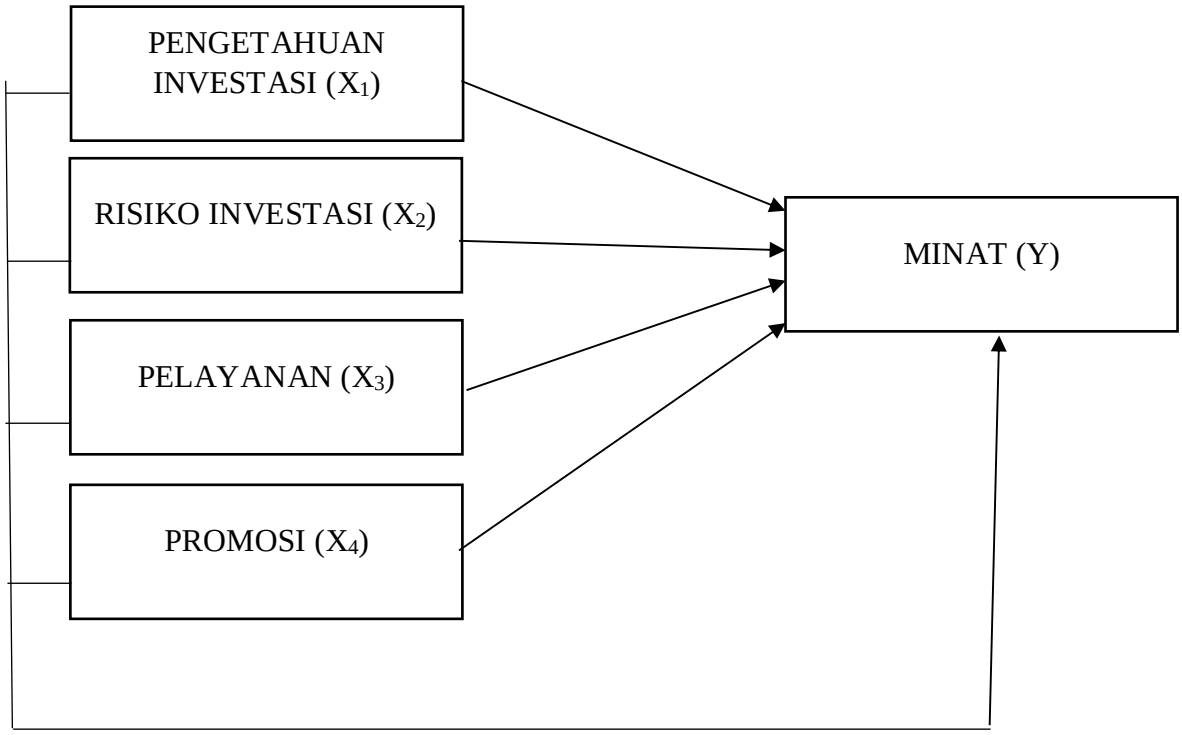
Kerangka teoritis merupakan dasar dari keseluruhan proyek penelitian. Di dalamnya dikembangkan, diuraikan dan dielaborasi hubungan-hubungan di antara

variabel-variabel yang telah diidentifikasi melalui proses pengumpulan data awal, baik wawancara atau observasi, dan juga studi literatur dalam kajian pustaka.[37]

Pasar Modal Syariah adalah seluruh kegiatan di pasar modal yang tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip islam. Pasar modal syariah Indonesia merupakan bagian dari industri keuangan syariah yang diatur oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK), khususnya direktorat pasar modal syariah.

Ada beberapa faktor yang memperngaruhi perilaku Mahasiswa terhadap minat investasi, dalam penelitian ini yaitu, pengetahuan investasi, risiko investasi, pelayanan, dan promosi. Dengan adanya faktor – faktor ini maka bisa jadi banyak yang mengikuti investasi atau malah sebaliknya. Tetapi dalam penelitian ini untuk mengetahui faktor – faktor tersebut dalam mempengaruhi minat mahasiswa FEBI UINSU.

Gambar.2.2 Kerangka Teoritis



[37] Nur Ahmadi Bi Rahmani, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, (Medan : Febi UIN-SU Press, 2016), h. 23

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara yang diturunkan melalui teori terhadap masalah penelitian. Hipotesis adalah suatu pernyataan yang masih harus diuji kebenarannya secara empiris. Secara keseluruhan hipotesis berarti dibawah kebenaran (belum tentu benar) dan baru dapat diangkat menjadi suatu kebenaran jika memang telah disertai dengan bukti-bukti.[38]

Adapun hipotesis dalam penelitian adalah :

1. Hipotesis variabel pengetahuan investasi terhadap minat

   H_0: Pengetahuan Investasi tidak mempengaruhi minat mahasiswa dalam berinvestasi di pasar modal syariah melalui Galeri Investasi Syariah UINSU.

   H_1: Pengetahuan Investasi mempengaruhi minat mahasiswa dalam berinvestasi di pasar modal syariah melalui Galeri Investasi Syariah UINSU.

2. Hipotesis variabel risiko investasi terhadap minat

   H_0: Risiko tidak mempengaruhi minat mahasiswa dalam berinvestasi di pasar modal syariah melalui Galeri Investasi Syariah UINSU.

   H_1: Risiko mempengaruhi minat mahasiswa dalam berinvestasi di pasar modal syariah melalui Galeri Investasi Syariah UINSU.

3. Hipotesis variabel pelayanan terhadap minat

   H_0: Pelayanan tidak mempengaruhi minat mahasiswa dalam berinvestasi di pasar modal syariah melalui Galeri Investasi Syariah UINSU.

   H_1: Pelayanan mempengaruhi minat mahasiswa dalam berinvestasi di pasar modal syariah melalui Galeri Investasi Syariah UINSU.

---

[38] Nur Ahmadi Bi Rahmani, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, (Medan : Febi UIN-SU Press, 2016), h. 25

4. Hipotesis variabel promosi terhadap minat

   H_0: Promosi tidak mempengaruhi minat mahasiswa dalam berinvestasi di pasar modal syariah melalui Galeri Investasi Syariah UINSU.

   H_1: Promosi mempengaruhi minat mahasiswa dalam berinvestasi di pasar modal syariah melalui Galeri Investasi Syariah UINSU.

5. Hipotesis variabel pengetahuan investasi, risiko, pelayanan dan promosi terhadap minat

   H_0: Pengetahuan investasi, risiko, pelayanan dan promosi tidak mempengaruhi minat mahasiswa dalam berinvestasi di pasar modal syariah melalui Galeri Investasi Syariah UINSU.

   H_1: Pengetahuan investasi, risiko, pelayanan dan promosi mempengaruhi minat mahasiswa dalam berinvestasi di pasar modal syariah melalui Galeri Investasi Syariah UINSU.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian yang dilakukan pada penelitian ini adalah metode pendekatan kuantitatif deskriptif. Penelitian kuantitatif ialah proses penelitian pengetahuan berdasarkan dengan data yang berbentuk angka yang berguna untuk menganalisis permasalahan yang diteliti sesuai dengan fakta, menggunakan proses analisa, menggunakan hipotesis, serta menggunakan ukuran objektif dan menggunakan data kuantitatif.[1]

Penelitian deskriptif ialah penelitian yang menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menyuguhkan sebuah penjelasan keadaan di waktu sekarang dengan terperinci. Penelitian deskriptif ialahsuatu jenis penelitian yang bertujuan mendsikripsikan secara sistematis, aktualserta akurat mengenai fakta atau mencoba menggambarkan fenomena secara detail.[2]

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi Penelitian adalah sesuatu yang dilakukan untuk mengetahui secara detail dimana penelitian dilakukan. Waktu penelitian ialah untuk mengetahui secara detailwaktu untuk penelitian dilaksanakan, mulai dari berawal hingga pada proses penarikan kesimpulan.[3] Lokasi dalam penelitian ini dilaksanakan di Kampus Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

Pengajuan judul dilakukan pada bulan Juli 2021 dan diberikan SK pembimbing pada bulan Juli 2021. Melakukan penelitian pada bulan Juli 2021 s/d Januari 2022. Menyusun proposal dan bimbingan pada bulan Juli 2021 s/d November 2021. Diberikan ACC oleh pembimbing pada bulan November 2021,

---

[1] Ismail Nurdin dan Sri Hartati, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Surabaya: Penerbit Media Sahabat Cendekia, 2019), h. 61.

[2] Ibid, Hal. 65.

[3] Azuar Juliandi, *Metodologi Penelitian Bisnis: Konsep dan Aplikasi*, (Medan: UMSU PRESS, 2014), h. 112.

dan mengajukan Seminar proposal. Melakukan seminar proposal pada bulan Desember 2021 serta melakukan revisi pada bulan Desember 2021.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi ialah wilayah yang terdiri dari objek ataupun subjek yang mempunyai nilai dan ciri khas tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.[4] Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa FEBI Ekonomi Islam UINSU tahun 2017 – 2021 yang berjumlah 6.585 mahasiswa.

2. Sampel

Sampel ialah alat dan jumlah yang dimiliki dari populasi tersebut, ataupun sebagian kecil dari populasi yang diambil sesuai dengan ketentuan tertentu sehingga dapat mewakili populasinya. Sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar yang mewakili.[5]

Kemudian teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah non-probability sampling yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.[6] Sampel yang terlalu kecil dapat menyebabkan penelitian tidak dapat mendeskripsikan kondisi populasi yang sebenarnya. Sebaliknya, sampel yang terlalu besar dapat mengakibatkan pemborosan biaya penelitian.

Salah satu metode yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel adalah menggunakan rumus slovin dengan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+N\,(e)^2}$$

---

[4] Nur Ahmadi Bi Rahmani, *Metodelogi Penelitian Ekonomi*, (Medan: Febi UINSU Press, 2016), h. 31

[5] Nur Ahmadi Bi Rahmani, *Metodelogi Penelitian Ekonomi*, (Medan: Febi UINSU Press, 2016), h. 34

[6] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan R & D* (Bandung: Alfabeta 2017) h. 120

$$n = \frac{6585}{1+6585\ (10\%)^2}$$

$$n = \frac{6585}{1+6585(0,01)}$$

$$n = \frac{6585}{66,85}$$

n = 98

n = 98 orang mahasiswa yang akan dijadikan sampel

Berdasarkan data yang diperoleh, data rata-rata mahasiswa Ekonomi Islam di UINSU FEBI berjumlah 6585 orang. Jumlah sampel untuk penelitian menggunakan eror tolerance sebesar 10% dari jumlah keseluruhan. Maka jumlah sampel yang diperoleh sebanyak 98 orang.

D. Data Penelitian

1. Jenis Data

Data ialah kumpulan fakta atau angka yang mengungkapkan kebenarannya kemudian menjadi dasar untuk menarik sebuah kesimpulan. Data yang dipakai dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang dianalisa sesuai dengan metode tertentu hingga hasilnya dapat diketahui.

Menurut Sugiyono data kuantitatif adalah data penelitian yang berbentuk angka, atau data kualitatif yang diangkakan (skoring), dimana data dikumpulkan, dicatat, disusun dan disajikan dalam bentuk tabel frekuensi yang selanjutnya dilakukan pengukuran untuk membuktikan kebenaran terhadap teori.[7]

2. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian adalah jawaban responden pada kuesioner yang telah diberikan. Dalam penelitian ini penulis ialah data primer, data primer didapatkan melalui menjawab pertanyaan atau pernyataan dalam penelitian. Data

[7] Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods), (Bandung : Alfabeta, 2011), h. 85

primer bisa berbentuk pendapat seseorang baik secara perorangan maupun kelompok, hasil observasi terhadap suatu benda ataupun hasil yang akan diuji.

Metode dalam penelitian ini menggunakan kuesioner penyebaran kuesioner pada Mahasiswa yang ada di UINSU FEBI yang akan diisi oleh responden untuk menjadi sampel penelitian. Kuisioner adalah alat pengumpul data orang yang merespon atau menjawab pertanyaan-pertanyaan peneliti, baik secara tertulis maupun secara lisan. Kemudian kuisioner disebarkan pada Mahasiswa UINSU FEBI yang akan diisi oleh responden untuk menjadi sampel penelitian.

E. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematik dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan. Teknik pengumpulan data ialah alat bantu untuk memudahkan peneliti memperoleh sebuah data atau mengumpulkan data tentang pengetahuan investasi, risiko investasi, pelayanan dan promosi terhadap minat mahasiswa berinvestasi pada pasar modal syariah, maka metode yang digunakan melalui :

1. Kuesioner

Kuesioner yang digunakan adalah sejumlah pernyataan tertulis untukmendapatkan informasi yang diinginkan dari responden. Kuesioner ialah alat pengumpul data dalam bentuk penyataan tertulis yang disusun secarasistematis, baik berupa pilihan jawaban pernyataan maupun pertanyaan essai dan diberikan langsung kepada responden untuk memperoleh informasi yang terkait dengan hal – hal mengenai tanggapan terhadap variabel yang diteliti.[8]

2. Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisioner dengan skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian disebut dengan skala Likert. Metode yang dilakukan dalam penilaian ini ialah metode yang digunakan untuk

[8] Budi Trianto, *Riset Modeling: Teori, Konsep dan Prosedur Melakukan Penelitian*, (Pekanbaru: Adh-Dhuha Institute, 2016), h. 33

mengetahui sikap, pendapat, dan persepsi seseorang terhadap suatu keadaan. Skala likert yang digunakan untuk menjawab bagian pernyataan dalam penelitian ini memiliki lima kategori, sebagai berikut:

Tabel.3.1

Skala Pengukuran Likert

PERNYATAAN	SKOR
SS = SANGAT SETUJU	5
S = SETUJU	4
KS = KURANG SETUJU	3
TS = TIDAK SETUJU	2
STS = SANGAT TIDAK SETUJU	1

Jawaban setiap instrumen yang menggunakan skala likert memiliki nilai dari sangat positif sampai sangat negatif. Skor (1) minimal menunjukkan penilaian tanggapan paling negatif yang dipilih oleh responden. Sedangkan untuk skor (5) maksimal menunjukkan tanggapan paling positif yang dipilih oleh responden.[9]

F. Definisi Operasional Variabel

Variabel merupakan sebuah konsep yang dijalankan menjadi bermacam-macam variasi nilai (kategori). Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.[10] Dalam penelitian ini terdiri dari variabel independen dan variabel dependen.

Tabel 3.2

Definisi Operasional

No	Variabel	Defenisi	Indikator	Sumber Refrensi

[9] Ibid, hal 64.

[10] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan RD*, (Bandung, Alfabeta, 2016) h.38

1	Minat (Y)	Keinginan untuk berinvestasi	1. Perasaan Senang 2. Ketertarikan 3. Perhatian 4. Keterlibatan	Safari (2003)
2	Pengetahuan Investasi (X_1)	Informasi yang telah diorganisasikan di dalam memori sebagai bagian dari sebuah sistem atau jaringan informasi yang terstruktur	1. Instrumen 2. Risiko 3. Return 4. Risiko dan retturn 5. Pengetahuan umum investasi	Kusmawati (2011)
3	Risiko Investasi (X_2)	Kemungkinan terjadinya kerugian atau return negative dari suatu investasi.	1. Kinerja 2. Keuangan 3. Sosial 4. Psikologis 5. Kemudahan	Ujang Sumarwan (2013)
4	Pelayanan (X_3)	Kualitas pelayanan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat	1. Tangible 2. Reliability 3. Responsiveness 4. Assurance 5. Empathy	Jarliyah Harfika, Nadiya Abdullah (2017)

		keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.		
5	Promosi (X_4)	Promosi dalam konteks pemasaran sosial (social marketing) adalah sarana perubahan perilaku yang dipromosikan untuk sasaran, melalui iklan, media penghubung.	1. Advertising 2. Sales Promotion 3. Public relations and publicity 4. Personal selling 5. Direct marketing	Kotler dan Amstrong, (2000)

G. Metode Analisis Data

Menurut Suharsimi Arikunto metode analisis data ialah suatu metode yang digunakan untuk mengolah hasil penelitian untuk memperoleh suatu kesimpulan. Adapun teknik dalam menganalisis data ialah dengan uji validitas, uji reabilitas, analisis regresi dan juga uji hipotesis penelitian.

1. Uji Deskriptif

Melalui metode ini data yang diperoleh melalui kuesioner yang disebarkan kepada sejumlah responden yang menjadi sampel dalam penelitian akan diklasifikasikan, diinterprestasikan, dan dianalisis, sehingga diperoleh gambaran umum tentang masalah yang diteliti.

2. Uji Validitas dan Uji Realibilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah kebenaran dan keabsahan instrument penelitian yang digunakan. Uji Validitas bermaksud untuk mengetahui seberapa tepat suatu test melalui fungsi ukurannya. Suatu intrumen dikatan valid apabila instrumen mengukur apa yang seharusnya diukur.

Uji validitas menunjukkan keadaan yang sebenarnya dan mengacu pada kesesuaian antara konstruk, atau cara seorang peneliti mengkonseptualisasikan ide dalam definisi konseptual dan suatu ukuran. Hal ini mengacu pada seberapa baik ide tentang realitas sesuai dengan realitas aktual. Dalam istilah sederhana, validitas membahas pertanyaan mengenai seberapa baik realitas sosial yang diukur melalui penelitian sesuai dengan konstruk yang peneliti gunakan untuk memahaminya.[11]

Tujuan dari uji validitas adalah untuk mengetahui kelayakan suatu pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Suatu kuisioner dikatakan valid apabila jika pertanyaan pada kuisioner mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuisioner tersebut. Pengujian validitas dalam SPSS dapat menggunakan tiga metode analisis yaitu bivariate pearson, corrected item total correlation, dan analisis faktor. Dalam penelitian ini, metode analisis yang digunakan yaitu metode bivariate pearson (produk momen pearson).

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk tingkat signifikansi 5% dari degree of freedom(df) = n-2. Dalam hal ini (n) adalah sampel. Jika r hitung > r tabel maka pernyataan atau indikator tersebut dinyatakan valid, demikian sebaliknya.

b. Uji Realibilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur apakah alat ukur yang digunakan cukup akurat, stabil, atau konsisten dalam mengukur apa yang ingin diukur.

---

[11] Fredy Herminto, ”Analisis Permintaan Objek Wisata Sungai Hijau di Kabupaten Kampar dengan Metode Biaya Perjalanan”. Jom FEKOM. Vol. 2 No. 1, Februari 2015

Koefisien reliabilitas berkisar antara 0,0 sampai 1,0 semakin kecil reliabilitas maka semakin besar error, koefisien reliabilitas tidak mungkin di atas 1,0 namun tetap dimungkinkan koefisien negatif (-). Menurut Sugiyono, suatu instrumen dinyatakan reliabel bila koefisien reliabilitas minimal 0,70. Menurut pendapat Guilford dan Spearman Brown, instrumen dikatakanreliabel apabila koefisien reliabilitas >0,60.

Tabel 3.3

Koefisien Realibilitas

ALPHA	Tingkat Realibilitas
0,00 – 0,20	Kurang Realiable
0,20 – 0,40	Agak Realiable
0,40 – 0,60	Cukup Realiable
0,60 – 0,80	Realiable
0,80 – 1,00	Sangat Realiable

Berdasarkan tabel diatas Kriteria penelitian uji reliabilitas adalah: Apabila hasil koefisien Alpha lebih besar dari taraf signifikansi 60% atau 0.6 maka kuesioner tersebut reliable.

3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah untuk menguji sejauh mana sebuah regresi disebut model yang baik. Jika model regresi yang baik dapat dilihat dari sudah memenuhi asumsi-asumsi klasik. Dalam penelitian ini uji asumsi klasik digunakan terdiri dari uji normalitas, multikolinieritas, dan heterokedasitas dengan SPSS dalam regresi adalah sebagai berikut :

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah salah satu bagian dari uji statistik yang berfungsi untuk menentukan apakah suatu populasi berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan teknik uji Kolmogorof-Smirnov (Uji K-S) dengan menggunakan taraf signifikan alpha 0.05. Kriteria pengujian apakah data yang

disajikan normal apabila nilai signifikansi yang dihasilkan >0,05, maka distribusi data dapat dikatakan normal. Sebaliknya, jika nilai signifikansi yang dihasilkan <0,05 maka data tidak dapat terdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah terjadi korelasi antara variabel independen yang diikutsertakan dalam pembentukan model. Suatu model regresi yang seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya gejala multikolinearitas dapat dilihat dari besarnya nilai apabila nilai tolerance > 0.10 dan VIF <10, maka tidak terjadi multikolinearitas. Begitu juga sebaliknya apabila nilai tolerance < 0.10 dan VIF > 10, maka terjadi multikolinearitas.

Uji multikolinearitas digunakan untuk melihat apakah model regresi terdapat korelasi antar variabel bebas atau tidak. Sebuah model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel bebas atau tidak terjadi multikolinearitas.[12]

c. Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Ada beberapa uji statistik yang dapat digunakan untuk mendeteksi apakah ada atau tidak ada heteroskedastisitas yaitu salah satunya dengan menggunakan uji gletsjer, yaitu dengan melakukan regresi antara nilai residual sebagai variable dependen dengan variabel independen model regresi yang diajukan. Apabila variabel independen signifikan secara statistic mempengaruhi variabel dependen, maka ada indikasi terjadi heteroskedastisitas. Cara mendeteksinya adalah bila hasil perhitungan dari masing-masing variabel menunjukkan level sig > α > 0,05 maka penelitian tersebut bebas dari heteroskedastisitas. Dan sebaliknya bila level sig < α < 0,05 maka penelitian tersebut tidak bebas heteroskedastisitas.

[12] Ari Priyono, "Analisis Overreaction Pada Saham Perusahaan Manufaktur". Jurnal Nomina. Vol. II No. II, tahun 2013

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda, yaitu regresi yang memiliki satu variabel dependen dan lebih dari satu variabel independen. Analisis ini disebut berganda karena banyaknya faktor variabel yang akan mungkin mempengaruhi variabel tak bebas. Maka untuk mengetahui pengaruh antara Pengetahuan (X1), Risiko (X2), Pelayanan (X3), terhadap Minat (Y), maka dilakukan analisis statistik regresi linear berganda. Adapun rumusan regresi linear berganda adalah sebagai berikut.

$$Y = \alpha + b1\ X1 + b2\ X2 + b3\ X3 + b4\ X4 + \varepsilon$$

Keterangan :

a= konstanta

X1= Pengetahuan

X2= Risiko

X3= Pelayanan

X4 = Promosi

Y= Minat

b1,b2, b3 = Koefisien regresi untuk X1,X2,X3

ε= Standard eror

5. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh secara simultan antara variabel independen (X1, X2, X3, dan X4) terhadap variabel dependen (Y). Metode pengujian terhadap hipotesis dilakukan dengan pengujian koefisien determinasi (R2), uji parsial (uji t), dan uji simultan (uji F).

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji t pada dasarnya melihat seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam memaknai variasi variabel dependen. Uji parsial dilakukan untuk mengetahui tingkat signifikan dari variabel penelitian yang akan diuji pengaruhnya terhadap variabel Y secara terpisah atau individu dengan melihat pada nilai Sig (value) atau membandingkan t-hitung dengan t-tabel.

Adapun langkah-langkah dalam pengambilan keputusan untuk uji t adalah sebagai berikut:

Jika nilai t hitung > t tabel dan nilai Sig. t < a = 0.05 maka dapat ditarik kesimpulan bahwa secara parsial variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. 2) Jika nilai t hitung < t tabel dan nilai Sig. t > a = 0.05 maka dapat ditarik kesimpulan bahwa secara parsial variabel independen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

b. Uji Simultan (Uji f)

Uji F disebut juga dengan uji ANOVA, yaitu Analysist of Variance. Uji F digunakan untuk menguji apakah variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen. Dasar pengambilan keputusan dalam uji F berdasarkan nilai Fhitung dan Ftabel adalah:

1) Jika nilai Fhitung> Ftabel, maka variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen.

2) Jika nilai Fhitung< Ftabel, maka variabel independen secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji F berdasarkan nilai signifikansi, adalah:

1) Jika nilai signifikansi <0,05 maka variabel independen secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

2) Jika nilai signifikansi >0,05 maka variabel independen secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

c. Koefisien determinasi (R^2)

Koefisien determinasi merupakan suatu ukuran dalam regresi yang dapat menginformasikan baik atau tidaknya model regresi yang diestimasi. Uji ini akan besarnya variabel dari variable terikat yang dapat diterangkan oleh variabel bebas. Bila nilai $R^2 = 0$, maka variabel bebas sama sekali tiadk dapat menerangkan variabel terikat. Jika $R^2 = 1$, maka variabel dari variabel terikat secara keseluruhan dapat diterangkan dari variabel bebas sehingga semua titik pengamatan berada tepat pada garis regresi.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Objek Penelitian

Galeri Investasi Syariah UIN Sumatera Utara, menaungi sebuah organisasi yang bernama KSPMS (kelompok Studi Pasar Modal Syariah) Golden UIN-SU. KSPMS Golden UIN-SU adalah suatu organisasi yang mewadahi minat serta kemampuan setiap Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara khususnya rumpun pendidikan ekonomi dalam dunia investasi dan pasar modal. KSPMS Golden UIN-SU mencanangkan dan melaksanakan beberapa program yang bertujuan mengedukasi serta sebagai wadah inspiratif agar setiap orangbergabung dan termotivasi untuk mengelola keuangannya dengan baik melalui investasi di Pasar Modal Syariah.

KSPMS Golden UINSU adalah gagasan dari Bursa Efek Indonesia medan yaitu Bapak Muhammad Pintor Nasutian, dan gagasan dari Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Bapak AndrI Soemitra dan Ibu Nurlaila. KSPMS Golden UIN-SU berdiri sejak tanggal 07 mei 2017. KSPMS Golden UINSU sekarang beranggotakan yang tidak hanya berlatarbelakang dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam tetapi juga seluruh fakultas yang ada di UIN-Sumatera Utara.

B. Deskripsi Penelitian

1. Karakteristik Responden

Data yang diambil dalam penelitian ini menggunakan penyebaran kuesioner kepada para Mahasiswa/i yang kut berkontribusi untuk berinvestasi pasar modal syariah melalui galeri investasi syariah FEBI Uin-Su. Dan Mahaiswa/i FEBI yang menjadi responden.

Tabel 4.1

Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Laki-Laki	67	68.4
2	Perempuan	31	31.6

Total		98	100.0

Sumber : Data primer yang diolah, 2021

Tabel diatas menunjukkan bahwa responden dengan jenis kelamin laki-laki lebih banya dari pada responden jenis kelamin perempuan. Responden dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 68.4% dan responden dengan jenis kelamin perempuan sebesar 31.6%.

Tabel 4.2

Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1	18-20	30	30.6
2	21-24	68	69.4
Total		98	100.0

Sumber : Data primer yang diolah , 2021.

Berdasarkan tabel 4.2 diatas dapat disimpulkan bahwa yang memiliki minat berinvestasi syariah di galeri investasi syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Sumatera Utara didominasi oleh Mahasiswa/i yang berusia 21-24 Tahun sebesar 69.4% dari hubungan sampel.

Tabel 4.3

Gambaran Umum Berdasarkan Tingkat Semester

No	Pendapatan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Semester I	14	14.3
2	Semester III	11	11.2
3	Semester V	51	52.0
4	Semester VII	22	22.4
Total		98	100.0

Sumber : Data yang diolah Spss, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa tingkat semester mahasiswa didominasi oleh mereka yang berada pada semester V sebesar 52.0 % dari hubungan sampel.

Tabel 4.4

Gambaran Umum Berdasarkan Sumber Penghasilan Untuk Berinvestasi

No	Pendapatan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Tabungan	23	24.0
2	Uang Saku dari Orang Tua	27	28.1
3	Bekerja	46	47.9
Total		98	100.0

Sumber : Data yang diolah Spss, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa sumber penghasilan mahasiswa untuk berinvestasi didominasi oleh mereka yang bekerja sebesar 47.9% dari hubungan sampel.

C. Uji Persyaratan Analisis

1. Analisis Deskriptif Kuesioner

Adapun hasil penelitian dilakukan dengan penyebaran kuesioner terhadap mahasiswa/i FEBI UINSU, untuk melihat presentase nilai dari responden yang meliputi nilai minimum, maksimum, mean dan standart devision dari satu dan dua variabel dapat dilihat berdasarkan tabel di bawah ini :

Tabel 4.5

Hasil Uji Analisis Deskriptif

Statistics

		Pengetahuan	Risiko	Pelayanan	Promosi	Minat
N	Valid	98	98	98	98	98
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		55.71	53.94	59.94	60.05	47.33
Median		56.00	53.50	61.00	60.00	49.00
Std. Deviation		10.129	11.134	12.543	12.039	9.936
Minimum		23	24	27	26	22
Maximum		75	75	75	75	60

Berdasarkan tabel 4.5 di atas dapat dilihat bahwa variabel Pengetahuan Investasi (X1) memiliki nilai maksimum sebesar 75 dan nilai minimum sebesar 23 serta nilai mean 55.71 dengan total observasi sebanyak 98. Risiko Investasi (X2) memiliki nilai maximum sebesar 75 dan nilai minimum sebesar 24 serta nilai mean 53.94 dengan total observasi 98. Pelayanan (X3) memiliki nilai maksimum sebesar 75 dengan nilai minimum 27 serta mean 59.94 dengan total observasi 98. Promosi (X4) memiliki nilai maksimum sebesar 75 denngan total minimun 26 serta nilai mean 60.05 dengan total observasi sebesar 98. Minat Berinvestasi (Y) memiliki nilai maxsimum 60 dan nilai inimum 22 serta nilai mean sebesar 47.33 dengan total observasi sebanyak 98 data.

D. Analisis Data dan Pembahasan

1. Uji Validitas dan Reabilitas Instrumen

   a. Uji Validitas

   Untuk menguji validitas dan reabilitas instrument, penulis menggunakan analisis SPSS. Uji validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kendala atau keabsahan suatu alat ukur. Alat ukur yang dapat digunakan dalam pengujian validitas suatu angket atau kuesioner adalah angka hasil korelasi antaral skor angket dengan skor keseluruhan responden terhadap informasi dalam kuesioner. Ukuran valid tidaknya suatu pertanyaan dapat dilihat dari outputl SPSS berupal nilai item total statistik masing- masing butir angket.

   Untuk tingkat validitas dilakukan uji signifikan dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel. Untuk degree of freedom (df) = n-k dalam hal ini adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah konstruk. Pada kasus ini besarnya df dapat dihitung 98-5 atau df = 93 dengan alpha 0.05 didapat r tabel 0; jika r hitung (untuk tiap-tiap butir pertanyaan dapat dilihat pada kolam corrected item pertanyaan totalcorrelation) lebih besar dari r tabel dan nilai r positif, maka butir pertanyaan tersebut dikatakan valid.

Tabel 4.6

Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Item Pertanyaan	Total Corelation	R tabel	Keterangan
Pengetahuan (X1)	X1.1	0.641	0.1698	VALID
	X1.2	0.624	0.1698	VALID
	X1.3	0.762	0.1698	VALID
	X1.4	0.748	0.1698	VALID
	X1.5	0.688	0.1698	VALID
	X1.6	0.472	0.1698	VALID
	X1.7	0.773	0.1698	VALID
	X1.8	0.794	0.1698	VALID
	X1.9	0.412	0.1698	VALID
	X1.10	0.777	0.1698	VALID
	X1.11	0.701	0.1698	VALID
	X1.12	0.358	0.1698	VALID
	X1.13	0.783	0.1698	VALID
	X1.14	0.670	0.1698	VALID
	X1.15	0.680	0.1698	VALID
Risiko (X2)	X2.1	0.523	0.1698	VALID
	X2.2	0.769	0.1698	VALID
	X2.3	0.708	0.1698	VALID
	X2.4	0.687	0.1698	VALID
	X2.5	0.605	0.1698	VALID
	X2.6	0.697	0.1698	VALID
	X2.7	0.718	0.1698	VALID
	X2.8	0.797	0.1698	VALID
	X2.9	0.689	0.1698	VALID
	X2.10	0.717	0.1698	VALID
	X2.11	0.708	0.1698	VALID

	X2.12	0.685	0.1698	VALID
	X2.13	0.602	0.1698	VALID
	X2.14	0.593	0.1698	VALID
	X2.15	0.642	0.1698	VALID
Pelayanan (X3)	X3.1	0.850	0.1698	VALID
	X3.2	0.809	0.1698	VALID
	X3.3	0.929	0.1698	VALID
	X3.4	0.853	0.1698	VALID
	X3.5	0.881	0.1698	VALID
	X3.6	0.857	0.1698	VALID
	X3.7	0.853	0.1698	VALID
	X3.8	0.910	0.1698	VALID
	X3.9	0.832	0.1698	VALID
	X3.10	0.874	0.1698	VALID
	X3.11	0.871	0.1698	VALID
	X3.12	0.911	0.1698	VALID
	X3.13	0.877	0.1698	VALID
	X3.14	0.885	0.1698	VALID
	X3.15	0.894	0.1698	VALID
Promosi (X4)	X4.1	0.851	0.1698	VALID
	X4.2	0.842	0.1698	VALID
	X4.3	0.863	0.1698	VALID
	X4.4	0.872	0.1698	VALID
	X4.5	0.827	0.1698	VALID
	X4.6	0.781	0.1698	VALID
	X4.7	0.896	0.1698	VALID
	X4.8	0.913	0.1698	VALID
	X4.9	0.863	0.1698	VALID
	X4.10	0.888	0.1698	VALID
	X4.11	0.845	0.1698	VALID

	X4.12	0.886	0.1698	VALID
	X4.13	0.899	0.1698	VALID
	X4.14	0.909	0.1698	VALID
	X4.15	0.839	0.1698	VALID
Minat (Y)	Y.1	0.810	0.1698	VALID
	Y.2	0.850	0.1698	VALID
	Y.3	0.823	0.1698	VALID
	Y.4	0.860	0.1698	VALID
	Y.5	0.772	0.1698	VALID
	Y.6	0.835	0.1698	VALID
	Y.7	0.881	0.1698	VALID
	Y.8	0.738	0.1698	VALID
	Y.9	0.799	0.1698	VALID
	Y.10	0.819	0.1698	VALID
	Y.11	0.828	0.1698	VALID
	Y.12	0.860	0.1698	VALID

Dari tabel-tabel diatas dapat diketahui bahwa masing-masing item pertanyaan memiliki r hitung > dari r tabel (0.1698) dan bernilai positif. Dengan demikian pertanyaan-pertanyaan tersebut dikatakan valid.

b. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk melihat kestabilan dan konsistensi dari responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan pertanyaan yang disusun dalam suatu bentuk angket. Hasil uji ini akan mencerminkan dapat atau tidaknya suatu instrumen penelitian dipercaya, berdasarkan tingkat ketepatan dan kemantapan suatu alat ukur.

Standar yang digunakan dalam menentukan reliabel atau tidak reliabelnya suatu instrumen penelitian. Salah satunya dengan melihat perbandingan antara nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} pada taraf Transparansi 95% (signifikafikansi 5%). Jika pengujian dilakukan dengan metode *Alpha Cronbach* maka r_{hitung} akan diwakili oleh nilai *Alpha* pada tabel berikut ini:

Tabel 4.7

Hasil Uji Reabilitas Instrument

Variabel	Reliabilitas Coefficient	Cronbach Alpha	Keterangan
Variabel Pengetahuan	15 Item Pertanyaan	0.897	Reliabel
Variabel Resiko	15 Item Pertanyaan	0.915	Reliabel
Variabel Pelayanan	15 Item Pertanyaan	0.977	Reliabel
Variabel Promosi	15 Item Pertanyaan	0.976	Reliabel
Valiabel Minat	15 Item Pertanyaan	0.956	Reliabel

Dari keterangan tabel di atas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki Cronbach Alpha > 0.60. Dengan demikian variabel (Pengetahuan, Resiko, Pelayanan, Promosi dan minat) dapat dikatakan reliable.

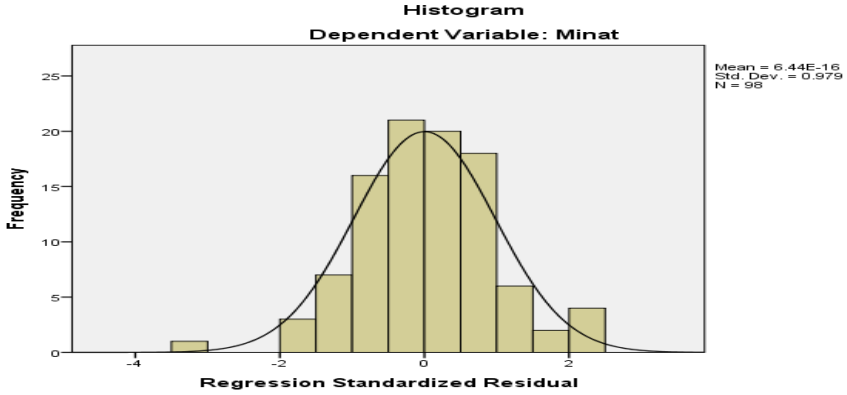
E. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Cara yang ditempuh untuk menguji kenormalan data adalah dengan menggunakan Grafik Normal P-P Plot dengan cara melihat penyebaran datanya. Jika pada grafik tersebut penyebaran datanya mengikuti pola garis lurus, maka datanya normal. Jika pada tabel test of normality dengan menggunakan Kolmogrov-Smirnov nilai sig > 0.05, maka dapat berdistribusi normal. Adapun uji normalitas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Gambar 4.1

Uji Normalitas



Berdasarkan grafik 4.1 diatas , diuji normalitas dengan histogram dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel berdistribusi normal karena kurva histogram diatas berbentuk parabola dan bukan garis linear.

Selanjutnya adalah menggunakan perhitungan kolmogrov-Smirnov. Apabila nilai asymptotic significant (2-tailled) lebih dari 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa data variabel telah berdistribusi norlam. Hasil uji normalitas seluruh variabel menggunakan perhitungan Kolmogrov-Smirnov menggunakan software SPSS dapat dilihat dibawah ini:

Tabel 4.8

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		98
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	5.54349424
Most Extreme Differences	Absolute	.054
	Positive	.054
	Negative	-.052

Test Statistic	.054
Asymp. Sig. (2-tailed)	.200[c,d]

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

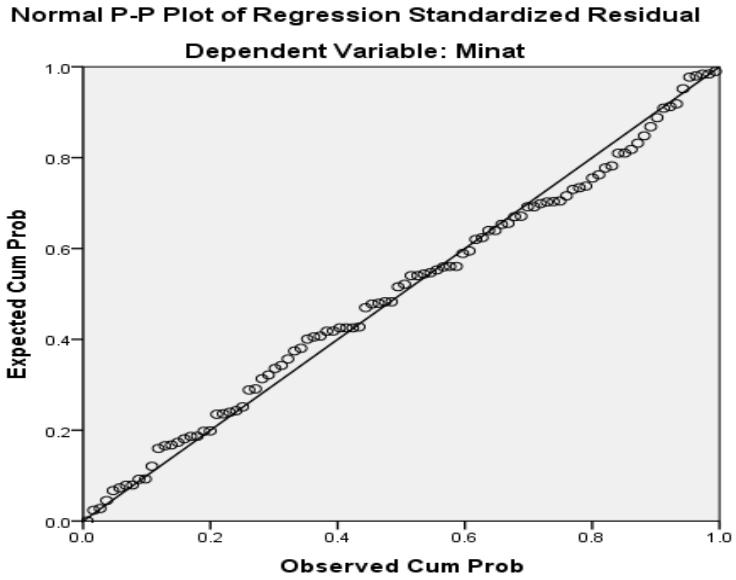
c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Dilihat dari hasil uji normalitas seluruh variabel menggunakan perhitungan Kolmogrov-Smirnov diatas adalah 0.2000 dan lebih besar dari 0.05 maka dapat disimpilkan bahwa data variabel berdistribusi normal.

Gambar 4.2

Uji Normalitas dengan Normal P-Plot



Dari gambar 4.2 diatas menunjukkan bahwa ada menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

1. Uji Multikoleniaritas

Ujil multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan (korelasil) yang signifikan antar variabel bebas. Uji multikolinearitas dengan SPSS ditunjukkan lewat tabel Coefficient, yaitu pada kolom Tolerance dan kolom VIF (Variancel Inflated lFactors). Tolerance adalah indikator seberapa banyak

variabilitas sebuah variabel bebas tidak bisa dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jika nilai tolerance lebih besar dari l0,10 dan jika nilai VIF lebih kecil dari 10,00 maka dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas.

Tabel 4.9

Uji Multikoleniaritas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.528	3.325		1.061	.292		
	Pengetahuan	.852	.809	.155	3.030	.008	.269	3.722
	Risiko	.544	.593	.049	4.002	.038	.309	3.233
	Pelayanan	.475	.437	.347	4.704	.001	.112	8.960
	Promosi	.474	.441	.333	4.946	.005	.115	8.728

a. Dependent Variable: Minat

Sumber : data primer yang dolah, 2021

Dari hasil pengujian multikoleniaritas yang dilakukan diketahui bahwa variabel inflation factor (VIF) keempat variabel, yaitu lebih kecil dari 10, sehingga bisa diduga bahwa tidak ada multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.

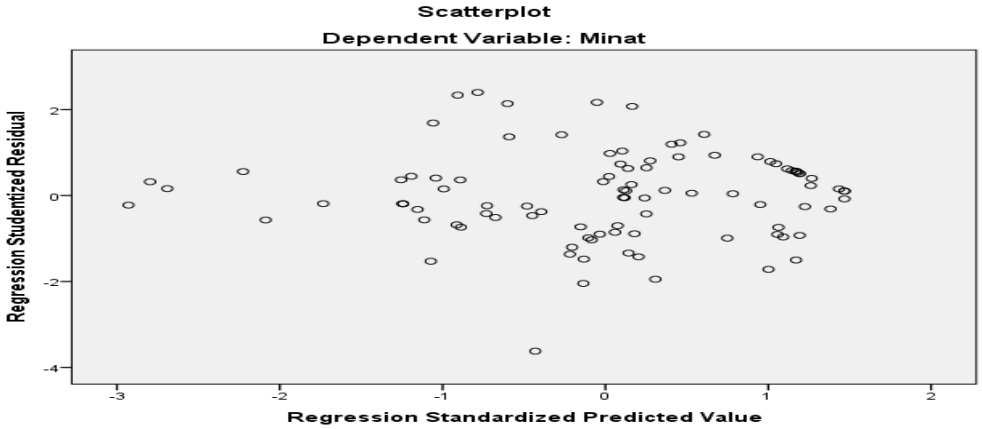
2. Uji Heteroskedetisitas

Uji Heteroskedetisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidak samaan varian. Heteroskedastisitas adalah suatu keadaan dimana varian dari kesalahan pengganggu tidak konstan untuk semua nilai variabel bebas, dimana uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual atau satu pengamatan lainnya. Untuk

mendeteksinya dilihat dari titik-titik yang menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y padal grafik Scatterplot.Adapun hasil uji statistic Heteroskedetisitas yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 4.3

Uji Heteroskedetisitas dengan Scatter Plot



Hasil pengujian heteroskedetisitas menunjukkan bahwa titik-titik tidak membentuk pola yang jelas. Sebagaimana terlihat, titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 (nol) pada suhu Y. Jadi disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedetisitas dalam model regresi. Dengan demikian asumsi-asumsi normalitas, multikoleniaritas dan heteroskedetisitas dalam model tersebut dapat dipenuhi.

F. Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 4.10

Uji Regresi Linier

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.528	3.325		1.061	.292		
	Pengetahuan	.852	.809	.155	3.030	.008	.269	3.722
	Risiko	-.544	.593	-.049	-4.002	.038	.309	3.233

Pelayanan	.475	.437	.347	4.704	.001	.112	8.960
Promosi	.474	.441	.333	4.946	.005	.115	8.728

a. Dependent Variable: Minat

Sumber: Data diolah SPSS, 2021

Dari tabel 4.10 di atas, dapat diketahui hasil model persamaan untuk variabel Pengetahuan (x1), Risiko (x2), Pelayanan (X3), dan Promosi (X4) yang diperoleh adalah sebagai berikut :

$$\mathbf{Y = 3.528 + 0.852X1 - 0.544X2 + 0.475X3 + 0.474X4 + \varepsilon}$$

Berdasarkan hasil persamaan yang diperoleh dapat dijelaskan makna dan arti dari koefisien regresi untuk masing-masing variabel Pengetahuan, Risiko, Pelayanan dan Promosi yaitu sebagai berikut :

1. Nilai konstanta (c) sebesar 3.528 hal ini berarti bahwa apabila variabel bebas yaitu variabel Pengetahuan, Risiko, Pelayanan dan Promosi dianggap konstan maka variabel terikat yaitu Minat investasi pasar modal syariah (Y) sebesar 3.528. hal ini menunjukkan dengan adanya pengetahuan, risiko, pelayanan dan promosi yang baik maka akan meningkatkan minat investasi pasar modal syariah sebesar 3.528.
2. Nilai koefisien regresi variabel pengetahuan (X1) adalah sebesar 0.852. Hal ini menunjukkan bahwa variabel pengetahuan investasi berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal syariah melalui GIS.
3. Nilai koefisien regresi variabel Resiko (X2) adalah sebesar 0.544. Hal ini menunjukkan bahwa variabel risiko berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal syariah melalui GIS.
4. Nilai koefisien regresi variabel Pelayanan (X3) adalah sebesar 0.475. Hal ini menunjukkan bahwa variabel pelayanan berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal syariah melalui GIS.
5. Nilai koefisien regresi variabel Promosi (X4) adalah sebesar 0.474. Hal ini menunjukkan bahwa variabel promosi berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal syariah melalui GIS.

G. Uji Hipotesis

1. Uji T

Uji t bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas atau Pengetahuan (X1), Risiko (X2),Pelayanan (X3) dan Promosi (X4) secara parsia ataupun individual berpengaruhsignifikan terhadap variabel terikat atau minat investasi melaluiGIS(Y). Dalam menentukan derajat bebas dapat digunakan rumus df = n – k – 1 = 98-4 – 1 =93.

Tabel 4.11

Uji T-Statistik

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.528	3.325		1.061	.292		
	Pengetahuan	.852	.809	.155	3.030	.008	.269	3.722
	Risiko	-.544	.593	-.049	-4.002	.038	.309	3.233
	Pelayanan	.475	.437	.347	4.704	.001	.112	8.960
	Promosi	.474	.441	.333	4.946	.005	.115	8.728

a. Dependent Variable: Minat

Rumus untuk mencari t-tabel = α : n – k – 1

= 0.05 : 98 – 4 – 1

= 0.05 : 93

T – tabel = 1.66140

1. Pengetahuan (X1) memilki nilai t hitung sebesar 3.030. Nilai ini lebih besar dari t tabel (1.66140) dengan nilai t sig (0.008) < 0.05. Sehingga pengujian hipotesis penelitan tersebut adalah H_a diterima dan H_0 ditolak. Hal ini menjelaskan bahwa

secara parsial pengetahuan berpengaruh terhadap minat berinvestasi di pasar modal syariah melalui galeri investasi syariah.

2. Resiko (X2) memilki nilai t hitung sebesar 4.002. Nilai ini lebih besar dari t tabel (1.66140) dengan nilai t sig (0.038) < 0.05. Sehingga pengujian hipotesis penelitan tersebut adalah H_a diteroma dan H_0 ditolak. Hal ini menjelaskan bahwa secara parsial Resiko berpengaruh terhadap minat berinvestasi di pasar modal syariah melalui galeri investasi syariah.
3. Pelayanan (X3) memilki nilai t hitung sebesar 4.704. Nilai ini lebih besar dari t tabel (1.66140) dengan nilai t sig (0.001) < 0.05. Sehingga pengujian hipotesis penelitan tersebut adalah H_a diterima dan H_0 ditolak. Hal ini menjelaskan bahwa secara parsial Pelayanan berpengaruh terhadap minat berinvestasi di pasar modal syariah melalui galeri investasi syariah.
4. Promosi (X4) memilki nilai t hitung sebesar 4.946. Nilai ini lebih besar dari t tabel (1.66140) dengan nilai t sig (0.005) < 0.05. Sehingga pengujian hipotesis penelitan tersebut adalah H_a diterima dan H_0 ditolak. Hal ini menjelaskan bahwa secara parsial Promosi berpengaruh terhadap minat berinvestasi di pasar modal syariah melalui galeri investasi syariah.

2. Uji F

Uji F ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan atau keseluruhan.Uji F digunakan untuk mengetahui kualitas keberartian regresi antara tiap-tiap variabel bebas (X) secara serempak/bersamaan terdapat pengaruh atau tidak terhadap variabel terikat (Y).

1) Pada nilai $Fhitung<Ftabel$ atau nilai signifikansi > 0,05. Artinya Ho diterima. Hal ini menujukkan secara simultan variabel bebas berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel terikat.

2) Pada nilai $Fhitung>Ftabel$ atau nilai signifikansi < 0,05. Artinya Ho diterima. Hal ini menujukkan secara simultan variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Tabel 4.12

Uji F-Statistik

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6594.709	4	1648.677	51.437	.000[b]
	Residual	2980.842	93	32.052		
	Total	9575.551	97			

a. Dependent Variable: Minat

b. Predictors: (Constant), Promosi, Risiko, Pengetahuan, Pelayanan

Rumus untuk mencari F- tabel = K: n –k

= 5: 98 – 5

= 5 : 93

F- Tabel = 2.31

Berdasarkan hasil perhitungan diatas dapat diketahui bahwa F hitung (51.437). Nilai itu lebih besar dari F tabel (2.31) dengan nilai F sig (0.000) < 0.05. Sehingga pengujian hipotesis H_a diterima dan H_0 ditolak. Hal ini menjelaskan bahwa secara simultan pengetahuan, resiko, pelayanan dan promosi berpengaruh terhadap minat berinvestasi pasar modal syariah di Galeri investasi syariah.

3. Uji R^2

Uji koefisien determinasi atau R^2 bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen/ bebas (variabel Pengetahuan, Risiko, Pelayanan, dan Promosi) menjelaskan variabel dependen/ terikat (Minat Investasi) atau untuk mengetahui besar persentase variasi terikat yang dijelaskan pada variabel bebas.

Tabel 4.13

Uji R

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.830[a]	.689	.675	5.661

a. Predictors: (Constant), Promosi, Risiko, Pengetahuan, Pelayanan

b. Dependent Variable: Minat

Hasil uji koefisien determinasi tersebut memberikan makna, bahwa 68,9% variabel Pengetahuan (x1), Resiko (x2), Pelayanan (X3), Promosi (X4) mempengaruhi minat berinvestasi pasar modal syariah di galeri investasi syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

H. Interpretasi

Interpretasi mengenai pengaruh pengetahuan investasi, resiko investasi , pelayanan, dan promosi dapat dibahas sebagai berikut :

1. **Pengaruh Pengetahuan Investasi terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi Melalui GIS.**

   Pengetahuan investasi merupakan pemahaman yang harus dimilikiseseorang tentang berbagai aspek mengenai investasi,dimulai dari pengetahuan dasar penilaian investasi, tingkat risikonya dan tingkat pengembalian (return) investasi. Berdasarkan penelitian ini menunjukkan bahwa hasil uji t diketahui memilki nilai t hitung sebesar 3.030. Nilai ini lebih besar dari t tabel (1.66140) dengan nilai t sig (0.008) < 0.05. Sehingga pengujian hipotesis penelitan tersebut adalah H_a diterima dan H_0 ditolak. Hal ini menjelaskan bahwa secara parsial pengetahuan berpengaruh terhadap minat berinvestasi di pasar modal syariah melalui galeri investasi syariah.

   Dilihat dengan apa yang ada dilapangan bahwasanya mahasiswa tahu investasi tetapi tidak memahami apa itu investasi, sehingga ketika

mahasiswa tidak mengetahui investasi maka mereka tidak akan tertarik dengan investasi sehingga pengetahuan investasi ini sangat berpengaruh pada minat mahasiswa untuk berinvestasi pada pasar modal syariah.

Hasil penelitian ini Hal ini sesuai dengan pendapat Rizki (2017) dalam Halim (2005:3) yang mengatakan pengetahuan dasar mengenai invetasi merupakan hal yang sangat penting untuk di ketahui oleh calon investor.

2. Pengaruh Risiko Investasi terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi Melalui GIS.

Risiko dapat diartikan sebagai bentuk keadaan ketidakpastian tentang suatu keadaan yang akan terjadi dimasa depan (future) dengan keputusan yang diambil berdasarkan berbagai pertimbangan saat ini.Berdasarkan penelitian ini menunjukkan bahwa hasil uji t diketahui memilki nilai t hitung sebesar 4.002. Nilai ini lebih besar dari t tabel (1.66140) dengan nilai t sig (0.038) < 0.05. Sehingga pengujian hipotesis penelitan tersebut adalah H_a diterima dan H_0 ditolak. Hal ini menjelaskan bahwa secara parsial Resiko berpengaruh terhadap minat berinvestasi di pasar modal syariah melalui galeri investasi syariah.

Dilihat dengan apa yang ada dilapangan bahwasanya mahasiswa sangat memikirkan risiko untuk berinvestasi, mahasiswa masih menganggap investasi pada pasar modal syariah sangat minim untuk mendapatkan keuntungan, sehingga persepsi risiko ini yang membuat berpengaruh pada minat mahasiswa untuk berinvestasi pada pasar modal syariah.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang telah dilakukan oleh Nandar, Rokan, & Ridwan (2018) dan juga Raditya, Budiartha, & Suardikha (2014) yang menyimpulkan bahwa risiko berpengaruh negatif signifikan terhadap minat investasi mahasiswa. yang artinya semakin tinggi risiko maka akan semakin menurunkan minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal.

3. **Pengaruh Pelayanan terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi Melalui GIS.**

Pelayanan secara umum yaitu rasa menyenangkan yang diberikan kepada orang lain yang disertai kemudahan-kemudahan dan memenuhi segala kebutuhan mereka.Berdasarkan penelitian ini menunjukkan bahwa hasil uji t diketahui memilki nilai t hitung sebesar 4.704. Nilai ini lebih besar dari t tabel (1.66140) dengan nilai t sig (0.001) < 0.05. Sehingga pengujian hipotesis penelitan tersebut adalah H_a diterima dan H_0 ditolak. Hal ini menjelaskan bahwa secara parsial Pelayanan berpengaruh terhadap minat berinvestasi di pasar modal syariah melalui galeri investasi syariah.

Dilihat dengan apa yang ada dilapangan bahwasanya pelayanan yang diberikan KSPMS ataupun pihak GIS kepada nasabah dikatakan sangat baik, tetapi mereka masih kurang dalam membimbing nasabah yang dikatakan masih ragu terhadap investasi pasar modal syariah, sehingga pelayan berpengaruh pada minat mahasiswa untuk berinvestasi pada pasar modal syariah.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang telah dilakukan oleh Asih Fitri Cahyani (2013) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat investasi.

4. **Pengaruh Promosi terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi Melalui GIS.**

Promosi adalah sejenis komunikasi yangmemberi penjelasan yang meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa.Berdasarkan penelitian ini menunjukkan bahwa hasil uji t diketahui memilki nilai t hitung sebesar 4.946. Nilai ini lebih besar dari t tabel (1.66140) dengan nilai t sig (0.005) < 0.05. Sehingga pengujian hipotesis penelitan tersebut adalah H_a diterima dan H_0 ditolak. Hal ini menjelaskan bahwa secara parsial Promosi berpengaruh terhadap minat berinvestasi di pasar modal syariah melalui galeri investasi syariah.

Dilihat dengan apa yang ada dilapangan bahwasanya KSPMS atau pihak GIS telah memperbanyak promosi investasi pasar modal syariah

dengan melalui event, event kolaborasi, media elektronik, tetapi mahasiswa masih belum tertarik dengan promosi yang dilakukan GIS, sehingga promosi berpengaruh pada minat mahasiswa untuk berinvestasi pada pasar modal syariah.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang telah dilakukan olehSiti Julaiha (2019) yang menyimpulkan promosi memiliki pengaruh yang signifikan. Sehingga promosi menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi minat berinvestasi di pasar modal. Dari hasil penelitian dengan kuesioner banyak dariresponden yang menjawab baik.

5. **Pengaruh Pengetahuan Investasi, Resiko Investasi, Pelayanan, dan Promosi terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi Melalui GIS.**

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa F hitung (51.437). Nilai itu lebih besar dari F tabel (2.31) dengan nilai F sig (0.000) < 0.05. Sehingga pengujian hipotesis Ha diterima dan H0 ditolak. Hal ini menjelaskan bahwa secara simultan pengetahuan, resiko, pelayanan dan promosi berpengaruh minat berinvestasi pasar modal syariah di Galeri investasi syariah.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data, pengujian hipotesis dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka peneliti menarik beberapa kesimpulan atas hasil analisis tersebut yaitu sebagai berikut:

1. Pengetahuan (X1) memilki nilai t hitung sebesar 3.030. Nilai ini lebih besar dari t tabel (1.66140) dengan nilai t sig (0.008) < 0.05. Sehingga pengujian hipotesis penelitan tersebut adalah H_a diterima dan H_0 ditolak. Hal ini menjelaskan bahwa secara parsial pengetahuan berpengaruh terhadap minat berinvestasi di pasar modal syariah melalui galeri investasi syariah.
2. Resiko (X2) memilki nilai t hitung sebesar 4.002. Nilai ini lebih besar dari t tabel (1.66140) dengan nilai t sig (0.038) < 0.05. Sehingga pengujian hipotesis penelitan tersebut adalah H_a diterima dan H_0 ditolak. Hal ini menjelaskan bahwa secara parsial Resiko berpengaruh terhadap minat berinvestasi di pasar modal syariah melalui galeri investasi syariah.
3. Pelayanan (X3) memilki nilai t hitung sebesar 4.704. Nilai ini lebih besar dari t tabel (1.66140) dengan nilai t sig (0.001) < 0.05. Sehingga pengujian hipotesis penelitan tersebut adalah H_a diterima dan H_0 ditolak. Hal ini menjelaskan bahwa secara parsial Pelayanan berpengaruh terhadap minat berinvestasi di pasar modal syariah melalui galeri investasi syariah.
4. Promosi (X4) memilki nilai t hitung sebesar 4.946. Nilai ini lebih besar dari t tabel (1.66140) dengan nilai t sig (0.005) < 0.05. Sehingga pengujian hipotesis penelitan tersebut adalah H_a diterima dan H_0 ditolak. Hal ini menjelaskan bahwa secara parsial Promosi berpengaruh terhadap minat berinvestasi di pasar modal syariah melalui galeri investasi syariah.
5. Berdasarkan hasil perhitungan diatas dapat diketahui bahwa F hitung (51.437). Nilai itu lebih besar dari F tabel (2.31) dengan nilai F sig

(0.000) < 0.05. Sehingga pengujian hipotesis H_a diterima dan H_0 ditolak. Hal ini menjelaskan bahwa secara simultan pengetahuan, resiko, pelayanan dan promosi berpengaruh minat berinvestasi pasar modal syariah di Galeri investasi syariah.

B. Saran – saran

Berdasarkan kesimpulan bahwa ada pengaruh yang signifikan pada pengetahuan, resiko, pelayanan dan promosi berpengaruh minat berinvestasi pasar modal syariah di Galeri investasi syariah dengan kekuatan sebesar 68,9 %. Penulis mengemukakan saran sebagai berikut :

1. Dari hasil penelitian dapat dilihat bahwa pengetahuan, risiko, pelayanan dan promosi berpengaruh minat berinvestasi pasar modal syariah di Galeri investasi syariah.Oleh karena itu diharapkan lembaga yang mengelola Galeri Investasi Syariah (GIS) dan juga para mahasiswa diharapkan mampu meningkatkan keempat variabel tersebut, dengan pengetahuan investasi untuk dapat memberikan edukasi tentang investasi, risiko investasi memberikan pemahaman terkait mengurangi risiko kerugian dalam mengikuti investasi, pelayanan yang harus dapat ditambah kenyamanan dan pendekatan kepada investor, dan promosi yang harus dilakukan lebih menarik untuk mendapatkan daya tarik para mahasiswa untuk mengikuti investasi, sehingga nantinya dapat meningkatkan minat investasi mahasiswa yang belum aktif dalam berinvestasi.
2. Lembaga GIS yang dikelola KSPMS diharapkan untuk meningkatkan sosialisasi dan literasi baik berupa pemahaman kepada mahasiswa juga dalam berbentuk media lainnya kepada para mahasiswa.
3. Agar para Mahasiswa mau dan konsisten ikut dalam berinvestasi maka GIS yang di kelola oleh KSPMS harus memberikan pelayanan terbaik kepada para Mahasiswa.
4. Bagi peneliti berikutnya, melihat masih banyak kekurangan yang terdapat pada penelitian ini, sekiranya dapat melakukan penelitian lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruh minat berinvestasi pasar modal syariah. Selain itu menambah jumlah responden sehingga mendapatkan jumlah yang lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

A.M, Morissan. 2010. *Periklanan komunikasi pemasaran terpadu*, Jakarta : Penerbit Kencana.

Anoraga, Pandji. (2006). *Pengantar Pasar Modal*. Jakarta: Rineka Cipta

Aziz, A. 2010. *Manajemen Investasi Syari'ah*. Brebes: ALFABETA

Daim, Rahmat. 2020. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Likuiditas BRPS di Indonesia*, Medan: FEBI UINSU Press

Fahmi, Irham. 2012, *Manajemen Investasi*; TeoriSoal dan Jawab, Jakarta: Salemba Empat.

Fahmi, Irham. 2014. *Manajemen Keuangan Perusahaan dan Pasar Modal*, Jakarta: Mitra Wacana Media.

Hernandez, R. E. (2007). *Remaja dan Media. Alih bahasa: Indri Yuli Astuti & Wulandari. Bandung*: Pakar Raya.

Harahap, Muhammad Ikhsan. 2020 . *Pasar Uang dan Pasar Modal*, Diktat. Medan

Harahap, Muhammad Ikhsan. 2020 . *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Sukuk Negara Ritel*, Diktat. Medan

Ilyas, R. 2015. *Konsep Masalah Dalam Konsumsi Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam*. Perspektif Ekonomi Darussalam, 1, 10.

Jarliyah Harfika dan Nadiya Abdullah, 2017. *Pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap Kepuasan pasien pada Rumah Sakit Umum Kabupaten Aceh Barat Daya*. Jurnal balance Vol. 16 No. 1 Januari 2017.

Supranto, Johanes. 1997. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Rineka Cipta

Kotler, Philip dan Amstrong. 1997. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta:Prahalindo

Kotler, Philip dan Amstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Jakarta: Erlangga

Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks

Kusmawati. (2011). *Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Berinvestasi Di Pasar Modal Dengan Pemahaman Investasi Dan Usia Sebagai Variabel Moderat*. Jurnal Ekonomi Dan Informasi Akuntansi, Vol. 1 No. 2. Hal 103117. Palembang: STIE MUSI Palembang.

Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat

Malik, Ahmad Dahlan, 2017. *Analisa Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat*

Masyarakat Berinvestasi Di Pasar Modal Syariah Melalui Bursa Galeri Investasi Uisi', Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam (Journal of Islamic Economics and Business)

Merawati, L. K dan Putra. 2015. *Dampak Pelatihan Pasar Modal Terhadap Pengetahuan Investasi Dan Minat Berinvestasi Mahasiswa*. Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis Vol.10 No.2.

Morissan. 2010. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana

Aini, Nur, 2019. *Pengaruh Pengetahuan Dan Pemahaman Investasi, Modal Minimum Investasi, Return, Risiko Dan Motivasi Investasi Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi Di Pasar Modal (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Kota Malang*), E-JRA Vol. 08

Pajar, Rizki Chaerul dan Adeng Pustikaningsih. 2017. *Pengaruh Motivasi Investasi dan Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal Pada Mahasiswa FE UNY.* Jurnal Profita Edisi 1.

Priyono, Ari. *Analisis Overreaction Pada Saham Perusahaan Manufaktur*". Jurnal Nomina. tahun 2013

Rahmani, Nur Ahmadi Bi. 2016. *Metodelogi Penelitian Ekonomi*, Medan: Febi UINSU Press

Hasibuan, Siti Rahma. 2019. *Minat Investasi Mahasiswa Untuk Berinvestasi Di Pasar Modal Syariah (Studi Kasus di Galeri Investasi Syariah UIN Sumatera Utara Periode 2017- 2018*), Skripsi

Ratnasari, Ririn Tri dan Mastuti Aksa. 2016. *Teori dan Kasus Manajemen Pemasaran Jasa*. Bogor: Ghalia Indonesia. cet. ke-2.

Sarah, Adik Putri. 2014. *Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Investor Terahadap Sukuk Negara Ritel*. Skripsi. Bogor

Safari . 2003. *Indikator Minat Dalam Belajar*. Diakses pada 27 Maret 2015

Sentot Imam. 2010. *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta: Graha Ilmu

Siti rahayu Haditono. (1998). Psikologi Perkembangan. Yogyakarta: Psikologi UGM

Soemitra, Andri. 2010. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Kencana cet ke-2

Soemitra, Andri. 2014. *Masa Depan Pasar Modal Syariah di Indonesia*, Jakarta: Kencana

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung : Alfabeta, 2011

Suhendi, Hendi. 2002. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: PT. Raja Grafindo

Suhir dkk. 2014. "*Pengaruh Persepsi Rsiko, Kemudahan dan Manfaat Terhadap Keputusan pembelian Secara Online"* (Survei Terhadap pengguna Situr Website www.kaskus.co.id).

Susilowati, Yuliana. 2017. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Akuntansi Syariah Untuk Berinvestasi Di Pasar Modal Syariah (Studi Di IAIN Surakarta).* Skripsi

Sumarwan, Ujang., dkk,. *Riset Pemasaran dan Konsumen*. Bogor: IPB Press, 2013.

Tarigan, Azhari Akmal, dkk. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*. Medan : La Tansa Press

Tarigan, Azhari Akhmal. *Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi. Medan* : FEBI UIN – SU Press, 2016

Tandelilin, E. 2010. *Analisis Investasi dan Manajemen Portofolio*. Yogyakarta: BPFE.

Tandio, Timothius, dan Widanaputra. 2016. *Pengaruh Pelatihan Pasar Modal, Return, Persepsi Risiko, Gender, dan Kemajuan Teknologi Pada Minat Investasi Mahasiswa. E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*. Vol.16 No.3 . ISSN 2316-2341.

Winkel, W.S. 1983. *Psikologi Pengajaran*. Jakarta: PT. Gramedia Widia Sarana Indonesia.

SPSS Versi 23.0

www.kspms.febi.febi.uinsu.ac.id

https://www.ojk.go.id/id/kanal/pasar-modal/pages/syariah.aspx

Lampiran 1

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT INVESTASI PASAR MODAL SYARIAH MELALUI GALERI INVESTASI SYARIAH FEBI UINSU (STUDI KASUS MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI ISLAM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA)

KUESIONER

A. Identitas pribadi :

1. Nama :
2. Usia :
3. Asal Daerah :
4. Tempat Tinggal :
5. Jenis Kelamin :

☐ **Laki- Laki** ☐ **Perempuan**

6. Semester

☐ Semester I ☐Semester III

☐ Semester V ☐ Semester VII

☐Semester IX

7. Penghasilan

☐ Tabungan ☐ Uang saku dari orang tua

☐ Bekerja

B. Alternatif Jawaban

5= Sangat Setuju (SS) 2 = Tidak Setuju (TS)
4 = Setuju (S) 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)
3 = Netral (N)

1. Minat Investasi (Y)

Indikator	**No**	**Pernyataan**	**SS**	**S**	**N**	**TS**	**STS**
Perasaan Senang	**1**	Saya merasa sangat senang saat berinvestasi di pasar modal syariah.					
	2	Saya merasa investasi di pasar modal syariah sangat menguntungkan.					

	3	Saya merasa investasi di pasar modal syariah sangat menjanjikan bagi saya.					
Ketertarikan	**4**	Saya sangat tertarik untuk berinvestasi di pasar modal syariah.					
	5	Saya sangat tertarik untuk melakukan investasi di Galeri Investasi Syariah karena sangat menguntungkan.					
	6	Saya lebih tertarik untuk melakukan investasi di pasar modal syariah dari pada konvensional.					
Perhatian	**7**	Saya sangat berminat berinvestasi di pasar modal sehingga saya terus mengamati perkembangan investasi di pasar modal syariah.					
	8	Saya selalu mengikuti perkembangan instrumen investasi di pasar modal syariah.					
	9	Saya merasa pengamatan Sangat diperlukan saat melakukan investasi.					
Keterlibatan	**10**	Saya sangat tertarik dengan investasi di pasar modal sehingga saya ingin terlibat di dalamnya.					
	11	Saya merasa ikut dalam berinvestasi akan memberikan dampak positif di masa depan.					
	12	Saya ingin berinvestasi di pasar modal syariah karena bagi saya pasar modal syariah lebih menjanjikan dan sesuai dengan prinsip Islam dari pada pasar modal lainnya.					

2. **Variabel Pengetahuan (X1)**

Indikator	**No**	**Pernyataan**	**SS**	**S**	**N**	**TS**	**STS**
Pengetahuan Instrumen	**1**	Saya meyakini bahwa mahasiswa Fakultas ekonomi islam sangat memahami sekuritas yang diperdagangkan di pasar modal.					
	2	Menurut saya pemahaman tentang instrumen pasar modal syariah sangat penting agar bisa menghindari kemudharatan.					
	3	Saya sangat mengetahui tentang investasi dibidang obligasi dan Reksadana Syariah.					
Pengetahuan Risiko	**4**	Saya memahami risiko yang didapat saat berinvestasi di pasar modal.					
	5	Menurut saya sebelum melakukan investasi sangat penting untuk mengetahui risiko yang akan di hadapi.					
	6	Saya tidak ingin melakukan investasi karena risiko yang didapat sangat besar.					
Pengetahuan Return	**7**	Menurut saya pemahaman tentang return yang didapat saat berinvestasi di pasar modal sangat penting.					
	8	Menurut saya sebelum melakukan investasi sangat penting untuk mengetahui return yang akan di hadapi.					

	9	Saya tidak ingin melakukan investasi karena return yang didapat sangat sedikit.					
Pengetahuan Risikio dan Return	**10**	Saya memahami hubungan antara risiko dan return yang didapat saat berinvestasi di pasar modal.					
	11	Menurut saya return saat berinvestasi lebih besar dari pada resiko yang di dapat.					
	12	Saya takut untuk berinvestasi karena saya merasa return dan resiko yang didapat kan tidak sebanding.					
Pengetahuan umum investasi	**13**	Saya mengetahui tentang lembaga penunjang pasar modal, diversifikasi fortopolio, teknik analisa saham dan lainya.					
	14	Menurut saya teknik analisa saham sangat penting diketahui agar investasi dapat menguntungkan.					
	15	Saya sangat mengetahui tentang tata cara berinvestasi di GIS.					

3. Variabel Risiko (X2)

Indikator	**No**	**Pernyataan**	**SS**	**S**	**N**	**TS**	**STS**
Risiko Kinerja	**1**	Menurut saya risiko dalam berinvestasi sangat berpengaruh terhadap kinerja yang di berikan dalam berinvestasi.					
	2	Menurut saya return dan risiko tidak bepengaruh terhadap kinerja.					

	3	Menurut saya investasi tidak berppengaruh pada risiko kinerja.					
Risiko Finansial	**4**	Risiko terhadap kerugian finansial membuat saya takut untuk berinvestasi.					
	5	Menurut saya pengelolaan investasi yang baik akan meminimalisir risiko kerugian secara finansial.					
	6	Saya terus mengamati perkembangan investasi di GIS agar terhindar dari risiko finansial.					
Risiko Sosial	**7**	Saya meyakini bahwa berinvestasi memiliki pandangan yang positif di kalangan masyarakat.					
	8	Saya yakin bahwa risiko sosial yang di dapat pada masyarakat sangat kecil.					
	9	Risiko sosial tidak terlalu penting dalam investasi.					
Risiko Psikologis	**10**	Saya merasa bahwa ketika investasi yang dilakukan di pasar modal tidak sesuai dengan yang diharapkan akan membuat image saya turun di hadapan masyarakat.					
	11	Dalam berinvestasi saya meyakini bahwa kerugian adalah hal yang biasa sehingga tidak menimbulkan dampak yang besar bagi saya.					
	12	Kondisi psikis seseorang sangat berpengaruh ketika berhadapan dengan risiko berinvestasi di kemudian hari.					

Risiko Waktu	**13**	Risiko yang paling utama adalah jatuhnya harga saham erta kebangkrutan yang membuat calon investor trauma dan enggan untuk berinvestasi.					
	14	Saya tidak mau melakukan investasi karena return yang lama.					
	15	Saya yakin bahwa semakin lama investasi akan semakin menguntungkan.					

4. Pelayanan (X3)

Indikator	**No**	**Pernyataan**	**SS**	**S**	**N**	**TS**	**STS**
Tangible	**1**	Fasilitas sarana dan prasarana yang diberikan oleh Galeri Investasi Syariah sangat baik.					
	2	Fasilitas yang tersedia di GIS sangat memuaskan sehingga saya tertarik untuk berinvestasi melalui GIS.					
	3	GIS sangat mengedepankan kualitas sarana dan prasarana yang ada.					
Empaty	**4**	Pelayanan yang diberikan Galeri Investasi Syariah sangat membantu memudahkan konsumen/investor dalam mengatasi kesulitan dan mendapatkan informasi seputar investasi.					
	5	Saya merasa sangat terbantu atas kesulitan yang saya hadapi saat berinvestasi.					
	6	Pegawai GIS sangat membantu saya untuk mendapatkan informasi					

		seputar perkembangan investasi yang dilakukan saat ini.					
Responsive	**7**	Respon dan pelayanan yang diberikan oleh Galeri Investasi Syariah sangat baik sehingga membuat saya tertarik untuk melakukan investasi.					
	8	Pelayanan yang diberikan oleh GIS sangat cepat tanggap sehingga saya tidak harus menunggu lama.					
	9	Saya merasa sangat puas dengan respon dari pegawai GIS.					
Reability	**10**	Galeri Investasi Syariah memberikan pelayanan yang terpercaya dan tepat waktu tanpa melakukan kesalahan.					
	11	Saya merasa aman saat berinvestasi di pasar modal syariah dibandingkan di pasar modal konvensional.					
	12	Pelayanan yang diberikan oleh GIS sangat tepat waktu sehingga saya merasa nyaman berinvestasi di GIS.					
Assurance	**13**	Galeri Investasi Syariah memberikan pelayanan yang menjanjikan (kesopanan, terpercaya, keramahan, kemampuan) sehingga saya sangat tertarik untuk berinvestasi di Galeri Investasi Syariah.					
	14	Saya sangat percaya dengan kemampuan GIS dalam pengelolaan investasi.					

	15	Menurut saya pegawai GIS sangat sopan dan ramah dan memberikan saya keyakinan untuk dapat melakukan investasi.					

5. **Promosi (x4)**

Indikator	**No**	**Pernyataan**	**SS**	**S**	**N**	**TS**	**STS**
Advetristing	**1**	Saya tertarik dengan promosi secara digital yang ditawarkan oleh Galeri Investasi Syariah.					
	2	Melalui teknologi digital yang ada saya menjadi lebih mudah untuk mendapatkan informasi promosi investasi.					
	3	Menurut saya design dan isi promosi yang disajikan sangat menarik.					
Sales promotion	**4**	Galeri Investasi Syariah memberikan promosi secara langsung kepada konsumen sehingga saya lebih memahami tentang produk investasi yang ditawarkan.					
	5	Pegawai GIS secara aktif menawarkan investasi.					
	6	Saya sangat tertarik dengan promosi yang di tawarkan secara langsung.					
Public relation	**7**	Galeri Investasi Syariah dapat membangun hubungan yang baik dengan investor/konsumen sehingga memberikan citra yang baik terhadap Galeri Investasi Syariah.					
	8	Saya sangat senang dengan hubungan baik yang					

		dibangun oleh GIS kepada saya.					
	9	Menurut saya cara pegawai GIS berkomunikasi sangat baik.					
Personal Selling	**10**	Galeri Investasi Syariah memaparkan produk investasi dengan sangat detail sehingga saya berminat untuk melakukan investasi.					
	11	Saya sangat tertarik dengan pernawaran produk secara langsung sehingga saya bebas untuk bertanya.					
	12	Pegawai memaparkan produk investasi dengan sangat baik sehingga saya tertarik untuk berinvestasi.					
Direct Marketing	**13**	Saya tertarik dengan promosi yang dilakukan secara langsung oleh Galeri Investasi Syariah.					
	14	Design promosi yang diberikan sangat bagus sehingga saya tertarik untuk berinvestasi.					
	15	Penawaran yang bagus akan mendorong calon investor melakukan investasi.					

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	X1.13	X1.14	X1.15
4	4	5	3	4	3	3	5	5	4	4	4	4	3	3
3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	5	5	5	4	3
5	5	1	3	4	3	2	3	3	3	2	4	4	1	1
5	5	5	5	5	1	5	5	2	5	5	2	5	5	5
3	5	5	3	5	3	5	5	2	4	2	2	3	5	3
3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3

3	5	2	3	5	3	5	5	3	3	3	3	2	5	2
5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	1	5	5	1	5	5	1	3	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	3	4	5	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3
2	3	3	3	4	3	4	4	1	3	4	3	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	2	4	5	4
4	4	2	3	4	4	4	4	3	2	3	3	3	3	5
3	5	4	3	4	2	4	4	2	3	4	2	4	5	5
4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
1	3	1	3	5	1	3	3	3	3	4	4	4	3	4
3	4	4	4	5	5	4	4	3	5	4	4	5	4	3
4	5	3	4	5	2	4	4	2	3	3	2	3	5	2
5	3	3	4	4	3	4	4	5	4	3	3	5	4	3
4	3	1	4	5	3	3	3	4	3	3	3	4	2	3
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	5	3	4	5	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3
3	5	4	3	5	2	3	3	3	2	3	3	4	5	3
4	5	3	4	5	2	4	4	2	4	3	2	3	5	3
3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3
4	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	1	5	5	1	4	4	1	5	5	3
2	5	4	5	5	5	5	5	2	4	3	2	4	4	5
5	5	3	3	5	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4
3	2	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	1	2	4

4	4	5	4	5	5	4	5	3	4	4	2	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	5	3	5	5	3	5	5	3	3	3	4	4	4	3
5	5	4	5	5	1	4	4	1	3	4	2	4	4	4
4	4	4	4	4	1	5	5	2	4	4	2	4	4	4
5	5	4	5	5	2	4	5	2	4	3	2	4	5	5
3	5	3	3	5	1	3	3	1	3	3	3	3	5	3
3	5	4	4	4	1	5	5	3	3	3	3	2	3	1
2	3	2	3	3	3	3	3	2	4	3	1	2	3	4
5	5	4	5	5	2	5	5	3	4	3	3	4	5	3
3	2	2	3	1	2	2	2	2	2	1	3	2	3	2
4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5
2	3	2	2	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3
5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	1	5	5	3
4	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4	2	4	4	4
3	5	4	4	4	3	5	5	4	4	5	3	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	5	3	3	4	3	3	3	3	3	5	5
4	5	3	5	5	2	4	4	4	4	3	3	3	4	3
3	5	3	5	5	3	5	3	2	3	3	2	4	5	3
4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5
3	5	4	4	4	3	5	4	3	3	4	4	4	3	5
4	5	3	4	4	1	4	4	1	3	4	3	5	5	5
3	4	3	3	5	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3
3	4	2	2	3	4	4	4	2	3	2	3	3	4	3
4	5	1	4	5	1	4	4	1	5	5	1	2	4	5
4	5	4	5	4	1	4	4	1	4	4	1	3	4	5
2	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5

5	5	5	4	4	3	5	4	4	4	3	3	4	4	4
3	3	3	3	5	2	3	3	3	3	3	3	2	4	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	4	3	3	5	4	5	5	3	2	3	3	3	5	4
4	3	3	5	5	2	4	5	2	4	3	1	3	5	3
3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	2	4	4	2	5	3	2	5	5	5
4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
4	5	4	4	5	5	4	5	1	4	4	1	4	4	5
5	3	2	1	5	3	3	2	3	5	5	3	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	1	5	5	5
5	5	5	5	5	1	5	5	1	5	5	1	5	5	5
5	5	5	5	5	1	5	5	1	5	5	1	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	1	5	5	1	5	5	1	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	3	5	5	3	4	4	4	5	4	3	4	5	3
4	5	5	5	5	2	5	5	2	5	4	2	4	5	5
1	2	2	1	1	2	2	1	2	1	2	2	1	2	1
1	2	1	3	1	1	3	2	1	3	1	2	1	2	1
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
3	2	2	3	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2
4	4	3	3	4	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3
4	4	2	2	5	2	4	3	2	3	3	2	1	4	1
3	4	3	3	4	1	4	4	2	4	4	2	2	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	1	5	5	1	5	5	1	5	5	5
5	5	5	5	5	1	5	5	1	5	1	1	5	5	5

X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12	X2.13	X2.14	X2.15
4	3	5	3	4	4	4	4	4	3	4	4	5	3	4
3	3	4	4	4	5	5	4	4	3	2	4	3	3	3
4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3
5	3	3	1	5	5	5	5	3	3	5	4	4	2	5
3	3	3	3	5	3	4	3	3	3	3	3	4	2	4
3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3
4	3	3	5	5	2	3	3	3	3	3	5	5	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	3	1	5	5	1	1	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	3	3	3	2	3	3	3	4	4	4	3	3	5
5	3	3	4	4	3	5	5	3	4	4	5	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	4	3	3	4	5	5	4	5	4	4	3	5	4
4	4	4	2	3	4	4	4	3	2	3	3	3	3	3
4	4	4	2	4	4	5	3	2	4	4	4	2	2	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	3	3	3	4	3	2	3	4	4	3	3	4	4
4	3	3	5	5	4	2	1	1	1	3	2	5	3	5
4	2	3	2	4	4	5	3	2	2	1	5	4	2	5
3	3	5	4	5	4	4	5	4	4	4	3	4	3	3
4	3	1	3	5	4	5	3	4	3	3	5	4	3	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	4
4	4	3	5	4	5	3	3	3	4	3	4	5	3	4
4	3	4	2	4	2	4	3	3	3	3	4	5	3	3
5	2	2	2	4	3	4	3	2	1	3	4	5	2	4
2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	5

4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	1	1	2	5	3	5	3	1	1	3	3	4	1	4
2	4	4	2	5	5	5	2	2	4	4	4	2	2	1
4	3	3	3	4	3	4	3	2	4	3	3	4	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	5	2	3	3	3	4	3	3	3	3
3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	5	1	5	4	5
4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	5	4	4
4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	4
5	5	4	5	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3
5	3	3	2	5	4	5	4	3	2	2	5	4	3	3
4	2	4	5	4	4	4	4	2	1	1	5	5	1	5
2	2	2	1	4	4	3	2	2	2	5	4	4	2	3
4	2	2	1	3	3	2	2	2	2	2	3	3	2	3
5	1	1	3	3	1	3	2	3	2	2	5	4	3	3
3	1	2	1	3	4	5	3	2	1	3	3	4	2	4
3	4	4	1	5	2	4	4	4	2	5	4	4	3	5
3	3	2	2	1	1	2	2	1	1	3	3	2	1	3
4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
3	3	2	3	2	2	2	3	2	3	3	2	3	4	3
5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5
5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	1	4	2	5	4	5	5	2	3	5	5	5	2	5
4	2	2	4	4	4	4	4	2	2	2	4	3	2	4
4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	2	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	5
3	2	3	2	4	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3
4	3	4	2	5	5	3	3	2	2	4	5	4	3	5
5	5	5	5	5	3	5	4	5	5	4	4	4	5	4

4	4	4	3	3	3	3	4	4	5	4	4	4	4	4
4	4	1	4	5	4	5	5	5	1	4	4	4	2	5
4	3	2	2	3	3	3	3	3	2	4	4	5	3	3
3	3	3	2	4	4	3	3	2	2	3	4	4	3	3
5	4	3	2	4	4	5	5	4	1	4	3	5	1	5
4	4	4	5	5	5	5	4	5	1	4	4	4	1	5
4	2	2	3	5	5	3	4	2	1	3	2	5	4	4
4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	5	5
4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	2	2	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	3	3	4	5	2	2	4	2	2	2	2	4	3	2
3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	5	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3
2	3	2	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	4	5	1	5
5	3	1	3	5	2	2	2	1	3	3	3	3	5	5
1	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	1	5
1	1	1	2	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	2	2	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	2	2	2	5	3	2	3	3	3	4	5	5	1	5
5	3	1	2	5	5	4	4	2	2	3	5	5	2	5
2	1	2	3	1	2	1	2	3	1	3	1	3	3	2
2	1	2	1	3	1	2	2	1	2	1	1	2	2	1
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2
4	3	2	2	4	3	3	3	4	2	4	3	4	3	5

4	2	2	2	5	5	4	3	2	1	5	5	5	2	3
4	3	2	3	4	2	4	2	4	2	4	3	4	3	4
4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	X3.10	X3.11	X3.12	X3.13	X3.14	X3.15
3	5	4	5	4	4	3	4	2	3	4	3	3	3	3
4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4
3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	5	4	4	4	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3
4	4	4	3	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	4	4	4	4	5	2	3	4	3	4	4	5	5	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5
5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4
4	3	3	5	2	4	4	4	3	4	4	5	4	4	3
4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4
2	5	3	3	4	4	5	4	3	5	4	4	3	3	4

5	5	4	5	4	3	5	5	3	4	4	4	2	2	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	2	2	3	2	2	4	2	2	2	5	3	3	3	3
3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3
2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3
3	2	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	3	3
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
2	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	4	3	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3
5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5
3	4	4	3	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	3	1	2	1	1	2	1	2	2	2	1	2	2	3
5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4
2	2	3	3	3	4	2	3	4	3	2	4	2	3	2
4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	3	4	4	4
4	4	4	4	5	5	4	4	3	4	3	4	4	3	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	4	5	4	5	5	3	5	5	5	5	5
5	4	3	5	3	4	4	3	3	5	4	4	5	4	4
4	4	4	4	3	4	5	5	4	4	4	5	4	3	4
4	3	3	3	2	2	2	3	3	3	4	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5
4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	5
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	5	4	4	4	4
3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	3	3	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4
4	5	5	2	2	1	2	2	1	5	3	4	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
1	3	1	2	1	3	2	1	3	2	1	2	2	1	2
2	1	2	3	3	2	2	1	3	2	2	1	3	1	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2
4	5	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	4	5	3	3	5	3	5	4	4	3	5	4
4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	X4.6	X4.7	X4.8	X4.9	X4.10	X4.11	X4.12	X4.13	X4.14	X4.15
4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	3	5	4	3	4	4	4	3	5	4	3	4	5
3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	3	5	5	5
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	5	3	2	2	3	3	3	2	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3

5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	5
3	5	4	4	4	3	4	3	2	4	4	4	4	3	5
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5
4	3	5	3	3	2	4	4	5	5	5	5	4	3	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	3	5	4	3	3	3	3	4	4	4	4	5
3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4
3	1	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	5
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
5	4	3	5	3	4	3	5	3	3	3	2	5	5	5
5	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3
5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	3	4	5
4	4	4	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	3	4
4	4	5	5	3	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5
3	5	5	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	5

2	2	2	1	1	2	2	1	2	2	3	2	2	1	1
5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5
2	3	3	3	4	3	3	2	1	2	3	2	2	3	2
5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5
4	3	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4
4	4	3	5	4	4	4	3	5	4	4	4	3	5	4
5	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	3	5	4	5
4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5
5	4	5	5	3	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5
5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
3	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5

3	2	3	3	2	5	1	1	5	3	4	3	4	3	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	4	4	5	5	4	3	4	4	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
1	2	1	3	3	1	2	1	2	1	3	2	2	2	1
1	3	2	2	1	2	3	1	3	3	2	2	2	1	2
5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	2	3	3	3	2	2	2	3	3	2	3	3	2	2
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	5	5	5
4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	3	4	3	3	4	4	5	4	4	4	4	3	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	Y1.8	Y1.9	Y1.10	Y1.11	Y1.12
5	4	4	5	5	5	3	5	4	4	5	4
4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	3	3	2	2	2	4	3	4	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	5	5	5	5	4	3	5	4	5	5
4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	1	1	1	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	5	3
5	5	4	5	5	5	4	3	4	4	5	5
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	5	4	3	2	4	2	1	4	3	3	4
5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
4	4	3	4	3	4	3	3	4	5	4	3
3	4	3	5	4	4	3	2	5	4	2	3
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4
4	4	5	5	4	5	3	3	5	5	4	5
4	4	4	4	3	5	3	4	5	4	5	5
2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4
5	5	5	2	4	3	4	3	3	3	2	3
4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	5
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
2	4	3	4	4	3	3	3	5	3	4	4

5	4	4	4	4	5	3	3	3	3	5	5
4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4
5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5
4	3	3	3	3	4	3	2	5	3	3	3
5	4	3	5	3	5	2	2	5	5	5	4
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5
5	4	4	5	2	4	5	5	5	5	5	5
3	1	1	2	2	3	1	3	2	3	3	2
5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4
4	2	4	3	4	3	2	2	2	2	2	2
5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5
5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	3	3	3	5	5	4	5	5	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
4	4	4	4	4	5	4	3	5	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	3	3	5	4	3	5	3	5	5
4	4	5	4	3	5	5	2	5	3	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	3	4	4	4	3	4	5	3	4	5	5
4	3	4	4	3	2	3	3	3	4	5	5
5	4	3	5	4	4	4	5	5	5	5	5
4	3	3	4	3	5	3	2	4	3	4	3
3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3
4	4	3	5	3	5	4	5	5	5	5	5
5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5
4	5	3	4	3	4	5	4	4	4	5	4
3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3
3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3
5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5

3	4	4	3	3	4	3	2	5	3	3	4
3	2	3	3	2	3	4	3	5	3	5	4
4	4	4	4	4	2	3	3	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5
5	3	3	3	2	2	2	5	5	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	4	3	3	2	2	2	5	3	5	4
4	4	5	3	4	4	4	4	5	5	5	5
1	2	2	3	2	2	1	3	2	1	2	1
3	1	3	2	3	1	2	3	3	2	2	1
5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5
2	2	2	1	4	3	2	2	2	2	2	3
3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4
3	5	5	5	5	4	3	2	5	5	5	5
4	4	4	4	5	4	3	3	4	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

LAMPIRAN 2

OUTPUT SPSS MEAN, MEDIAN, STD DEVISA

Statistics

		Pengetahuan	Risiko	Pelayanan	Promosi	Minat
N	Valid	98	98	98	98	98
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		55.71	53.94	59.94	60.05	47.33
Median		56.00	53.50	61.00	60.00	49.00
Std. Deviation		10.129	11.134	12.543	12.039	9.936
Minimum		23	24	27	26	22
Maximum		75	75	75	75	60

OUTPUT SPSS UJI VALIDITAS PENGETAHUAN INVESTASI (X1)

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	X1.13	X1.14	X1.15	T.X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.526**	.505**	.534**	.497**	.080	.393**	.472**	.094	.596**	.411**	-.022	.573**	.450**	.394**	.641**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.433	.000	.000	.358	.000	.000	.832	.000	.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
X1.2	Pearson Correlation	.526**	1	.505**	.550**	.681**	.012	.603**	.601**	-.107	.440**	.325**	-.112	.483**	.630**	.393**	.624**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.903	.000	.000	.294	.000	.001	.272	.000	.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
X1.3	Pearson Correlation	.505**	.505**	1	.658**	.431**	.215*	.656**	.691**	.117	.618**	.508**	.049	.578**	.549**	.572**	.762**

	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.033	.000	.000	.252	.000	.000	.630	.000	.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
X1.4	Pearson Correlation	.534**	.550**	.658**	1	.562**	.109	.703**	.691**	.068	.660**	.452**	.023	.562**	.495**	.551**	.748**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.284	.000	.000	.504	.000	.000	.821	.000	.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
X1.5	Pearson Correlation	.497**	.681**	.431**	.562**	1	.099	.620**	.626**	.021	.564**	.429**	-.010	.470**	.660**	.435**	.688**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.330	.000	.000	.837	.000	.000	.926	.000	.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
X1.6	Pearson Correlation	.080	.012	.215*	.109	.099	1	.186	.214*	.651**	.195	.253*	.589**	.292**	.051	.173	.472**
	Sig. (2-tailed)	.433	.903	.033	.284	.330		.066	.034	.000	.054	.012	.000	.003	.617	.088	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
X1.7	Pearson Correlation	.393**	.603**	.656**	.703**	.620**	.186	1	.822**	.078	.639**	.510**	.076	.496**	.625**	.498**	.773**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.066		.000	.444	.000	.000	.456	.000	.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
X1.8	Pearson Correlation	.472**	.601**	.691**	.691**	.626**	.214*	.822**	1	.121	.622**	.499**	.065	.537**	.576**	.538**	.794**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.034	.000		.235	.000	.000	.525	.000	.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
X1.9	Pearson Correlation	.094	-.107	.117	.068	.021	.651**	.078	.121	1	.137	.218*	.853**	.235*	-.061	.024	.412**

	Sig. (2-tailed)	.358	.294	.252	.504	.837	.000	.444	.235		.180	.031	.000	.020	.548	.816	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
X1.10	Pearson Correlation	.596**	.440**	.618**	.660**	.564**	.195	.639**	.622**	.137	1	.641**	.038	.603**	.560**	.560**	.777**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.054	.000	.000	.180		.000	.714	.000	.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
X1.11	Pearson Correlation	.411**	.325**	.508**	.452**	.429**	.253*	.510**	.499**	.218*	.641**	1	.205*	.540**	.421**	.565**	.701**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000	.000	.012	.000	.000	.031	.000		.043	.000	.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
X1.12	Pearson Correlation	-.022	-.112	.049	.023	-.010	.589**	.076	.065	.853**	.038	.205*	1	.230*	-.085	.031	.358**
	Sig. (2-tailed)	.832	.272	.630	.821	.926	.000	.456	.525	.000	.714	.043		.023	.407	.765	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
X1.13	Pearson Correlation	.573**	.483**	.578**	.562**	.470**	.292**	.496**	.537**	.235*	.603**	.540**	.230*	1	.555**	.586**	.783**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.003	.000	.000	.020	.000	.000	.023		.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
X1.14	Pearson Correlation	.450**	.630**	.549**	.495**	.660**	.051	.625**	.576**	-.061	.560**	.421**	-.085	.555**	1	.516**	.670**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.617	.000	.000	.548	.000	.000	.407	.000		.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
X1.15	Pearson Correlation	.394**	.393**	.572**	.551**	.435**	.173	.498**	.538**	.024	.560**	.565**	.031	.586**	.516**	1	.680**

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.088	.000	.000	.816	.000	.000	.765	.000	.000		.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
T.X1	Pearson Correlation	.641**	.624**	.762**	.748**	.688**	.472**	.773**	.794**	.412**	.777**	.701**	.358**	.783**	.670**	.680**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

OUTPUT SPSS UJI VALIDITAS RISIKO INVESTASI (X2)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12	X2.13	X2.14	X2.15	T.X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.369**	.259**	.344**	.343**	.217*	.372**	.400**	.251*	.146	.187	.486**	.365**	.284**	.461**	.523**
	Sig. (2-tailed)		.000	.010	.001	.001	.032	.000	.000	.013	.150	.065	.000	.000	.005	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
X2.2	Pearson Correlation	.369**	1	.736**	.639**	.318**	.451**	.420**	.507**	.677**	.591**	.528**	.363**	.233*	.450**	.381**	.769**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.021	.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
X2.3	Pearson Correlation	.259**	.736**	1	.563**	.268**	.454**	.434**	.551**	.575**	.572**	.427**	.337**	.214*	.355**	.288**	.708**
	Sig. (2-tailed)	.010	.000		.000	.008	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.035	.000	.004	.000

	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
X2.4	Pearson Correlation	.344**	.639**	.563**	1	.329**	.399**	.311**	.484**	.524**	.506**	.308**	.292**	.336**	.462**	.329**	.687**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000		.001	.000	.002	.000	.000	.000	.002	.004	.001	.000	.001	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
X2.5	Pearson Correlation	.343**	.318**	.268**	.329**	1	.583**	.578**	.475**	.220*	.231*	.384**	.539**	.510**	.173	.410**	.605**
	Sig. (2-tailed)	.001	.001	.008	.001		.000	.000	.000	.030	.022	.000	.000	.000	.088	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
X2.6	Pearson Correlation	.217*	.451**	.454**	.399**	.583**	1	.629**	.594**	.327**	.366**	.514**	.528**	.408**	.243*	.448**	.697**
	Sig. (2-tailed)	.032	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.016	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
X2.7	Pearson Correlation	.372**	.420**	.434**	.311**	.578**	.629**	1	.711**	.432**	.390**	.472**	.655**	.364**	.197	.456**	.718**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.002	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.051	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
X2.8	Pearson Correlation	.400**	.507**	.551**	.484**	.475**	.594**	.711**	1	.524**	.514**	.539**	.550**	.433**	.360**	.505**	.797**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
X2.9	Pearson Correlation	.251*	.677**	.575**	.524**	.220*	.327**	.432**	.524**	1	.499**	.494**	.310**	.327**	.398**	.302**	.689**
	Sig. (2-tailed)	.013	.000	.000	.000	.030	.001	.000	.000		.000	.000	.002	.001	.000	.002	.000

	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
X2.10	Pearson Correlation	.146	.591**	.572**	.506**	.231*	.366**	.390**	.514**	.499**	1	.546**	.397**	.299**	.681**	.292**	.717**
	Sig. (2-tailed)	.150	.000	.000	.000	.022	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.003	.000	.004	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
X2.11	Pearson Correlation	.187	.528**	.427**	.308**	.384**	.514**	.472**	.539**	.494**	.546**	1	.451**	.429**	.376**	.546**	.708**
	Sig. (2-tailed)	.065	.000	.000	.002	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
X2.12	Pearson Correlation	.486**	.363**	.337**	.292**	.539**	.528**	.655**	.550**	.310**	.397**	.451**	1	.497**	.226*	.487**	.685**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.004	.000	.000	.000	.000	.002	.000	.000		.000	.026	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
X2.13	Pearson Correlation	.365**	.233*	.214*	.336**	.510**	.408**	.364**	.433**	.327**	.299**	.429**	.497**	1	.344**	.512**	.602**
	Sig. (2-tailed)	.000	.021	.035	.001	.000	.000	.000	.000	.001	.003	.000	.000		.001	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
X2.14	Pearson Correlation	.284**	.450**	.355**	.462**	.173	.243*	.197	.360**	.398**	.681**	.376**	.226*	.344**	1	.256*	.593**
	Sig. (2-tailed)	.005	.000	.000	.000	.088	.016	.051	.000	.000	.000	.000	.026	.001		.011	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
X2.15	Pearson Correlation	.461**	.381**	.288**	.329**	.410**	.448**	.456**	.505**	.302**	.292**	.546**	.487**	.512**	.256*	1	.642**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.004	.001	.000	.000	.000	.000	.002	.004	.000	.000	.000	.011		.000

	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
T,X2	Pearson Correlation	.523**	.769**	.708**	.687**	.605**	.697**	.718**	.797**	.689**	.717**	.708**	.685**	.602**	.593**	.642**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

OUTPUT SPSS UJI VALIDITAS PELAYANAN (X3)

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	X3.10	X3.11	X3.12	X3.13	X3.14	X3.15	T.X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.727**	.784**	.779**	.687**	.646**	.611**	.746**	.628**	.725**	.743**	.757**	.722**	.768**	.790**	.850**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
X3.2	Pearson Correlation	.727**	1	.755**	.647**	.681**	.568**	.685**	.715**	.545**	.716**	.693**	.692**	.632**	.718**	.816**	.809**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
X3.3	Pearson Correlation	.784**	.755**	1	.752**	.839**	.768**	.732**	.842**	.731**	.821**	.801**	.848**	.816**	.833**	.831**	.929**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98

X3.4	Pearson Correlation	.779**	.647**	.752**	1	.754**	.763**	.704**	.744**	.666**	.700**	.759**	.736**	.720**	.694**	.740**	.853**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
X3.5	Pearson Correlation	.687**	.681**	.839**	.754**	1	.800**	.766**	.817**	.742**	.751**	.747**	.721**	.707**	.738**	.763**	.881**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
X3.6	Pearson Correlation	.646**	.568**	.768**	.763**	.800**	1	.742**	.799**	.818**	.674**	.707**	.813**	.747**	.689**	.665**	.857**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
X3.7	Pearson Correlation	.611**	.685**	.732**	.704**	.766**	.742**	1	.818**	.715**	.753**	.782**	.751**	.711**	.655**	.743**	.853**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
X3.8	Pearson Correlation	.746**	.715**	.842**	.744**	.817**	.799**	.818**	1	.770**	.803**	.757**	.860**	.730**	.730**	.764**	.910**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
X3.9	Pearson Correlation	.628**	.545**	.731**	.666**	.742**	.818**	.715**	.770**	1	.675**	.671**	.768**	.743**	.720**	.692**	.832**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98

X3.10	Pearson Correlation	.725**	.716**	.821**	.700**	.751**	.674**	.753**	.803**	.675**	1	.704**	.823**	.758**	.772**	.779**	.874**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
X3.11	Pearson Correlation	.743**	.693**	.801**	.759**	.747**	.707**	.782**	.757**	.671**	.704**	1	.761**	.754**	.771**	.740**	.871**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
X3.12	Pearson Correlation	.757**	.692**	.848**	.736**	.721**	.813**	.751**	.860**	.768**	.823**	.761**	1	.792**	.829**	.777**	.911**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
X3.13	Pearson Correlation	.722**	.632**	.816**	.720**	.707**	.747**	.711**	.730**	.743**	.758**	.754**	.792**	1	.850**	.796**	.877**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
X3.14	Pearson Correlation	.768**	.718**	.833**	.694**	.738**	.689**	.655**	.730**	.720**	.772**	.771**	.829**	.850**	1	.813**	.885**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
X3.15	Pearson Correlation	.790**	.816**	.831**	.740**	.763**	.665**	.743**	.764**	.692**	.779**	.740**	.777**	.796**	.813**	1	.894**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98

T.X3	Pearson Correlation	.850**	.809**	.929**	.853**	.881**	.857**	.853**	.910**	.832**	.874**	.871**	.911**	.877**	.885**	.894**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

OUTPUT SPSS UJI VALIDITAS PROMOSI (X4)

Correlations

		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	X4.6	X4.7	X4.8	X4.9	X4.10	X4.11	X4.12	X4.13	X4.14	X4.15	T.X4
X4.1	Pearson Correlation	1	.705**	.735**	.731**	.655**	.656**	.741**	.787**	.694**	.708**	.637**	.691**	.787**	.794**	.698**	.851**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
X4.2	Pearson Correlation	.705**	1	.767**	.718**	.684**	.624**	.788**	.763**	.559**	.723**	.666**	.742**	.684**	.738**	.757**	.842**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
X4.3	Pearson Correlation	.735**	.767**	1	.722**	.670**	.613**	.817**	.785**	.720**	.762**	.674**	.731**	.740**	.717**	.730**	.863**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
X4.4	Pearson Correlation	.731**	.718**	.722**	1	.743**	.650**	.788**	.810**	.750**	.701**	.684**	.710**	.760**	.841**	.683**	.872**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000

	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
X4.5	Pearson Correlation	.655**	.684**	.670**	.743**	1	.645**	.745**	.720**	.647**	.685**	.694**	.708**	.737**	.757**	.626**	.827**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
X4.6	Pearson Correlation	.656**	.624**	.613**	.650**	.645**	1	.630**	.668**	.683**	.619**	.608**	.616**	.714**	.712**	.663**	.781**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
X4.7	Pearson Correlation	.741**	.788**	.817**	.788**	.745**	.630**	1	.850**	.761**	.765**	.725**	.786**	.747**	.780**	.695**	.896**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
X4.8	Pearson Correlation	.787**	.763**	.785**	.810**	.720**	.668**	.850**	1	.740**	.787**	.731**	.786**	.786**	.839**	.756**	.913**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
X4.9	Pearson Correlation	.694**	.559**	.720**	.750**	.647**	.683**	.761**	.740**	1	.786**	.753**	.770**	.782**	.743**	.670**	.853**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
X4.10	Pearson Correlation	.708**	.723**	.762**	.701**	.685**	.619**	.765**	.787**	.786**	1	.808**	.897**	.835**	.768**	.700**	.888**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000

	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
X4.11	Pearson Correlation	.637**	.666**	.674**	.684**	.694**	.608**	.725**	.731**	.753**	.808**	1	.845**	.744**	.749**	.682**	.845**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
X4.12	Pearson Correlation	.691**	.742**	.731**	.710**	.708**	.616**	.786**	.786**	.770**	.897**	.845**	1	.767**	.753**	.714**	.886**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
X4.13	Pearson Correlation	.787**	.684**	.740**	.760**	.737**	.714**	.747**	.786**	.782**	.835**	.744**	.767**	1	.838**	.735**	.899**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
X4.14	Pearson Correlation	.794**	.738**	.717**	.841**	.757**	.712**	.780**	.839**	.743**	.768**	.749**	.753**	.838**	1	.746**	.909**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
X4.15	Pearson Correlation	.698**	.757**	.730**	.683**	.626**	.663**	.695**	.756**	.670**	.700**	.682**	.714**	.735**	.746**	1	.839**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
T..X4	Pearson Correlation	.851**	.842**	.863**	.872**	.827**	.781**	.896**	.913**	.853**	.888**	.845**	.886**	.899**	.909**	.839**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	

N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

OUTPUT SPSS UJI VALIDITAS MINAT (Y)

Correlations

		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	Y1.8	Y1.9	Y1.10	Y1.11	Y1.12	T.Y
Y1.1	Pearson Correlation	1	.714**	.631**	.649**	.571**	.690**	.684**	.606**	.579**	.650**	.598**	.635**	.810**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
Y1.2	Pearson Correlation	.714**	1	.731**	.713**	.655**	.709**	.762**	.539**	.639**	.657**	.584**	.702**	.850**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
Y1.3	Pearson Correlation	.631**	.731**	1	.662**	.756**	.648**	.756**	.496**	.617**	.585**	.616**	.673**	.823**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
Y1.4	Pearson Correlation	.649**	.713**	.662**	1	.675**	.721**	.684**	.601**	.695**	.698**	.726**	.683**	.860**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
Y1.5	Pearson Correlation	.571**	.655**	.756**	.675**	1	.641**	.686**	.526**	.483**	.543**	.537**	.580**	.772**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
Y1.6	Pearson Correlation	.690**	.709**	.648**	.721**	.641**	1	.732**	.485**	.663**	.601**	.651**	.701**	.835**

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
Y1.7	Pearson Correlation	.684**	.762**	.756**	.684**	.686**	.732**	1	.690**	.645**	.638**	.674**	.721**	.881**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
Y1.8	Pearson Correlation	.606**	.539**	.496**	.601**	.526**	.485**	.690**	1	.508**	.627**	.585**	.564**	.738**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
Y1.9	Pearson Correlation	.579**	.639**	.617**	.695**	.483**	.663**	.645**	.508**	1	.701**	.672**	.703**	.799**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
Y1.10	Pearson Correlation	.650**	.657**	.585**	.698**	.543**	.601**	.638**	.627**	.701**	1	.690**	.687**	.819**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
Y1.11	Pearson Correlation	.598**	.584**	.616**	.726**	.537**	.651**	.674**	.585**	.672**	.690**	1	.845**	.828**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
Y1.12	Pearson Correlation	.635**	.702**	.673**	.683**	.580**	.701**	.721**	.564**	.703**	.687**	.845**	1	.860**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98
T.Y	Pearson Correlation	.810**	.850**	.823**	.860**	.772**	.835**	.881**	.738**	.799**	.819**	.828**	.860**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	

N	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98	98

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

OUTPUT SPSS UJI REALIBILITAS VARIABEL PENGETAHUAN INVESTASI (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.897	15

OUTPUT SPSS UJI REALIBILITAS VARIABEL RISIKO INVESTASI (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.915	15

OUTPUT SPSS UJI REALIBILITAS VARIABEL PELAYANAN (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.977	15

OUTPUT SPSS UJI REALIBILITAS VARIABEL PROMOSI (X4)

Reliability Statistics

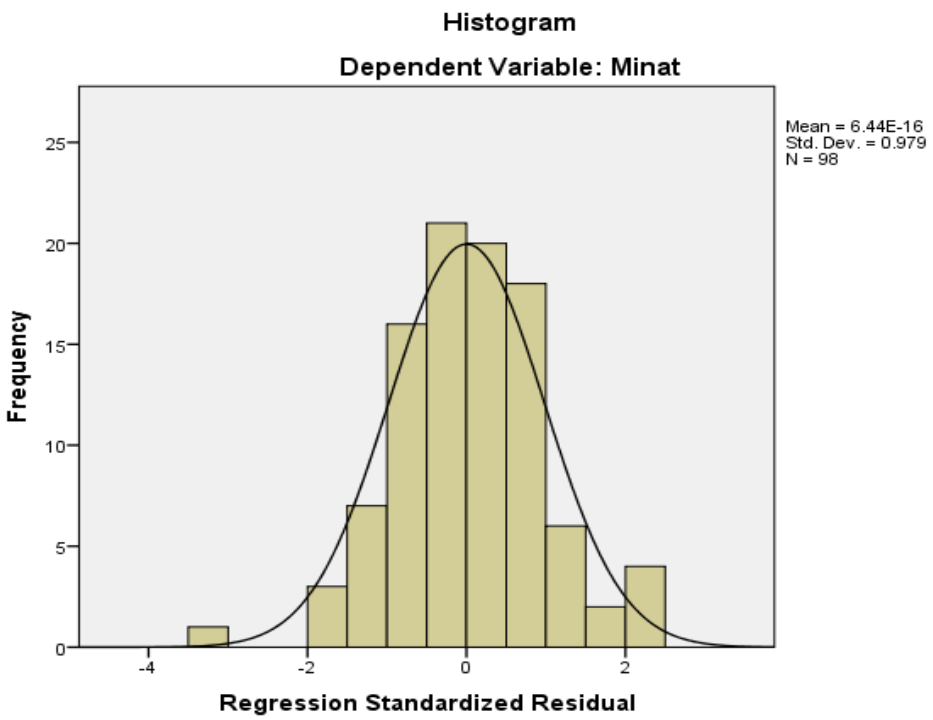
Cronbach's Alpha	N of Items
.976	15

OUTPUT SPSS UJI REALIBILITAS VARIABEL MINAT INVESTASI (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.956	12

OUTPUT SPSS HISTOGRAM UJI NORMALITAS



OUTPUT SPSS UJI NORMALITAS KOLMOGROV SMORNOV

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		98
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000

	Std. Deviation	5.54349424
Most Extreme Differences	Absolute	.054
	Positive	.054
	Negative	-.052
Test Statistic		.054
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200[c,d]

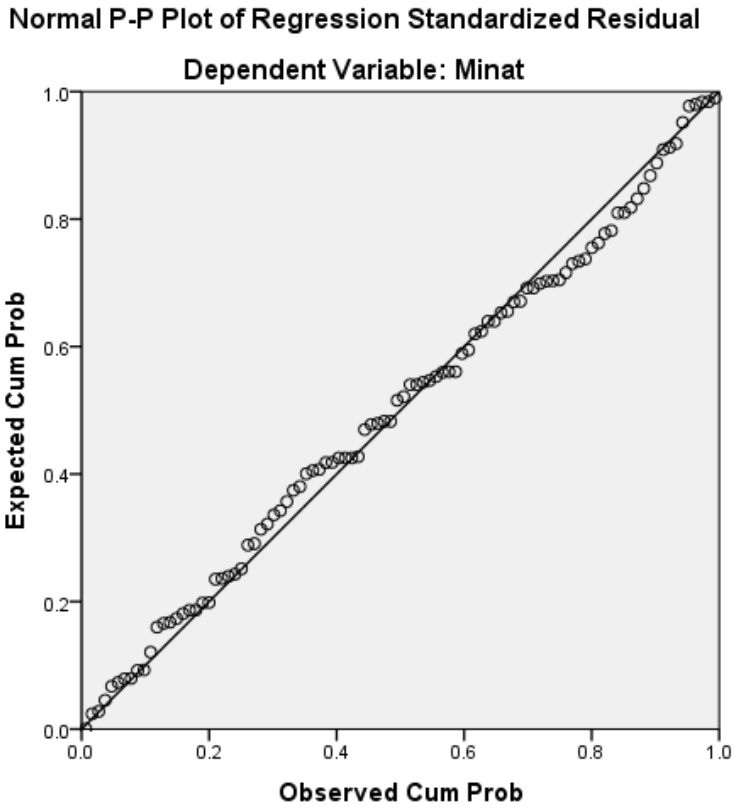
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

OUTPUT SPSS UJI NORMALITAS NORMAL P - PLOT



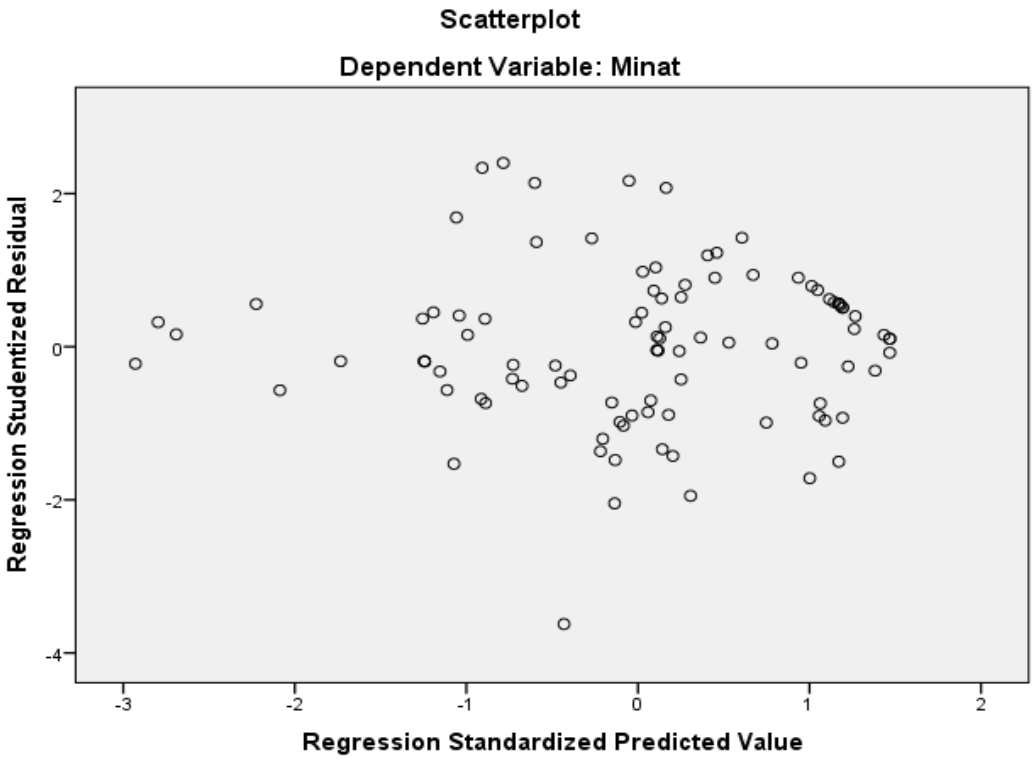
OUTPUT SPSS UJI MULTIKOLINIERITAS COEFFICIENTS

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.528	3.325		1.061	.292		
	Pengetahuan	.852	.809	.155	3.030	.008	.269	3.722
	Risiko	.544	.593	.049	4.002	.038	.309	3.233
	Pelayanan	.475	.437	.347	4.704	.001	.112	8.960
	Promosi	.474	.441	.333	4.946	.005	.115	8.728

a. Dependent Variable: Minat

OUTPUT SPSS UJI HETEROSKEDASTISITAS



OUTPUT SPSS UJI REGRESI LINIER BERGANDA

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.528	3.325		1.061	.292		
	Pengetahuan	.852	.809	.155	3.030	.008	.269	3.722
	Risiko	.544	.593	.049	4.002	.038	.309	3.233
	Pelayanan	.475	.437	.347	4.704	.001	.112	8.960
	Promosi	.474	.441	.333	4.946	.005	.115	8.728

a. Dependent Variable: Minat

OUTPUT SPSS UJI T

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.528	3.325		1.061	.292		
	Pengetahuan	.852	.809	.155	3.030	.008	.269	3.722
	Risiko	.544	.593	.049	4.002	.038	.309	3.233
	Pelayanan	.475	.437	.347	4.704	.001	.112	8.960
	Promosi	.474	.441	.333	4.946	.005	.115	8.728

a. Dependent Variable: Minat

OUTPUT SPSS UJI F

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6594.709	4	1648.677	51.437	.000[b]
	Residual	2980.842	93	32.052		
	Total	9575.551	97			

a. Dependent Variable: Minat

b. Predictors: (Constant), Promosi, Risiko, Pengetahuan, Pelayanan

OUTPUT SPSS UJI R SQUARE

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.830[a]	.689	.675	5.661

a. Predictors: (Constant), Promosi, Risiko, Pengetahuan, Pelayanan

b. Dependent Variable: Minat

R- Tabel		T-Tabel		F-Tabel	
df = (N-2)	0.05	**df = (N-2)**	0.05	**df = (N-2)**	0.05
91	0.1716	**91**	1,66177	**91**	2.20
92	0.1707	**92**	1,66159	**92**	2.20
93	0.1698	**93**	1,6614	**93**	2.20
94	0.1689	**94**	1,66123	**94**	2.20
95	0.1680	**95**	1,66105	**95**	2.20
96	0.1671	**96**	1,66088	**96**	2.19
97	0.1663	**97**	1,66071	**97**	2.19
98	0.1654	**98**	1,66055	**98**	2.19
99	0.1646	**99**	1,66039	**99**	2.19
100	0.1683	**100**	1,66023	**100**	2.19

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. IDENTITAS PRIBADI

1. Nama	:	Dimas Aulia Nugraha
2. Nim	:	0501172130
3. Tempat, Tanggal Lahir	:	Medan, 25 Juli 1999
4. Pekerjaan	:	Mahasiswa
5. Alamat	:	Jl. Bromo GG. Mesjid Al Hidayah Medan

II. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tamatan SD Islam Terpadu Hikmatul Fadillah Medan
2. Tamatan SMP Muhammadiyah 1 Medan
3. Tamatan Madrasah Aliyah Negeri 1 Medan

III. IDENTITAS ORANG TUA

1. Nama Ayah	:	Bambang Sumantri, M.Pd
2. Nama Ibu	:	Rabiatul Adawiyah Siregar, M.Pd
3. Pekerjaan Ayah	:	Pegawai Negeri Sipil
4. Pekerjaan Ibu	:	Guru
5. Alamat	:	Jalan Bromo GG. Mesjid Al-Hidayah Medan

IV. RIWAYAT ORGANISASI

6. HIPMI	:	Ketua 2 Internal