

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Investasi Emas Digital pada Aplikasi Tring dengan Kepercayaan sebagai Variabel Mediasi pada Generasi Z di Kota Padang”, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Literasi Keuangan Syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Investasi Emas Digital. Hasil pengujian menunjukkan nilai t-statistics sebesar $2,457 > 1,66$ dan p-values sebesar $0,014 < 0,05$, sehingga H1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik literasi keuangan syariah yang dimiliki Generasi Z di Kota Padang, maka semakin tinggi minat untuk melakukan investasi emas digital melalui aplikasi Tring.
2. Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Investasi Emas Digital. Hasil pengujian menunjukkan nilai t-statistics sebesar $2,315 > 1,66$ dan p-values sebesar $0,021 < 0,05$, sehingga H2 diterima. Artinya, semakin mudah aplikasi Tring dipahami, digunakan, dan dioperasikan, maka semakin tinggi minat Generasi Z Kota Padang untuk melakukan investasi emas digital.
3. Literasi Keuangan Syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan. Hasil pengujian memperoleh nilai t-statistics

sebesar $2,370 > 1,66$ dan p-values sebesar $0,018 < 0,05$, sehingga H3 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik pemahaman Generasi Z Kota Padang mengenai konsep dan prinsip keuangan syariah, maka semakin tinggi pula kepercayaan terhadap aplikasi Tring sebagai sarana investasi emas digital.

4. Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan. Hasil pengujian menunjukkan nilai t-statistics sebesar $4,915 > 1,66$ dan p-values sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga H4 diterima. Artinya, semakin mudah aplikasi Tring digunakan, dipahami, dan dioperasikan, maka semakin tinggi kepercayaan Generasi Z Kota Padang terhadap aplikasi Tring sebagai sarana investasi emas digital.
5. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Investasi Emas Digital. Hasil pengujian menunjukkan nilai t-statistics sebesar $3,935 > 1,66$ dan p-values sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga H5 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kepercayaan Generasi Z Kota Padang terhadap aplikasi Tring, maka semakin tinggi pula minat untuk melakukan investasi emas digital melalui aplikasi tersebut.
6. Kepercayaan mampu memediasi pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Minat Investasi Emas Digital. Hasil pengujian menunjukkan nilai t-statistics sebesar $1,837 < 1,66$ dan p-values sebesar $0,033 > 0,05$, sehingga H1a-H6 diterima. Artinya, semakin baik Literasi Keuangan Syariah yang dimiliki Generasi Z di Kota Padang, maka

semakin meningkat Kepercayaan terhadap investasi emas digital, yang selanjutnya dapat mendorong Minat Investasi Emas Digital pada aplikasi Tring

7. Kepercayaan mampu memediasi pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Investasi Emas Digital. Hasil pengujian menunjukkan nilai t-statistics sebesar $3,800 > 1,66$ dan p-values sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga H2a diterima. Artinya, semakin mudah aplikasi Tring digunakan, maka semakin tinggi kepercayaan pengguna terhadap aplikasi tersebut, yang selanjutnya meningkatkan minat Generasi Z Kota Padang untuk melakukan investasi emas digital.

B. Keterbatasan Penelitian

1. Penelitian hanya melibatkan 130 responden Generasi Z berusia 17-29 tahun yang bekerja di Kota Padang, sehingga hasil penelitian belum dapat mewakili kondisi Generasi Z secara lebih luas.
2. Penelitian hanya menggunakan variabel Literasi Keuangan Syariah, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, dan Minat Investasi Emas Digital.
3. Data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner, sehingga hasil yang diperoleh sangat bergantung pada tingkat pemahaman dan keterbukaan responden dalam memberikan jawaban.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Generasi Z diharapkan dapat meningkatkan Literasi Keuangan Syariah sebelum mengambil keputusan investasi. Pemahaman mengenai prinsip investasi syariah, risiko investasi, manfaat investasi, serta keamanan transaksi dapat membantu Generasi Z mengambil keputusan investasi yang lebih bijak dan sesuai dengan kebutuhan. Selain itu, pengguna juga perlu memastikan informasi dan keamanan aplikasi sebelum melakukan investasi.
2. Bagi Pihak Pegadaian/Pengelola Aplikasi Tring disarankan untuk meningkatkan kepercayaan pengguna serta kemudahan penggunaan aplikasi, khususnya dalam layanan investasi emas digital. Hal ini dapat dilakukan melalui peningkatan keamanan, kejelasan informasi, dan edukasi mengenai investasi emas digital berbasis syariah, sehingga dapat mendorong minat Generasi Z untuk berinvestasi.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang dapat memengaruhi Minat Investasi Emas Digital, seperti persepsi risiko, promosi, manfaat yang dirasakan, kualitas layanan, dan faktor sosial, serta memperluas jumlah responden dan wilayah penelitian. Karena Kepercayaan tidak mampu memediasi hubungan Literasi Keuangan Syariah dengan Minat Investasi Emas Digital, penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan variabel mediasi atau moderasi lain, seperti persepsi risiko, pengalaman investasi, dan faktor sosial, untuk mengetahui faktor yang dapat memperkuat atau memperlemah hubungan tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Rizal And Others, „Gold Investment Behaviour Among Muslim Generational Cohorts“, *Asian Journal Of Islamic Management*, 7.2 (2026), Pp. 342–62.
- Aditya Mahendra Putra, „Locus Of Control Dan Kepribadian Sebagai Variabel“, 3.2 (2015), Pp. 10–26.
- Adiyanto, M.R., Purnomo, A.S.D., & Setyo, A. (2021). Dampak Tingkat Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Keuangan Syariah. *Jurnal Administrasi Kantor*, 9(1), 1–12.
- Amanda, S.Y., Surur, M., & Alimbel, F. (2024). “Strategi Digital Marketing terhadap Minat Investasi Generasi Z pada Investasi Emas Digital Bank Syariah Indonesia dengan Brand Image sebagai Mediasi.” *Jurnal Tabarru’: Islamic Banking and Finance*, 7(2), 643–655.
- Ahmed, Sirwan Khalid. 2024. “How to Choose a Sampling Technique and Determine Sample Size for Research: A Simplified Guide for Researchers.” *Oral Oncology Reports* 12: 100662. <https://doi.org/10.1016/j.oor.2024.100662>
- Ahmad Idris, Suseno Hendratmoko, Eko Widodo, Mohammad Husein Ainul Yaqin, Dan Akhmad Khudafiakmalu Nufus Ismail, „Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Literasi Keuangan Generasi Z“, 2.2 (2023), *Jurnal Cendekia Keuangan*; Pp. 82–93.
- Amiruddien, muhammad, aris puji widodo, dan rizal isnanto. “evaluasi tingkat penerimaan sistem manajemen aset menggunakan metode hot-fit.” *jurnal sistem informasi bisnis*, vol. 11, no. 2, 2021, hlm. 87–96. <https://doi.org/10.21456/vol11iss2pp87-96>
- Annamaria Lusardi And Olivia S Mitchell, „The Economic Importance Of Financial Literacy : Theory And Evidence The“, *Journal Of Economic Literature*, 2014.
- APJII. (2024). APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.
- Arie Setyo Dwi Purnomo Mochamad Reza Adiyanto, „Dampak Tingkat Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Keuangan Syariah“, *Jurnal Administrasi Kantor*, 9.1 (2021), pp. 1–12.
- Aris Wahyu Mulyadi Dan Ari Susanti, „Pengaruh Pendapatan, Pengetahuan Investasi, Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Investasi Tabungan

- Ariyanti, R. D., Muyassarah, & Mardhiyaturrositaningsih. (2026). Pengaruh kemudahan penggunaan terhadap minat investasi emas digital dengan sikap sebagai variabel mediasi pada perbankan syariah di Kota Semarang. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi (JEBMA)*, 6(1).
- Ariyanti, Muyassarah, And Mardhiyaturrositaningsih. Emas Di Pegadaian Pada Gen Zdi Wilayah Solo Raya“, *Juornal Study Innovation*, 4.1 (2024), Pp. 36–44.
- Asgar, A. Jaatsiyah Fath Falaq Am Nur, dan Mohd Shahril, “Analisis Pendekatan Stimulus-Organism-Response terhadap Adopsi M-Banking Syariah dengan Artificial Intelligence: Sebuah Bukti Empiris Generasi Z,” *Jurnal Magister Ekonomi Syariah* 2, no. 2 (2023): 33–48.
- Audiya Fahrina Rachmat And Dan Bambang Waluyo, „Pengaruh Income Level, Trust, Perceived Benefit Terhadap Minat Menabung Emas Pada Pegadaian Syariah Digital Services“, *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 6 (2025).
- Baiq Fitri Arianti and Khoirunnisa Azzahra, „Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Literasi Keuangan : Studi Kasus UMKM Kota Tangerang Selatan“, 9.2 (2020), pp. 156–71.
- Bagozzi, Principles of Marketing Management.
- Bappebti. (2025). Bappebti Catat Transaksi Emas Digital di Indonesia Melonjak 195% YoY di Januari 2025. *Kontan.co.id*.
- Bappebti. (2025, March 10). Bappebti Catat Transaksi Emas Digital di Indonesia Melonjak 195% YoY di Januari 2025. *Kontan.co.id*.
- Carl I. Hovland, Irving L. Janis, dan Harold H. Kelley, *Communication and Persuasion: Psychological Studies of Opinion Change* (New Haven: Yale University Press, 1953).
- Chandra, K. T., & Tanaamah, A. R. (2025). Pengaruh Technology Acceptance Model (TAM) terhadap minat investasi FinTech dengan persepsi risiko sebagai faktor moderasi. *AITI: Jurnal Teknologi Informasi*, 22(1), 61–72. <https://doi.org/10.24246/aiti.v22i1.61-72>
- Chen, X., Teng, L., & Chen, W. (2022). How Does Fintech Affect The Development Of The Digital Economy? Evidence From China. *North American Journal of Economics and Finance*, 61(April).
- Davis, Fred D. (1989). “Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology.” *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>.

- David L Remund, „Financial Literacy Explicated: The Case for a Clearer Definition in an Increasingly Complex Economy“, *Journal Of Consumer Affairs*, 2010, Doi:10.1111/J.1745-6606.
- Desy Rahmawati Anwar A.Mutiara Eka Putri, Putri Sardila, Muh. Ahyar Affandi, “Pengaruh Adopsi Islamic Fintech Dan Tingkat Literasi Keuangan Terhadap Inklusi Keuangan Syariah: Peran Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi Di Kota Makassar“, *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 1 (2025), Pp. 1–13.
- Dewi, S. R., & Rahmawati, N. (2023). Analisis faktor-faktor yang memengaruhi keputusan investasi emas digital pada mahasiswa. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 3(1), 45–62.
- Dina Hermina and Nuril Huda, „Memahami Populasi Dan Sampel : Pilar Utama Dalam Penelitian Kuantitatif“, 5.12 (2024), pp. 5937–48.
- Eroglu, Machleit, dan Davis, “Atmospheric Qualities of Online Retailing,” 177184.
- Fathni, Indriya, Basri, Siti Zulaika, dan Retno Sari Dewi. 2023. “Pengaruh Kebijakan Privasi, dan Tingkat Kepercayaan Pada Platform Digital terhadap Perilaku Pengguna dalam Melindungi Privasi Online di Indonesia.” *Sanskara Hukum dan HAM (SHH)* 2(2): 118–126. <https://doi.org/10.58812/shh.v2.i02>
- Faizah, U. Z., & Mangole, A. (2025). Pengaruh pengetahuan investasi, manfaat investasi dan keamanan terhadap minat investasi emas digital pada generasi Z. *Journal of Management, Economics, and Entrepreneur (MAEN)*, 4(2), 228-244. <https://ejournal.iainukebumen.ac.id/index.php/maen>
- Farida Nursjanti, Lia Amaliawati, And Eristy Minda Utami, „Peningkatan Literasi Keuangan Syariah Bagi Milenial Dan Gen Z Di Jawa Barat“, 4.1 (2023), Pp. 54–67.
- Fatwa DSN-MUI No. 77/DSN-MUI/VI/2010 tentang Jual-Beli Emas Secara Tidak Tunai. Dewan Syariah Nasional – Majelis Ulama Indonesia.
- Finance Detik. (2025, November 14). Pegadaian Luncurkan TRING! Aplikasi Investasi Emas Terintegrasi.
- Francis Chuahe and Tat Huei Chamf Mumtaz Ali Memona, T. Ramayahb , Jun-Hwa Cheahc , Hiram Tingd, „PLS-SEM STATISTICAL PROGRAMS: A REVIEW“, *Journal of Applied Structural Equation Modeling*, 5.1 (2021), doi:10.47263/JASEM.5(1)06.

- Hasan, M. F., & Rachmad, D. (2024). Pengaruh literasi keuangan syariah dan persepsi risiko terhadap minat investasi emas generasi milenial muslim di Jabodetabek. *Postgraduated Journal of Islamic Economics, Finances and Accounting Studies (PJIEFAS)*, 3(1), 80–100.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., & Anderson, R.E. (2019). *Multivariate Data Analysis* (8th Edition). Hal.133
- Hair, joseph f., g. tomas m. hult, dan christian m. ringle. *a primer on partial least squares structural equation modeling (pls-sem)*. 2017.
- Halimah, siti, dan m. duskri. “hipotesis dan uji hipotesis dalam bidang pendidikan.” *journal of innovative and creativity*, vol. 5, no. 2, 2025, hlm. 10895–10906.
- Hartono, J. (2017). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi* (Edisi ke-11). Yogyakarta: BPFE.
- Heni verawati, „analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat“, 14 (2025), pp. 1564–80, doi:10.34127/jrlab.v14i2.1510.
- Henoch Ageri Ginting, Feby Aulia Safrin, and Onan Marakali Siregar, „Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Kepercayaan Pengguna Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi TRING Sebagai Sarana Investasi Online“, *Journal of Innovative and Creativity*, 6.1 (2026), pp. 12387–97.
- Heny Agustina, „Penggunaan Teknologi Informasi, Kemudahan, Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Bank Syariah Mandiri)“, *Jurnal Manajemen Kinerja*, 3 (2017), Pp. 24–29.
- Hidayat, A., & Nugroho, B. (2023). Pengaruh persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan investasi emas digital pada generasi Z. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 25(1), 78–94.
- <https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Documents/Pages/Sosialisasi-Edukasi-Pasar-Modal-Terpadu-SEPMT-2025-di-Padang>.
- IDN Media. (2024). *Indonesia Millennial and Gen Z Report (IMGR) 2024*. Jakarta: IDN
- Ihsan Kurniawan, „Ihsan Kurniawan, Analisis Keuntungan Investasi Emas Dengan Ihsg "Maret (2019) : 16-23", 1983, Pp. 16–24.
- Jacob Jacoby, “Stimulus-Organism-Response Reconsidered: An Evolutionary Step in Modeling (Consumer) Behavior,” *Journal of Consumer*

- Psychology 12, no. 1 (2002): 51–57.
- Jurnal edu research indonesian institute for corporate learning and studies (iicls). vol. 5, september 2024, hlm. 110–116.
- J. Cohen, Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences, 2023.
- John B. Watson, “Psychology as the Behaviorist Views It,” *Psychological Review* 20, no. 2 (1913): 158–177.
- Johan, I.R. & Azariani, S.A. (2025). Persepsi Risiko, Financial Self-Efficacy dan Minat Investasi Emas pada Generasi Z. *Jurnal Ilmu Keluarga dan Konsumen*, 18(1), 26–37.
- Karman Pribowo, „Pengaruh Pengetahuan , Kemudahan , Dan Sistem Pembayaran Terhadap Minat Investasi Emas Digital Pada Generasi Milenial (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Bisnis Dan Ilmu Sosial Universitas Dian Nusantara Jakarta)“, *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital*, 1.3 (2023), pp. 133–42.
- Kementerian Keuangan RI. (2024). Strategi Nasional Keuangan Inklusif (SNKI). Jakarta: Kementerian Keuangan.
- Ketut Agus and others, „Pengaruh Kemudahan Transaksi Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Penggunaan Aplikasi Tring By Pegadaian“, *Juornal Economic Resources*, 9.1 (2024), pp. 537–46.
- Kholifah, N., De Yusa, V., Riyan Utami, R., & Aprilia, I. E. (2025). Pengaruh persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan aplikasi mobile terhadap minat beli ulang kopi lokal. *JUMANSI: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Akuntansi Medan*, 7(2), 374–383
<https://jurnal.itscience.org/index.php/jumansi>
- Koranbumn.com. (2025, October 7). Super Apps Tring!: Integrasikan Seluruh Ekosistem Emas dan Keuangan Digital dalam Satu Genggaman.
- Kotler dan Keller, „The Influence of Service Quality and Trust in JNE Express Shipping Services for Loyalty Deli Serdang Consumers“, *International Journal of Ecomonics*, 2.1 (2023), pp. 1–9, doi:10.55299/ijec.v2.
- Kristanti, reni, adolf bastian, dan donal devi amdanata. “analisa pengaruh beban kerja, kepuasan kerja, dan motivasi kerja terhadap kinerja perawat dan tenaga kesehatan di lingkungan rumah sakit umum daerah kabupaten rokan hulu.” *south east asian management concern*, vol. 2, 2024, hlm. 51–59.

- Kurniawan, D. (2021). Platform investasi emas digital sebagai instrumen keuangan inklusif di era transformasi digital. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 25(3), 320–338.
- Liana, Lie. “Penggunaan Mra Dengan Spss Untuk Menguji Pengaruh Variabel Moderating Terhadap Hubungan Antara Variabel Independen Dan Variabel Dependen.” *Dinamik*, Vol. 14, No. 2, 2009, Hlm. 90–97.
- Literasi Keuangan and others, „Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat“, 2022, pp. 1315–20.
- M.Th. Dr. Yuli Kristyowati, „Generasi “ Z ” Dan Strategi Melayaninya“, *Jurnal Teologi Dan Pendidikan Kristiani*, 02.1 (2021).
- Manurung, Mika Evangelina, Prasetyo Harisandi, dan Adibah Yahya. 2025. “Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use dan Trust terhadap Kepuasan Pengguna QRIS bagi Pelaku Usaha UMKM Kab. Bekasi.” *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis* 5(2): 106–117. <https://doi.org/10.55606/jaemb.v5i2.6392>
- Madaniya. (2025, November). Penggunaan Aplikasi Tring! by Pegadaian Dalam Mempermudah Investasi Emas bagi Nasabah. *Jurnal Madaniya*, 6(4).
- Mahmud, M.D. bin, Sudirman, M.S., & Jufri, F. (2024). The Influence of Islamic Financial Literacy on Behavior and Decisions to Invest in Gold Instruments. *Al-Tijary*, 9(2), 133–148.
- Maria Imelda, Novita Susiang, and Aditya Rian Ramadhan, „Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berinvestasi Emas Digital“, 3 (2023), pp. 167–79.
- Metrotvnews. (2026, April 15). Investasi Emas Digital Makin Populer, Ini Data Lonjakan Transaksinya. Dikutip dari metrotvnews.com.
- Mehrabian dan Russell, *An Approach to Environmental Psychology*.
- Metrotvnews. (2026, April 15). Investasi Emas Digital Makin Populer, Ini Data Lonjakan Transaksinya. Dikutip dari metrotvnews.com.
- Mistar.id. (2025, October 8). Pegadaian Luncurkan Aplikasi Super Apps 'Tring!' untuk Layanan Gadai dan Investasi Emas Digital.
- Morgan, R.M. & Hunt, S.D. (1994). The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing. *Journal of Marketing*, 58(3), 20–38.
- Mulyono, I. M. A., Maslichah, & Junaidi. (2022). Pengaruh motivasi investasi dan pengetahuan investasi terhadap minat investasi di pasar modal pada

mahasiswaFEUnismadimasapandemi.e_ *JurnalIlmiahRisetAkuntansi*,11(03),9–19.

Muh. Bintang Widya Pratama Deandra Rafiq Daffa, Dave Arthuro, Jovanes Agus Fernanda, „Gen-Z: Eksplorasi Identitas Budaya Dan Tantangan Sosial Dalam Era Digital“, *Jurnal Insan Pendidikan Dan Sosial Humaniora*, 2.2 (2024).

Muhammad Sandi Akbar, „Analisis Niat Untuk Berinvestasi Emas Pada Generasi Milenial Muslim Pada Bank Syariah Di Indonesia“, *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2024, Pp. 29–42, Doi:10.30868/Ad.V8i01.6433.

Mukhtisar, M.A Ismail Rasyid Ridla Tarigan, And M.Si Evriyenni, Se., „Pengaruh Efisiensi, Keamanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Ulee Kareng Banda Aceh)“, Pp. 56–72.

Mulyadi, A.W. & Susanti, A. (2024). Pengaruh Pendapatan, Pengetahuan Investasi, dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Investasi Tabungan Emas di Pegadaian pada Gen Z di Wilayah Solo Raya. *Jurnal Studi Inovasi*, 4(1).

Nisa Zahratul Jannah, Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Pendapatan, Persepsi Risiko, Dan Perilaku Keuangan, Terhadap Keputusan Investasi Emas Antam Logam Mulia Pada Generasi Milenial Kota Pekanbaru, 2025.

Nurdin, N., Ningrum, R., Bachmid, S., & Jalil, A. (2021). Pengaruh manfaat, kepercayaan dan kemudahan penggunaan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* di Bank Mega Syariah Cabang Palu. *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah*, 3(1), 30–45.

Nurhalizah, siti, gusmi kholijah, dan universitas jambi. “analisis structural equation modeling partial least square pada kinerja pegawai pt bank pembangunan daerah jambi.” *indonesian journal of applied statistics*, vol. 6, no. 2, 2023, hlm. 125–135.

OJK. (2024). Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2024. Otoritas Jasa Keuangan. OJK. (2024). Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2024. Otoritas Jasa Keuangan.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2024). Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2024. Jakarta: OJK.

Otoritas Jasa Keuangan. (2020). Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 57/POJK.04/2020 tentang Penawaran Efek Melalui Layanan Urut Dana Berbasis Teknologi Informasi. Otoritas Jasa Keuangan.

<https://www.ojk.go.id/id/kanal/pasar-modal/regulasi/>

- Pajar, R.C. & Pustikaningsih, A. (2017). Pengaruh Motivasi Investasi dan Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Investasi di Pasar Modal pada Mahasiswa FE UNY. *Jurnal Profita*, 1(1).
- Pratama, Novio Dyfa & Indri Yuliafitri. (2024). Pengaruh Kemudahan dan Tingkat Kepercayaan pada Platform Investasi Online serta Literasi Keuangan terhadap Minat Berinvestasi di Pasar Modal Syariah (Studi Kasus pada Masyarakat Muslim Kota Padang). *Jurnal Alwatzikhoebillah: Kajian Islam, Pendidikan, Ekonomi, Humaniora*, 10(1), 18–28.
- Prabowo, H., & Santoso, I. (2022). Determinan penggunaan aplikasi investasi emas digital di kalangan generasi muda Indonesia: Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, 7(2), 155–174.
- Pranatawijaya, viktor handrianus, dan ressa priskila. “penerapan skala likert dan skala dikotomi pada kuesioner online.” *jurnal sains dan informatika*, vol. 5, november 2019, hlm. 128–137. <https://doi.org/10.34128/jsi.v5i2.185>
- Pratiwi, A.I., Indriani, E., & Kartikasari, N. (2023). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan dan Perilaku Keuangan Terhadap Minat Investasi Tabungan Emas. *JLEB: Journal of Law, Education and Business*, 1(2), 243–256.
- Purba, H. C., & Siregar, O. M. (2022). Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, pengetahuan konsumen dan promosi terhadap penggunaan cryptocurrency sebagai instrumen investasi. *JOSR: Journal of Social Research*, 1(7), 679–693. <https://ijsr.internationaljournallabs.com/index.php/ijsr>
- Putu Ayu Mira Witriyanti Wida, Ni Nyoman Kerti Yasa, And I Putu Gde Sukaatmadja, Aplikasi Model Tam (Technology Acceptance Model) Pada Perilaku Pengguna Instagram”, *Jurnal Ilmu Manajemen Mahasaraswati (Jimma)*, 6 (2020).
- Rahayu, Imam Sugih. 2015. “Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM) (Studi Kasus PT Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta).” *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)* 5, no. 2: 137–150. [https://doi.org/10.21927/jesi.2015.5\(2\).137-150](https://doi.org/10.21927/jesi.2015.5(2).137-150).
- Rahmad, A. D., Astuti, E. S., & Riyadi. (2017). Pengaruh kemudahan terhadap kepercayaan dan penggunaan SMS banking (Studi pada mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 43(1), 36–43

- Ranti Pramudita, Wahyu Iryana, And Rahmat Fajar Ramdani, „The Influence Of Financial Literacy, Risk Tolerance, And Demographic Factors On Generation Z“S Sharia Gold Investment Decisions (A Study Of GenerationZInBandarLampung)“,Jurnal.Balitbangda.Lampungprov.Go.Id/ , 13.3 (2025), Pp. 427–46.
- Ririn Dwi Ariyanti, Muyassarrah, And Mardhiyaturrositaningsih, „Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Investasi Emas Digital Dengan Sikap Sebagai Variabel Mediasi Pada Perbankan Syariah Di Kota Semarang“, Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (Jebma), 2026, Pp. 200–211.
- Riezky Darmawan, Bayu Wijaya, and Hapzi Ali, ‘Pengaruh Literasi Keuangan Syariah (Financial Knowledge, Financial Attitude Dan Financial Behavior) Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Syariah’, Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial (JMPIS), 5.4 (2024), pp. 1141–49.
- Robert S. Woodworth, Psychology, ed. rev. (New York: Henry Holt and Company, 1929).
- Roger C. Mayer, James H. Davis, dan F. David Schoorman, “An Integrative Model of Organizational Trust,” *Academy of Management Review* 20, no. 3 (1995): 709–734.
- Rohana, Siti, Abdullah Syakur Novianto, dan Galih Ramadhan Febrianto. “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas, dan Inovasi Produk terhadap Keputusan Menggunakan Produk Pembiayaan Konsumer Bank Syariah Indonesia dengan Kepercayaan Nasabah sebagai Variabel Mediasi.” *Warta Ekonomi* 9, no. 1 (2026): 133–143.
- RRI. (2026, April 29). Tring Pegadaian Permudah Investasi Emas Digital Masyarakat.
- S Asry And Others, „Role Of Financial Literacy, Risk Perception, And Investment Experience In Investment Decisions Of Millenial And Z Generation In Jabodetabek“, 5.2 (2024), Pp. 1750–61.
- Sahabat Pegadaian. (2025). Tring! by Pegadaian: Aplikasi Emas Digital Praktis & Berizin Resmi. <https://sahabat.pegadaian.co.id/artikel/inspirasi/aplikasi-emas-digital>
- Sekar Ayu Mutumanikam And Dinda Maulida Azzikra, „Analisa Literasi Keuangan Dan Minat Investasi Generasi Milenial Di Era Digital“, 2025.
- Setiawan, dedy, pradita eko, dan prasetyo utomo. “analisis sistem e-dimas universitas jambi dengan pendekatan hot-fit model.” *jurnal sistem*

informasi bisnis, vol. 14, no. 1, 2024.
<https://doi.org/10.21456/vol14iss1pp77-87>

Sevgin A. Eroglu, Karen A. Machleit, dan Lenita M. Davis, "Atmospheric Qualities of Online Retailing: A Conceptual Model and Implications," *Journal of Business Research* 54, no. 2 (2001): 177– 184.

Siti Hafizah Abdul Rahim, „Islamic Financial Literacy and Its Determinants among University Students: An Exploratory Factor Analysis”, 5.19 (2016), pp. 12–53.

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 2019.

Susanto, liana, yanti, viriany, dan henny wirianata. "faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa akuntansi mengikuti uskad." *jurnal bina akuntansi*, vol. 7, no. 2, 2020, hlm. 124–141.

Tapscott, D. (2009). *Grown Up Digital: How the Net Generation is Changing Your World*. New York: McGraw-Hill.

Teori Barang and others, „Al- „Adl Vol. 13 No. 2, Juli 2020“, 13.2 (2020), pp. 224–35.

Tjini, S. S. A., & Baridwan, Z. (2013). Pengaruh kepercayaan, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan persepsi kenyamanan terhadap minat penggunaan sistem internet banking. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 1(2), 1–21.

Tulwaidah, Rahmah., Mubyarto, Novi., dan Ismail, Muhammad. 2023. "Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN STS Jambi di Bank Syariah". *JURMA: Jurnal Riset Manajemen*, Vol. 1, No. 1, hlm. 158–171. e-ISSN 2985-7627; p-ISSN 2985-6221.

Ummi, eva, dan nikmatus shoiha. "structural equation modeling-partial least square." *jurnal sains dan seni its*, vol. 4, no. 2, 2015, hlm. 4–9.

Usman, H., Mulia, D., Chairy, C., & Widowati, N. (2022). Integrating Trust, Religiosity and Image into Technology Acceptance Model: The Case of the Islamic Philanthropy in Indonesia. *Journal of Islamic Marketing*, 13(2), 381–409.

Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*, 46(2), 186–204.

Vigo Satrio Hidayat Ridfa Chairani, Mohamad Fidelio Omar Bestari, „Analisa

Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Investasi”, Jurnal Sains Sosio Huaniora, 5 (2021), Pp. 691–98.

Wahyu Arminda, „Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Ikatan Pelajar Mahasiswa Sumatra Utara Di Yogyakarta Menggunakan Layanan Mobile Banking Syariah)”, 2020.

Wasis Wibowo And Fitria Ayuningtyas, „Generasi Z Sebagai Konsumen Masa Depan: Karakteristik, Preferensi, Dan Tantangan Baru”, Jurnal Penelitian Dan Studi Ilmu Komunikasi, 05 (2024), Pp. 90–99.

Yulitasari Mila Dewi, „Pengaruh Literasi Keuangan Dan Social Media Terhadap Minat Investasi Emas Melalui Kepercayaan Nasabah Bsi Malang Soetta”, Jurnal Manajemen, 2025.

