

**DETERMINAN NIAT BERINVESTASI E-EMAS MELALUI
MOBILE BANKING BSI DI KOTA PADANGSIDIMPUAN
BERDASARKAN UNIFIED THEORY OF ACCAPTANCE
AND USE OF TECHNOLOGY (UTAUT 2)**



TESIS

*Diajukan sebagai Syarat
Mencapai Gelar Magister Ekonomi (M.E)
dalam Bidang Ekonomi Syariah*

Oleh:

AYU HIDAYATI

NIM. 21 50200028

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**PASCASARJANA PROGRAM MAGISTER
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN**

2025

**DETERMINAN NIAT BERINVESTASI E-EMAS MELALUI
MOBILE BANKING BSI DI KOTA PADANGSIDIMPUAN
BERDASARKAN *UNIFIED THEORY OF ACCAPTANCE*
*AND USE OF TECHNOLOGY (UTAUT 2)***



TESIS

*Diajukan sebagai Syarat
Mencapai Gelar Magister Ekonomi (M.E)
dalam Bidang Ekonomi Syariah*

Oleh:

AYU HIDAYATI
NIM. 21 50200028



PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**PASCASARJANA PROGRAM MAGISTER
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2025**

**DETERMINAN NIAT BERINVESTASI E-EMAS MELALUI
MOBILE BANKING BSI DI KOTA PADANGSIDIMPUAN
BERDASARKAN *UNIFIED THEORY OF ACCAPTANCE*
*AND USE OF TECHNOLOGY (UTAUT 2)***



TESIS

*Diajukan sebagai Syarat
Mencapai Gelar Magister Ekonomi (M.E)
dalam Bidang Ekonomi Syariah*

Oleh:

AYU HIDAYATI
NIM. 21 50200028



PEMBIMBING I

Dr. Ruklah, S.E, M.Si.
NIP. 19760324 200604 2 002

PEMBIMBING II

Dr. Utari Evy Cahyani, S.P., M.M.
NIP. 19870521 201503 2 004

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**PASCASARJANA PROGRAM MAGISTER
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN**

2025

Hal : Lampiran Tesis
A.n. Ayu Hidayati

Padangsidempuan, 20 Juni 2025

Kepada Yth:
Direktur Pascasarjana
UINSyekh Ali Hasan Ahmad Addary
Di-
Padangsidempuan

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap tesis a.n. Ayu Hidayati yang berjudul "Determinan Niat Berinvestasi E-Emas Melalui *Mobile Banking* BSI Di Kota Padangsidempuan Berdasarkan *Unified Theory Of Accaptance And Use Of Technology* (UTAUT 2)" maka kami berpendapat bahwa tesis ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Magister Ekonomi (M.E) dalam bidang Ekonomi Syariah Pascasarjana Program Magister di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

Seiring dengan hal di atas, maka saudara tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqasyah untuk mempertanggungjawabkan tesisnya ini.

Demikianlah kami sampaikan, semoga dapat dimaklumi dan atas perhatiannya diucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

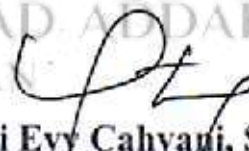
PEMBIMBING I

PEMBIMBING II



Dr. Rukiah, M.SI
NIP. 19790720 201101 1 005

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUNAN



Dr. Utari Evy Cahyani, SP., M.M.
NIP. 1987052120 1503 2 004

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ayu Hidayati
NIM : 2150200028
Jenjang : Magister
Progam Studi : Ekonomi Syariah
Judul Tesis : Determinan Niat Berinvestasi E-Emas Melalui *Mobile Banking* BSI Di Kota Padangsidempuan Berdasarkan *Unified Theory Of Accptance And Use Of Technology* (UTAUT 2).

Menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan benar-benar bebas dari plagiasi. Jika dikemudian hari terbukti melakukan plagiasi, maka saya siap ditindak secara ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 20 Juni 2025

UNIVERSITAS ISLAM PADANG
SYEKH ALI HAJJI MUHAMMAD ADDARY
PADANGSIDEMPUNAN



Ayu Hidayati

NIM. 2150200028

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN TESIS SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : AYU HIDAYATI
NIM : 2150200028
Program Studi : S-2/ Ekonomi Syariah
Judul Tesis : Determinan Niat Berinvestasi E-Emas Melalui *Mobile Banking* BSI Di Kota Padangsidempuan Berdasarkan *Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology (UTAUT 2)*

Menyatakan menyusun tesis sendiri tanpa meminta bantuan tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan kode etik mahasiswa pasal 14 ayat 2.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam pasal 19 ayat 4 tentang kode etik mahasiswa yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan 20 Juni 2025
Saya yang menyatakan,

UNIVERSITAS AL-FALAH PADANGSIDEMPUMAN
SYEKH ALI HASAN AL-FALAH PADANGSIDEMPUMAN
PADANGSIDEMPUMAN AYU HIDAYATI
NIM. 2150200028



HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : AYU HIDAYATI
NIM : 2150200028
Program Studi : S-2/Ekonomi Syariah
Jenis Karya : Tesis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: Determinan Niat Berinvestasi E-Emas Melalui *Mobile Banking* BSI Di Kota Padangsidempuan Berdasarkan *Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology* (UTAUT 2) beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Padangsidempuan

Pada tanggal : 20 Juni 2025

Yang menyatakan



AYU HIDAYATI

NIM. 2150200028



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
PASCASARJANAPROGRAM MAGISTER

Jalan T. Rizal Nurdin Km.4,5 Sihitang 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH TESIS

Nama : AYU HIDAYATI
Nim : 2150200028
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Tesis : *Determinan Niat Berinvestasi E- Emas Melalui Mobile Banking BSI Di Kota Padangsidimpuan Berdasarkan Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology (UTAUT2).*

NO.	NAMA	TANDA TANGAN
1.	Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL Ketua/ Penguji Umum	
2.	Dr. Utari Evy Cahyani, S.P., M.M Sekretaris/ Penguji Isi dan Bahasa	
3.	Prof. Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si Anggota/ Penguji Utama	
4.	Dr. Rukiah, S.E., M.Si Anggota/ Penguji Ekonomi Syariah	

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah Tesis
di : Padangsidimpuan
Tanggal : 20 Juni 2025
Pukul : 09.30 s/d Selesai
Hasil/Nilai : 83 (A)





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
PASCASARJANA PROGRAM MAGISTER**

Jalan T. Rizal Nurdin Km.4,5 Sihitang Kota Padang Sidempuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

www.pascastainpsp.pusku.com email: pascasarjana_stainpsp@yahoo.co.id

PENGESAHAN

Nomor : 04/Un.28/AL/PP.00.9./01/2026

Judul Tesis : **Determinan Niat Berinvestasi E- Emas Melalui *Mobile Banking* BSI Di Kota Padangsidimpuan Berdasarkan *Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology* (UTAUT2)**

Nama : **AYU HIDAYATI**
NIM : **2150200028**
Program Studi : **Ekonomi Syariah**

**Telah Dapat Diterima Sebagai Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Magister Ekonomi (M.E.)
Dalam Bidang Ekonomi Syariah**

Padangsidimpuan, Januari 2026

Direktur Pascasarjana

GIN SYAHADA Padangsidimpuan

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN

Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL

NIP. 19680704 200003 1 003

ABSTRAK

Nama : AYU HIDAYATI

NIM : 2150200028

Judul :Determinan Niat Berinvestasi E- Emas Melalui *Mobile Banking* BSI Di Kota Padangsidimpuan Berdasarkan *Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology* (UTAUT2)

Dilatarbelakangi perkembangan teknologi telah menjadi pendorong utama dalam evolusi sistem perbankan global, dengan layanan mobile banking menjadi tonggak penting dalam mengubah cara orang memajemen dan mengakses keuangan .Perbankan memanfaatkan perkembangan ini untuk memperluas jangkauan layanan keuangan, dan juga memberikan kemudahan yang lebih besar bagi nasabah yang semakin terkoneksi secara digital, seperti penggunaan mobile banking BSI untuk investasi emas melalui BSI Mobile. Namun, berdasarkan observasi awal menunjukkan bahwa tingkat adopsi investasi emas melalui mobile banking BSI di kota tersebut masih rendah. Model penelitian yang digunakan pada menelitian ini yaitu UTAUT2 ,dengan variabel eksogennya ekspektasi kinerja,ekspektasi usaha, pengaruh sosial,kondisi yang memfasilitasi,motivasi hedonis,nilai harga, kebiasaan,persepsi resiko, dan variabel endogen niat prilaku.Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menjelaskan variabel yang mampu memengaruhi niat masyarakat di kota Padangsidimpuan untuk berinvestasi e-mas melalui *mobile banking* BSI. Jenis Penelitian yaitu kuantitatif dan masyarakat di kota padangsidimpuan menjadi subjek penelitiannya. Teknik analisis data menggunakan analisis dengan metode *Partial Lest Square (PLS)*. *Partial Lest Square (PLS)* adalah metode untuk menganalisis hubungan kompleks antara konstruk dan indikator. Hasil penelitian menunjukkan bahwa niat masyarakat berinvestasi emas melalui mobile banking BSI dipengaruhi oleh variabel ekspektasi usaha, motivasi hedonis, nilai harga dan kebiasaan. Selain dari variabel tersebut maka tidak memiliki pengaruh termasuk variabel persepsi risiko dalam penelitian ini.

Kata kunci : Niat, E-mas BSI, UTAUT2.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN

ABSTRACT

Name : AYU HIDAYATI
Student ID : 2150200028
Title : Determinants Of Intention To Invest In E-Gold Through BSI Mobile Banking In Padangsidempuan City Based On The Theory Of Acceptance And Use Of Technology (UTAUT2).

The background of gold investment through BSI Mobile creates new opportunities for the people of Padangsidempuan city who are increasingly technology literate. However, based on initial observations show that the level of adoption of gold investment through BSI mobile banking in the city is still low. The purpose of this study is to explain the variables that can influence people's intention in Padangsidempuan city to invest in e-gold through BSI mobile banking. This type of research is quantitative and people in Padangsidempuan city are the research subjects. The data analysis technique uses analysis with the Partial Least Square (PLS) method. Partial Least Square (PLS) is a method for analyzing complex relationships between constructs and indicators. The results showed that people's intention to invest in gold through BSI mobile banking was influenced by variables of business expectations, hedonic motivation, price value and habit. In addition to these variables have no influence including the risk perception variable in this study.

Key Word: Intention, E-mas BSI, UTAUT2.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN

المخلص

عنوان البحث الذي تم اتخاذه هو محددات نية الاستثمار الإلكتروني في الذهب في مدينة BSI من خلال الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول بادانجسديمبوان استنادًا إلى النظرية الموحدة للتكيف واستخدام التكنولوجيا BSI Mobile تخلق خلفية الاستثمار في الذهب من خلال (UTAUT2) فرصًا جديدة لسكان مدينة بادانجسديمبوان الذين أصبحوا أكثر دراية ومع ذلك، واستنادًا إلى الملاحظات الأولية، لا يزال مستوى بالتكنولوجيا اعتماد الاستثمار في الذهب من خلال الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول والغرض من هذه الدراسة هو شرح المتغيرات التي في المدينة منخفضًا BSI يمكن أن تؤثر على نية سكان مدينة بادانجسديمبوان في الاستثمار في الذهب هذا النوع BSI الإلكترونيًا من خلال الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول وتستخدم. من البحث كمي وسكان مدينة بادانجسديمبوان هم موضوع البحث (PLS). طريقة تحليل البيانات التحليل باستخدام طريقة المربع الصغير الجزئي هو طريقة لتحليل العلاقات المعقدة بين الهياكل (PLS) المربع الصغير الجزئي أظهرت النتائج أن نية الأشخاص في الاستثمار في الذهب من المؤشرات خلال الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول من خلال البنك السعودي للاستثمار تأثرت بمتغيرات توقع الجهد، والدافع المتعة، وقيمة السعر، والعادة بالإضافة إلى هذه المتغيرات، لا يوجد تأثير بما في ذلك متغير إدراك المخاطر في هذه الدراسة.

UTAUT2، BSI E-mas الكلمات المفتاحية النية،

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN

KATA PENGANTAR



Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada kita semua terutama kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan penulisan tesis ini. Shalawat beserta salam tidak lupa penulis sampaikan guru kehidupan kita Rasulullah Saw, kepada keluarga, sahabat, dan para pengikutnya yang selalu setia menjadikan beliau sebagai suri tauladan baik yang telah membawa kita dari alam jahiliyah ke alam tauhid yang disinari dengan cahaya iman dan Islam.

Penulis memilih judul Tesis Determinan Niat Berinvestasi E-Emas Melalui *Mobile Banking* BSI Di Kota Padangsidempuan Berdasarkan *Unified Theory Of Accptance And Use Of Technology* (UTAUT 2). Adapun maksud penulisan tesis ini adalah untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Magister pada Program Studi Ekonomi Syariah Pascasarjana UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Banyak hambatan dan rintangan yang penulis hadapi dalam penyusunan tesis ini, tetapi karena bimbingan dan bantuan moril maupun materil semua pihak, akhirnya tesis ini, dapat diselesaikan. Selanjutnya penulis mengucapkan terima kasih yang besar-sebesarannya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan untuk menyelesaikan tesis ini, terutama kepada:

1. Prof. Dr. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., selaku Rektor UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, Prof. Dr. Erawadi, M.Ag, sebagai Wakil Rektor Bidang Akademik dan Kelembagaan, Dr.

Anhar, M.A, sebagai Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.A, sebagai Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan, Alumni dan Kerja Sama.

2. Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL selaku Direktur Pascasarjana dan Dr. Hj. Zulhimma, S.Ag., M.Pd., selaku Wakil Direktur Pascasarjana UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.
3. Dr. Utari Evy Cahyani, S.P., M.M., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Pascasarjana program magister Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.
4. Dr. Rukiah, M.Si. selaku Dosen Pembimbing Akademik peneliti yang selalu memberi motivasi, dukungan dan ilmu pengetahuan yang ikhlas kepada peneliti.
5. Saya ingin menyampaikan penghargaan yang besar kepada Dr. Rukiah, M.Si selaku pembimbing pertama serta kepada Dr. Utari Evy Cahyani, S.P., M.M selaku pembimbing kedua. Terima kasih atas kesediaan ibu dosen senantiasa memberikan arahan, bimbingan, dan nasehat yang sangat berharga dalam menyelesaikan tesis ini.
6. Penghargaan yang besar juga saya sampaikan kepada Bapak Yusri Fahmi, M.Hum., sebagai Kepala Perpustakaan, beserta staf perpustakaan Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan. Terima kasih atas akses dan bantuan yang telah diberikan dalam memperoleh sumber bacaan yang dibutuhkan untuk menyelesaikan Tesis ini.
7. Para dosen di Program Magister Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri

Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan. Terima kasih atas pengetahuan dan semangat yang sangat berharga yang telah mereka berikan kepada saya selama kuliah.

8. Seluruh Dosen Pascasarjana serta civitas akademika UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan Pascasarjana Program Magister UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan yang telah memberikan dukungan moril serta materil kepada penulis sehingga tesis ini dapat terselesaikan.
9. Rekan-rekan mahasiswa khususnya rekan sekelas Ekonomi Syariah (ES-A) stambuk 2021 yang telah memberikan sumbangan saran bagi penulis, dikala penulis menemui hambatan dalam penyelesaian tesis ini.
10. Teristimewa kepada ayahanda Simen Tanjung dan ibunda Jumintan., serta kepada mertua saya, Bapak Farid Nazra dan almh. Ibu Susi Erlinda, atas doa, dukungan, dan kasih sayang yang senantiasa menguatkan saya dalam menyelesaikan tesis ini.yang selalu memberikan dukungan dan doa kepada saya. Serta para keluarga yang telah banyak memberikan dukungan dan doa dalam menyelesaikan tesis ini.
11. Kepada suami tercinta Nando Farizal M.E., terimakasih atas dukungan, kesabaran dan semangat yang senantiasa mengiringi setiap langkah saya dalam menyelesaikan tesis ini. Dan buah hati saya Syauqi Athafariz Alfatih dan Sarfaraz Athafariz Aththufail yang menjadi sumber kekuatan dan inspirasi terbesar dalam perjalanan ini.

Peneliti juga ingin menyatakan rasa syukur kepada Allah Yang Maha Kuasa karena dengan anugerah-Nya, Tesis ini berhasil diselesaikan dengan baik. Harapannya adalah agar Tesis ini dapat memberikan manfaat bagi saya sendiri, pembaca dan rekan-rekan peneliti. Peneliti menyadari keterbatasan dalam kemampuan dan pengalaman yang dimiliki. Kesadaran akan ketidaksempurnaan Tesis ini sangat kuat. Oleh karena itu, peneliti berharap untuk menerima masukan kritik dan saran yang konstruktif guna meningkatkan kualitas tesis ini. Semoga Allah senantiasa melimpahkan rahmat, petunjuk, dan perlindungan kepada kita semua. *Āmīn Yā Rabbal ‘Alāmīn.*

Padangsidempuan,
Penulis

2025

AYU HIDAYATI
NIM. 2150200028

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan Latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ṡa	ṡ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥa	ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	ḏal	ḏ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	ṡad	ṡ	S (dengan titik di bawah)
ض	ḏad	ḏ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṡa	ṡ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ḏa	ḏ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	..’..	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monofong dan vokal rangkap atau diftong.

1. Vokal Tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
— /	fathah	A	A
— \	Kasrah	I	I
و —	ḍommah	U	U

2. Vokal Rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
.....ي	fathah dan ya	Ai	a dan i
و.....	fathah dan wau	Au	a dan u

3. *Maddah* adalah vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Tanda dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
.....ا.....	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
.....ى	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di bawah
و.....	ḍommah dan wau	ū	u dan garis di atas

C. *Ta Marbutah*

Transliterasi untuk *Ta Marbutah* ada dua.

1. *Ta Marbutah* hidup yaitu *Ta Marbutah* yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dummah, transliterasinya adalah /t/.
2. *Ta Marbutah* mati yaitu *Ta Marbutah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *Ta Marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *Ta Marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

D. *Syaddah* (Tasydid)

Syaddah atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*. Dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

E. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu: ال. Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

1. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.
2. Kata sandang yang diikuti huruf *qamariah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

F. *Hamzah*

Dinyatakan di depan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Bila *hamzah* itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

G. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, maupun huruf ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan.

H. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf capital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf capital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf capital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diridan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf capital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal capital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf capital tidak dipergunakan.

I. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

Sumber: Tim Puslitbang Lektur Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin*. Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN TESIS SENDIRI	
SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI	
DEWAN PENGUJI SIDANG TESIS	
PENGESAHAN DIREKTUR	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	viii
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR GRAFIK	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	9
C. Batasan Masalah	10
D. Definisi Operasional Variabel	11
E. Rumusan Masalah.....	13
F. Tujuan Penelitian.....	14
G. Manfaat Penelitian.....	14
H. Sistematika Pembahasan.....	16
BA II LANDASAN TEORI	
A. Landasan Teori	18
1. Kerangka Teori	18
a. Teori Perilaku Konsumen[Grand Theory]	18
b. Unified Teory of Acceptance and Use of Tecnology [Middle Theory]	25
c. Kajian Variabel Penelitian [Applied Theory]	28
d. DSN MUI Tentang E-Emas.....	37
B. Kajian Penelitian Terdahulu	38
C. Kerangka Pikir	46
D. Hipotesis	48
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	50

B. Jenis Penelitian	50
C. Populasi dan Sampel.....	51
D. Teknik Pengumpulan Data	53
E. Teknik Analisis Data	54
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum	60
1. Gambaran Umum Bank Syariah Indonesia.....	60
2. Gambaran Umum E-Emas Bank Syariah Indonesia.....	62
3. Gambaran Umum Responden	64
B. Analisis Data.....	65
1. Hasil Uji Outer Model	65
2. Hasil Uji Iner Model	75
3. Hasil Uji Hipotesis.....	78
C. Pembahasan Hasil Penelitian.....	83
D. Keterbatasan Penelitian	109
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	111
B. Implikasi Hasil Penelitian.....	112
C. Saran	113
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
 SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
 PADANGSIDIMPUAN

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Definisi Operasional Variabel

Tabel II.1 Penelitian Terdahulu

Tabel II.2 Skala *Likert*

Tabel III. 1 Kisi-Kisi Angket Penelitian



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Persentase Jumlah Masyarakat yang Menggunakan Mobile Banking dan Berinvestasi Emas di Kota Padangsidimpuan

Gambar II.1 Kerangka Pikir



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi telah menjadi pendorong utama dalam evolusi sistem perbankan global, dengan layanan mobile banking menjadi tonggak penting dalam mengubah cara orang memajemen dan mengakses keuangan. Dari perbankan konvensional hingga perbankan syariah, semua bergerak maju dalam memanfaatkan terobosan ini untuk menyediakan solusi keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah bagi nasabah. Transformasi ini tidak hanya memperluas jangkauan layanan keuangan, tetapi juga memberikan kemudahan yang lebih besar bagi nasabah yang semakin terkoneksi secara digital,¹ seperti penggunaan mobile banking.

Melalui layanan mobile banking, nasabah dapat melakukan transaksi dengan efisien dan sesuai dengan prinsip syariah, menunjukkan komitmen perbankan syariah untuk memenuhi kebutuhan finansial nasabah di era digital ini dengan meningkatkan aksesibilitas dan kenyamanan melalui platform digital.² Bank syariah memanfaatkan kesempatan ini untuk menarik nasabah dengan kemudahan yang ditawarkan, terutama bagi masyarakat yang familiar dengan teknologi, seperti investasi emas.

¹Bernardo Nicoletti, "Future of Banking 5.0," dalam *Banking 5.0*, oleh Bernardo Nicoletti, Palgrave Studies in Financial Services Technology (Cham: Springer International Publishing, 2021), 431–58, https://doi.org/10.1007/978-3-030-75871-4_15.

²Muhammad Alfarizi, "Interaction of Customer Satisfaction and Retention of Digital Services: PLS Evidence From Indonesian Sharia Banking," *International Journal of Islamic Economics and Finance (IJIEF)* 6 (31 Januari 2023), <https://doi.org/10.18196/ijief.v6i1.16824>.

Emas dianggap sebagai mata uang global yang nilainya diakui secara universal, dengan nilai intrinsik yang stabil dan standar. Kenaikan harga emas mendorong minat investor untuk beralih dari saham ke investasi emas.³ Maka, investasi emas sebagai salah satu investasi paling aman dan menguntungkan, menarik minat banyak investor karena nilai emas yang cenderung naik dari waktu ke waktu dan resiko yang relatif kecil.⁴ Seperti diketahui melalui harga emas di Indonesia meningkat dari tahun 2017 hingga 2022, dengan kenaikan terbesar terjadi pada tahun 2017. Dalam periode lima tahun terakhir, harga emas naik sebesar 68%, dengan rata-rata kenaikan pertahun sebesar 8,51%.⁵

Melalui penggunaan investasi emas pada mobile banking, maka bank syariah dapat memberikan akses yang lebih mudah dan nyaman bagi nasabah. Selain itu, nasabah dapat memantau dan mengelola portofolio investasi emas dengan lebih efisien dan fleksibel, tanpa harus mengunjungi kantor bank secara langsung. Hal ini sejalan dengan komitmen bank syariah untuk menyediakan solusi keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, memenuhi kebutuhan finansial nasabah di era digital saat ini, seperti investasi emas di Bank Syariah Indonesia (BSI).

³A. Mahendra, Mekar Meilisa Amalia, dan Hengky Leon, "Analisis Pengaruh Suku Bunga, Harga Minyak Dunia, Harga Emas Dunia Terhadap Indeks Harga Saham Gabungan Dengan Inflasi Sebagai Variabel Moderating Di Indonesia," *Owner* 6, no. 1 (7 Februari 2022): 1069–82, <https://doi.org/10.33395/owner.v6i1.725>.

⁴Ligita Gaspareniene dkk., "Gold Investment Incentives: An Empirical Identification of the Main Gold Price Determinants and Prognostication of Gold Price Future Trends," *Economics & Sociology* 11 (1 September 2018): 248–64, <https://doi.org/10.14254/2071-789X.2018/11-3/15>.

⁵Bareksa Portal Investasi, "Kenaikan Rata-rata Harga Emas 12% per Tahun, Begini Outlook di 2023," Bareksa.com, 2022, <https://www.bareksa.com/berita/emas/2022-11-18/kenaikan-rata-rata-harga-emas-12-per-tahun-begini-outlook-di-2023>.

Investasi emas BSI, juga dikenal sebagai E-Mas BSI, memungkinkan nasabah untuk membeli, menjual, mentransfer, dan menarik fisik emas serta gadai emas secara online melalui BSI Mobile dengan pembelian mulai dari Rp 50.000. Produk ini hanya tersedia bagi nasabah Bank Syariah Indonesia yang telah memiliki rekening tabungan rupiah dan telah mengaktifkan BSI Mobile. Aturan transaksi E-Mas BSI mencakup beli emas, jual emas, transfer emas, dan tarik fisik emas, dengan berbagai ketentuan terkait minimal dan maksimal transaksi serta pajak yang berlaku. BSI juga mendorong anak muda untuk berinvestasi emas, mengingat bisnis emas di BSI tumbuh signifikan, khususnya di kalangan generasi millennial, khususnya di Kota Padangsidempuan.

Kota Padangsidempuan merupakan kota terbesar di wilayah Tapanuli dengan populasi sekitar 231.062 jiwa pada tahun 2022, dan kepadatan penduduk mencapai 1.451 jiwa/km², kota ini menjadi rumah bagi banyak individu.⁶ Pertumbuhan penduduk meningkat, dengan mayoritas berusia produktif sebesar 68%, menciptakan apa yang dikenal sebagai bonus demografi. Fakta ini diikuti dengan tingginya penggunaan internet, mencapai sekitar 52% dari total populasi, dengan rata-rata menghabiskan 3,5 jam sehari online.

Investasi emas melalui BSI Mobile menciptakan peluang baru bagi masyarakat kota padangsidempuan yang semakin melek teknologi. Namun, berdasarkan observasi awal menunjukkan bahwa tingkat adopsi investasi

⁶Badan Pusat Statistik Kota Padangsidempuan, *Kota Padangsidempuan dalam Angka 2022* (Padangsidempuan: Badan Pusat Statistik, 2022).

emas melalui mobile banking BSI di kota tersebut masih rendah. Berikut dapat ditampilkan jumlah masyarakat yang berinvestasi emas melalui mobile banking di Kota Padangsidimpuan:

Gambar I.1 Persentase Jumlah Masyarakat yang Menggunakan Mobile Banking dan Berinvestasi Emas di Kota Padangsidimpuan



Sumber: Data Diolah Peneliti Melalui Google Form (2023)

Berdasarkan gambar di atas diketahui bahwa masalah utama yang timbul dari penelitian ini adalah rendahnya minat dan partisipasi dalam investasi emas melalui mobile banking BSI di Kota Padangsidimpuan. Meskipun penggunaan mobile banking secara umum tinggi sebesar 70,8%, tetapi hanya 4,5% dari generasi tersebut yang menggunakan platform tersebut untuk investasi emas. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi penggunaan teknologi dan penerapannya dalam investasi emas. Hal ini berdampak bahwa rendahnya minat ini dapat menghambat pertumbuhan pasar dan kesempatan investasi di Kota Padangsidimpuan. Selain itu, jika tren ini berlanjut, bisa menyebabkan kurangnya kesadaran akan pentingnya diversifikasi portofolio dan perlindungan dari fluktuasi nilai mata uang.

Menurut teori *Unified Theory of Accaptance and Use of Technology* (UTAUT-2), variabel-variabel seperti pengalaman sebelumnya, kebutuhan

akan inovasi, dan persepsi risiko memainkan peran penting dalam menentukan niat perilaku individu terkait penggunaan teknologi. Masalahnya muncul karena rendahnya ekspektasi kinerja dapat tercermin dari pengalaman sebelumnya di mana beberapa individu generasi tersebut telah mengalami kendala atau kegagalan dalam berinvestasi melalui teknologi serupa. Selain itu, ekspektasi usaha yang rendah karena adanya persepsi bahwa investasi emas melalui mobile banking tidak riil secara fisik, meskipun nilai intrinsik yang stabil dan standar. Pengaruh sosial juga dapat berperan, karena orang-orang di sekitar beberapa tidak mendukung atau bahkan meragukan investasi emas melalui mobile banking.

Kondisi yang tidak memadai dalam memfasilitasi proses investasi, seperti kurangnya pengetahuan tentang cara melakukan investasi emas melalui mobile banking, dapat menjadi hambatan. Motivasi hedonis yang kurang tercermin dari persepsi bahwa investasi emas tidak memberikan kepuasan langsung seperti halnya kegiatan konsumtif lainnya. Persepsi harga yang tidak sesuai karena individu merasa bahwa biaya atau risiko yang terlibat dalam investasi emas tidak sebanding dengan manfaat yang diperoleh.

Kebiasaan yang sudah terbentuk, seperti kebiasaan menabung atau berinvestasi secara konvensional, juga dapat menghambat minat berinvestasi melalui teknologi baru seperti mobile banking. Persepsi risiko yang ada, seperti ketakutan akan kehilangan modal atau ketidakpastian tentang perubahan nilai emas, juga dapat membuat generasi ini enggan untuk mencoba investasi baru.

Dampak dari rendahnya minat ini termasuk kurangnya diversifikasi portofolio investasi, yang dapat meningkatkan risiko keuangan jangka panjang. Penundaan dalam perencanaan finansial juga dapat terjadi, menyebabkan generasi ini kehilangan peluang untuk meraih tujuan keuangan jangka panjang.

Rendahnya minat dan partisipasi masyarakat di Kota Padangsidimpuan dalam investasi emas melalui mobile banking. Maka, UTAUT-2 dipilih sebagai kerangka kerja penelitian karena memperluas model UTAUT dengan memasukkan variabel pengalaman sebelumnya, kebutuhan akan inovasi, dan persepsi risiko. Hal ini penting karena penelitian ini membutuhkan pemahaman yang lebih komprehensif tentang faktor-faktor yang memengaruhi perilaku pengguna dalam mengadopsi teknologi baru. Dengan mengintegrasikan UTAUT-2, penelitian dapat mengeksplorasi bagaimana variabel-variabel tersebut berkontribusi terhadap rendahnya minat generasi produktif dalam berinvestasi emas melalui mobile banking.

Beberapa penelitian terdahulu memberikan wawasan yang penting tentang faktor-faktor yang memengaruhi perilaku keuangan, terutama terkait dengan investasi emas dan penggunaan layanan perbankan digital. Kurniawan, dkk., menemukan bahwa persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap niat beli emas melalui mobile banking,⁷ sementara Aldra menyoroti bahwa pengetahuan umum dan pendidikan memengaruhi minat masyarakat terhadap

⁷Dedi Kurniawan, Achmad Maulana, dan Muchsin Saggaff Shihab, "Faktor-faktor yang mempengaruhi niat beli emas melalui mobile banking," *Referensi : Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi* 11, no. 2 (30 Juli 2023): 34–49, <https://doi.org/10.33366/ref.v11i2.4786>.

investasi emas.⁸ Studi Naili menekankan bahwa persepsi resiko dan pengetahuan mempengaruhi minat generasi Z dalam berinvestasi emas di pegadaian digital syariah.⁹ Studi Sulistyowati menunjukkan bahwa literasi keuangan dan persepsi risiko berpengaruh pada keputusan investasi,¹⁰ sementara Sugiharto menyoroti faktor-faktor seperti kualitas layanan, ekspektasi kinerja, dan pengaruh sosial dalam niat adopsi mobile banking.¹¹

Beberapa penelitian lainnya juga memberikan kontribusi penting terkait dengan penerimaan dan penggunaan teknologi keuangan. Hamidi menemukan bahwa faktor seperti literasi syariah, norma subjektif, dan persepsi kontrol memengaruhi niat penggunaan layanan pembayaran mobile,¹² sementara Widayani menyoroti bahwa nilai yang dirasakan dan kebiasaan memiliki pengaruh signifikan terhadap niat perilaku menggunakan layanan perbankan seluler.¹³ Hasil penelitian oleh Rahi menunjukkan bahwa

⁸Aldra Puspita Rahma dan Clarashinta Clara Canggih, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Terhadap Investasi Emas: Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Terhadap Investasi Emas,” *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam* 4, no. 2 (24 Oktober 2021): 98–108, <https://doi.org/10.26740/jekobi.v4n2.p98-108>.

⁹Naili Nuril Aufa Manik, Putri Indah Fadillah, dan Nurul Jannah, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Generasi z Dalam Berinvestasi Tabung Emas Pada Pegadaian Digital Syariah,” *Jurnal Cakrawala Ilmiah* 1, no. 4 (24 Desember 2021): 637–46, <https://doi.org/10.53625/jcijurnalcakrawalailmiah.v1i4.847>.

¹⁰Ari Sulistyowati dkk., “Pengaruh Financial Literacy, Return Dan Resiko Terhadap Keputusan Investasi Generasi Milenial Islam Di Kota Bekasi,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 8, no. 2 (29 Juli 2022): 2253–60, <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i2.5956>.

¹¹Bambang Sugiharto, Indah Umiyati, dan Noni Nissa Sholihah, “Application of Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) Model to the Intention to Using Mobile Banking Service,” *Accounting Research Journal of Sutaatmadja* 5, no. 02 (September 2021): 361465, <https://doi.org/10.35310/accruals.v5i02.885>.

¹²Masyhuri Hamidi, Fajri Adrianto, dan Bryan Trianda Ginting, “Determining Factor of Continuous Intention Mobile Payment: Using Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT2) Model,” *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis* 11, no. 2 (17 Desember 2022): 111–24, <https://doi.org/10.24036/jkmb.12062600>.

¹³Anna Widayani, “Adoption of Mobile Payment Approach Extended the UTAUT 2,” *Relevance: Journal of Management and Business* 4, no. 2 (2022): 156–75, <https://doi.org/10.22515/relevance.v4i2.4019>.

faktor-faktor yang diidentifikasi dari model UTAUT memiliki pengaruh signifikan terhadap niat pengguna untuk mengadopsi internet banking.¹⁴

Penelitian Yuliana & Aprianingsih menyoroti pentingnya variabel-variabel seperti kondisi yang memfasilitasi dan kredibilitas yang dirasakan dalam adopsi layanan perbankan seluler,¹⁵ sementara Azman Ong dan rekan menemukan bahwa harapan usaha, nilai harga, dan kebiasaan memiliki pengaruh positif terhadap penggunaan layanan pembayaran digital.¹⁶

Gap dalam penelitian ini terletak pada inkonsistensi hasil penelitian terdahulu terkait dengan faktor-faktor yang memengaruhi niat berinvestasi dalam e-emas melalui layanan mobile banking. Meskipun beberapa penelitian sebelumnya telah mengidentifikasi faktor-faktor seperti persepsi risiko, pengetahuan, literasi keuangan, dan pengaruh sosial sebagai prediktor penting, hasil-hasil ini seringkali tidak konsisten. Misalnya, beberapa penelitian menemukan bahwa UTAUT-2 memiliki pengaruh signifikan terhadap niat, sementara yang lain tidak menemukan hubungan yang signifikan. Demikian pula, beberapa penelitian menyoroti pentingnya literasi keuangan dan pengaruh sosial, sementara penelitian lain menemukan bahwa faktor-faktor ini tidak berpengaruh secara signifikan.

¹⁴Samar Rahi dkk., "Integration of UTAUT model in internet banking adoption context," *Journal of Research in Interactive Marketing* 13, no. 3 (2019): 411–35, <https://doi.org/10.1108/jrim-02-2018-0032>.

¹⁵Putri Dewi Yuliana dan Atik Aprianingsih, "Factors Involved in Adopting Mobile Banking for Sharia Banking Sector Using UTAUT 2," *Jurnal Keuangan Dan Perbankan* 26, no. 1 (9 Maret 2022): 184–207, <https://doi.org/10.26905/jkdp.v26i1.6858>.

¹⁶Mohd Hanafi Azman Ong, Muhammad Yassar Yusri, dan Nur Syafikah Ibrahim, "Use and Behavioural Intention Using Digital Payment Systems among Rural Residents: Extending the UTAUT-2 Model," *Technology in Society* 74 (Agustus 2023): 102305, <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2023.102305>.

Oleh karena itu, ada kebutuhan untuk mengeksplorasi lebih lanjut tentang faktor-faktor yang mungkin memengaruhi niat berinvestasi dalam e-emas melalui layanan mobile banking, khususnya di konteks Kota Padangsidimpuan dengan menggunakan Teori UTAUT-2. Keunikan dari penelitian ini terletak pada fokus khususnya pada investasi e-emas melalui mobile banking BSI, dengan menerapkan teori UTAUT-2. Penelitian ini menargetkan masyarakat di Kota Padangsidimpuan, responden juga harus menjadi pengguna layanan mobile banking yang disediakan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) untuk menjaga fokus penelitian dan relevansi temuan.

Urgensi penelitian ini terletak pada upaya untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi minat investasi mereka, mengingat pentingnya investasi untuk merencanakan masa depan finansial dan diversifikasi portofolio. Dengan demikian, penelitian ini dapat memberikan wawasan yang berharga untuk mengatasi tantangan ini dan meningkatkan partisipasi generasi tersebut dalam investasi emas melalui mobile banking. Oleh karena itu, penelitian ini berjudul **“Determinan Niat Berinvestasi E-Emas Melalui *Mobile Banking* BSI di Kota Padangsidimpuan Berdasarkan *Unified Theory of Accptance and Use of Technology* (UTAUT 2).”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang terjadi, masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini telah diidentifikasi sebagai berikut:

1. Tingkat penggunaan mobile banking secara umum tinggi sebesar 70,8%, tetapi hanya 4,5% dari generasi tersebut yang menggunakan platform tersebut untuk investasi emas. Hal ini menunjukkan rendahnya minat dan partisipasi dalam investasi emas melalui mobile banking BSI di Kota Padangsidempuan.
2. Masyarakat kota Padangsidempuan memiliki usia yang produktif sebanyak 68% dan mampu menghabiskan 3,5 jam/hari untuk online namun tidak digunakan untuk aktifitas investasi emas secara online.
3. Adanya hasil penelitian yang tidak konsisten pada niat penggunaan E-Emas pada beberapa penelitian.

C. Batasan Masalah

Adapun batasan penelitian ini terfokus pada beberapa hal berikut, yaitu:

1. Penelitian ini difokuskan pada investasi emas melalui mobile banking BSI Mobile.
2. Penelitian ini menggunakan teori *Unified Theory of Accptance and Use of Technology* (UTAUT-2).
3. Responden yang menjadi fokus penelitian adalah masyarakat Kota Padangsidempuan.
4. Selain memiliki usia produktif, responden juga harus menjadi pengguna mobile banking dari Bank Syariah Indonesia (BSI) untuk menjaga fokus penelitian dan relevansi temuan.

D. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah definisi yang menjadikan variabel-variabel yang sedang diteliti menjadi bersifat operasional dalam kaitannya dengan proses pengukuran variabel-variabel tersebut.¹⁷ Penelitian menggunakan sembilan variabel. Delapan variabel eksogen (bebas) sebanyak delapan variabel, antara lain: ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, faktor sosial, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, nilai harga, kebiasaan dan persepsi risiko. Variabel endogen (terikat) sebanyak satu variabel yaitu niat berperilaku. Definisi, indikator dan skala pengukuran di setiap variabel dapat dilihat pada tabel di bawah ini yaitu sebagai berikut:

Tabel I.1 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1	Niat perilaku (Y)	Tingkat seberapa kuat keinginan atau dorongan seseorang untuk melakukan perilaku tertentu. ¹⁸	1. Keinginan untuk menggunakan. 2. Keinginan mencoba untuk menggunakan. 3. Akan menggunakan di masa yang akan datang.	Ordinal 1
2	Ekspektasi Kinerja (X ₁)	Derajat dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem akan membantunya mencapai	1. Adanya kegunaan. 2. Mempercepat pekerjaan. 3. Memudahkan pekerjaan. 4. Meningkatkan efektifitas.	Ordinal 1

¹⁷ Ridha, N. (2017). Proses Penelitian, Masalah, Variabel Dan Paradigma Penelitian . *Jurnal Hikmah*, 14(1), 62–70. Hlm. 63.

¹⁸Ifa Noviatun dan Sulis Riptiono, “Menguji Intention to Use E-Wallet OVO Menggunakan Modifikasi Technology Acceptance Model (TAM) di Kebumen,” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi (JIMMBA)* 3, no. 1 (4 Mei 2021): 193–201, <https://doi.org/10.32639/jimmba.v3i1.777>.

		peningkatan kinerja pekerjaan. ¹⁹		
3	Ekspektasi Usaha (X ₂)	Tingkat kemudahan berhubungan dengan penggunaan sistem. ²⁰	1. Mudah untuk dipelajari. 2. Mudah untuk di pahami. 3. Mudah untuk digunakan. 4. Mudah untuk menjadi trampil.	Ordinal
4	Pengaruh sosial (X ₃)	Kepercayaan seorang individu terhadap orang lain yang dapat mempengaruhi perilaku penggunaan sebuah teknologi. ²¹	1. Pengaruh orang penting. 2. Faktor sosial. 3. Partisipasi orang lain.	Ordinal
5	Kondisi yang Memfasilitasi (X ₄)	Hadir dan tersedianya sumber daya dan keahlian yang diperlukan dalam penggunaan sebuah sistem teknologi. ²²	1. Adanya sumber daya. 2. Adanya pengetahuan. 3. Adanya bantuan/infrastruktur.	Ordinal
6	Motivasi Hedonis (X ₅)	Adanya kesenangan dan kebahagiaan yang dihadirkan sebuah sistem teknologi saat digunakan. ²³	1. Menyenangkan. 2. Menghibur. 3. Menarik.	Ordinal
7	Nilai Harga (X ₆)	Pertukaran kognitif konsumen antara manfaat yang	1. Keterjangkauan harga. 2. Kesesuaian harga dengan manfaat. 3. Memberikan nilai yang bagus.	Ordinal

¹⁹Viswanath Venkatesh dkk., "User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View," *MIS Quarterly* 27, no. 3 (2003): 425–78, <https://doi.org/10.2307/30036540>.

²⁰Venkatesh dkk.

²¹Venkatesh dkk.

²²Venkatesh dkk.

²³Venkatesh, Thong, dan Xu, "Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology," *MIS Quarterly* 36, no. 1 (2012): 157, <https://doi.org/10.2307/41410412>.

		dirasakan dari suatu teknologi dan biaya penggunaannya. ²⁴		
8	Kebiasaan (X ₇)	Kecenderungan seseorang untuk berperilaku melakukan sesuatu secara otomatis setelah adanya pembelajaran. ²⁵	1. Kebiasaan. 2. Kecanduan menggunakan. 3. Keharusan menggunakan. 4. Hal yang wajar.	Ordina 1
9	Persepsi Risiko (X ₈)	Suatu keadaan dimana individu memilih untuk mengambil risiko atau lebih memilih untuk risiko yang lebih kecil. ²⁶	1) Kecenderungan umum dari risiko 2) Menerima risiko 3) Mengejar risiko 4) Menghindari risiko	Ordina 1

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, rumusan masalahnya adalah:

1. Apakah ekspektasi kinerja (*performance expectancy*) berpengaruh terhadap niat berinvestasi emas melalui mobile banking BSI di Kota Padangsidempuan?
2. Apakah ekspektasi usaha (*effort expectancy*) berpengaruh terhadap niat berinvestasi emas melalui mobile banking BSI di Kota Padangsidempuan?

²⁴Venkatesh, Thong, dan Xu.

²⁵Venkatesh, Thong, dan Xu.

²⁶Fanny Bidori dan Ida Puspitowati, "Pengaruh Kebutuhan Kognisi, Preferensi Risiko Dan Jenis Kelamin Terhadap Niat Berwirausaha Mahasiswa," *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan* 3, no. 3 (30 Agustus 2021): 699, <https://doi.org/10.24912/jmk.v3i3.13153>.

3. Apakah pengaruh sosial (*social influence*) berpengaruh terhadap niat berinvestasi emas melalui mobile banking BSI di Kota Padangsidempuan?
4. Apakah kondisi yang memfasilitasi (*facilitating conditions*) berpengaruh terhadap niat berinvestasi emas melalui mobile banking BSI di Kota Padangsidempuan?
5. Apakah motivasi hedonis (*hedonic motivation*) berpengaruh terhadap niat berinvestasi emas melalui mobile banking BSI di Kota Padangsidempuan?
6. Apakah nilai harga (*price value*) berpengaruh terhadap niat berinvestasi emas melalui mobile banking BSI di Kota Padangsidempuan?
7. Apakah kebiasaan (*habit*) berpengaruh terhadap niat berinvestasi emas melalui mobile banking BSI di Kota Padangsidempuan?
8. Apakah persepsi risiko berpengaruh terhadap niat berinvestasi emas melalui mobile banking BSI di Kota Padangsidempuan?

F. Tujuan Penelitian

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

1. Untuk menjelaskan ekspektasi kinerja (*performance expectancy*) berpengaruh terhadap niat berinvestasi emas melalui mobile banking BSI di Kota Padangsidempuan.
2. Untuk menjelaskan ekspektasi usaha (*effort expectancy*) berpengaruh terhadap niat berinvestasi emas melalui mobile banking BSI di Kota Padangsidempuan.

3. Untuk menjelaskan pengaruh sosial (*social influence*) berpengaruh terhadap niat berinvestasi emas melalui mobile banking BSI di Kota Padangsidempuan.
4. Untuk menjelaskan kondisi yang memfasilitasi (*facilitating conditions*) berpengaruh terhadap niat berinvestasi emas melalui mobile banking BSI di Kota Padangsidempuan.
5. Untuk menjelaskan motivasi hedonis (*hedonic motivation*) berpengaruh terhadap niat berinvestasi emas melalui mobile banking BSI di Kota Padangsidempuan.
6. Untuk menjelaskan nilai harga (*price value*) berpengaruh terhadap niat berinvestasi emas melalui mobile banking BSI di Kota Padangsidempuan.
7. Untuk menjelaskan kebiasaan (*habit*) berpengaruh terhadap niat berinvestasi emas melalui mobile banking BSI di Kota Padangsidempuan.
8. Untuk menjelaskan persepsi risiko berpengaruh terhadap niat berinvestasi emas melalui mobile banking BSI di Kota Padangsidempuan.

G. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan pengetahuan atau pemikiran dalam bidang kajian *fintech* pada perbankan syariah khususnya pada bank syariah Indonesia. Menuju Indonesia emas 2045, Indonesia akan mendapatkan bonus demografi. Peluang ini harus

diambil dan dimaksimalkan sehingga memberikan manfaat untuk Indonesia pada bidang ilmu pengetahuan.

2. Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan nilai manfaat umumnya untuk masyarakat Indonesia dan khusus masyarakat di kota Padangsidempuan. Masyarakat Indonesia harus sejahtera ini sesuai dengan cita-cita bangsa Indonesia. Kesejahteraan akan tercapai jika masyarakatnya memiliki aset seperti investasi emas. Peranan Lembaga keuangan juga sangat penting, hal ini tentu memerlukan sebuah inovasi. Pihak Lembaga keuangan seperti BSI sudah melakukannya, sering disebut dengan *fintech*. Semoga dengan adanya *fintech* mampu memberikan pengaruh positif kepada masyarakat untuk berinvestasi khususnya masyarakat kota Padangsidempuan yang memiliki umur antara 15-64 tahun.

H. Sistematika Pembahasan

Penelitian ini dilakukan dengan mengikuti sistematika pembahasan sebagai berikut:

Bab pertama, merupakan pendahuluan sebagai pengantar dari keseluruhan isi pembahasan. Pada bab ini mengemukakan hal-hal mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian dan kegunaan penelitian.

Bab kedua, merupakan tinjauan pustaka yang menjelaskan landasan teori yang berhubungan dengan penelitian serta hasil penelitian terdahulu yang

menjadi referensi peneliti. Kerangka pikir bertujuan untuk memperjelas pembaca tentang variabel-variabel.

Bab ketiga, berisi tentang metode penelitian yang menjelaskan tentang metode yang digunakan, lokasi dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, serta teknik analisis data.

Bab keempat, berisi tentang gambaran umum data penelitian, penyajian data dan analisis serta pembahasan hasil penelitian.

Bab kelima, berisi tentang kesimpulan, implikasi dan saran dalam penelitian.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Kerangka Teori

a. Teori Perilaku Konsumen (*Grand Theory*)

1) Pengertian Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen merupakan proses di mana seseorang atau organisasi mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan membuang produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhannya.²⁷ Tahapan perilaku konsumen meliputi sebelum pembelian, pembelian, dan setelah pembelian. Pada tahap sebelum pembelian, konsumen mencari informasi terkait produk dan jasa.

Tahap pembelian melibatkan pembelian produk, sementara pada tahap setelah pembelian, konsumen menggunakan produk, mengevaluasi kinerjanya, dan akhirnya membuangnya setelah digunakan. Konsumen dapat berperan sebagai initiator, influencer, buyer, payer, atau user. Perusahaan dapat mengelompokkan konsumen berdasarkan geografi, demografi, psikografi, dan perilaku untuk memahami mereka lebih baik dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan.

Tiga definisi tentang perilaku konsumen menunjukkan berbagai perspektif dalam memahami fenomena ini. Menurut James F. Engel, perilaku konsumen adalah serangkaian tindakan individu yang langsung

²⁷Icek Ajzen, "Consumer Attitudes and Behavior: The Theory of Planned Behavior Applied to Food Consumption Decisions," *Italian Review of Agricultural Economics*, 12 Februari 2016, 121-138 Pages, <https://doi.org/10.13128/REA-18003>.

terlibat dalam upaya untuk memperoleh dan menggunakan barang atau jasa ekonomi. Ini melibatkan proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan-tindakan tersebut.

David L. Loudon juga menyatakan bahwa perilaku konsumen melibatkan proses pengambilan keputusan dan aktivitas fisik individu dalam mengevaluasi, memperoleh, dan menggunakan barang atau jasa. Sementara menurut Gerald Zaltman, perilaku konsumen mencakup tindakan, proses, dan hubungan sosial yang dilakukan oleh individu, kelompok, atau organisasi dalam mendapatkan dan menggunakan produk atau layanan sebagai hasil dari pengalaman dengan produk, layanan, dan sumber daya lainnya.²⁸

Dari ketiga definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen melibatkan tindakan-tindakan yang dilakukan oleh individu, kelompok, atau organisasi dalam proses pengambilan keputusan untuk mendapatkan dan menggunakan barang atau jasa ekonomi. Perilaku ini dapat dipengaruhi oleh lingkungan, baik secara internal maupun eksternal, serta melibatkan proses evaluasi dan penggunaan produk atau layanan tersebut. Dalam konteks ini, penting untuk memahami dinamika hubungan antara konsumen dan lingkungannya dalam proses konsumsi.

²⁸James F. Engel, Roger D. Blackwell, dan Paul W. Miniard, *Consumer Behavior*, 8. ed, The Dryden Press Series in Marketing (Forth Worth, Tex.: Dryden Press, 1995).

2) Macam-Macam Teori Perilaku Konsumen

Terdapat beberapa macam teori perilaku konsumen yang memberikan wawasan yang beragam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian individu.²⁹

- a) Pertama, Teori Ekonomi Mikro berfokus pada aspek rasionalitas dalam perilaku konsumen. Teori ini mengasumsikan bahwa setiap konsumen bertujuan untuk memaksimalkan kepuasan mereka dan akan terus membeli suatu produk jika mereka mendapatkan kepuasan yang sebanding atau lebih besar dari pengeluaran yang mereka keluarkan. Dengan kata lain, konsumen akan mempertimbangkan manfaat marginil yang diterima dari suatu produk terhadap biaya marginilnya.
- b) Kedua, Teori Psikologis memperhatikan faktor-faktor psikologis yang memengaruhi perilaku konsumen. Fokus teori ini adalah pada aspek-aspek mental dan emosional individu yang mempengaruhi keputusan pembelian mereka. Hal ini meliputi faktor seperti motivasi, persepsi, sikap, dan keyakinan yang membentuk preferensi dan keputusan pembelian seseorang. Meskipun kompleks karena sifat internal proses mental, pemahaman tentang faktor-faktor psikologis ini penting dalam memprediksi perilaku konsumen.
- c) Ketiga, Teori Antropologis menekankan pada aspek budaya dan sosial dari perilaku konsumen. Teori ini memperhatikan pengaruh

²⁹Engel, Blackwell, dan Miniard.

lingkungan sosial, termasuk kebudayaan, kelas sosial, dan norma-norma sosial dalam membentuk perilaku pembelian individu. Berbeda dengan teori ekonomi mikro yang fokus pada aspek rasionalitas, teori antropologis mengakui bahwa perilaku konsumen juga dipengaruhi oleh faktor-faktor budaya dan sosial yang lebih luas.

Secara keseluruhan, pemahaman tentang berbagai teori perilaku konsumen, baik itu dari sudut pandang ekonomi, psikologi, maupun antropologi, memberikan pandangan yang komprehensif tentang kompleksitas dan keragaman faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian individu dalam masyarakat modern.

3) Pendekatan Teori Perilaku Konsumen

Dua pendekatan utama yang digunakan untuk memahami perilaku konsumen adalah pendekatan kardinal dan pendekatan ordinal.³⁰

- a) Pertama, pendekatan kardinal memandang bahwa tingkat kepuasan yang diperoleh dari mengkonsumsi barang dapat diukur secara kuantitatif, biasanya dengan satuan seperti rupiah, jumlah, atau unit. Konsumen yang rasional berusaha untuk memaksimalkan kepuasan mereka dengan memilih kombinasi barang yang memberikan kepuasan maksimum dengan pendapatan yang tersedia. Pendekatan ini mengidentifikasi dua konsep penting: kepuasan total (total utility) dari konsumsi barang atau jasa secara keseluruhan, dan kepuasan

³⁰Engel, Blackwell, dan Miniard.

tambahan (marginal utility) yang diperoleh dari konsumsi satu unit tambahan dari barang tersebut.

- b) Sementara itu, pendekatan ordinal melihat tingkat kepuasan melalui urutan atau peringkat, tanpa menetapkan nilai numerik pasti. Meskipun tidak ada pengukuran pasti untuk kepuasan, konsumen dianggap lebih memuaskan dengan mengkonsumsi kombinasi berbagai barang daripada hanya satu barang. Pendekatan ini mengakui bahwa konsumen sering menghadapi keterbatasan dana, yang tercermin dalam garis anggaran yang menunjukkan kombinasi barang yang dapat mereka beli dengan pendapatan yang ada.

Dalam mencapai keseimbangan antara utilitas yang maksimal dan keterbatasan dana, konsumen memilih kombinasi barang yang memaksimalkan kepuasan relatif mereka, dengan memperhatikan margin utilitas dan harga relatif barang-barang yang berbeda.

4) Prinsip-Prinsip Dasar Dalam Analisis Perilaku Konsumen

Ada beberapa prinsip dasar dalam analisis perilaku konsumen yang menjadi dasar dalam memahami keputusan pembelian individu.³¹

- a) Pertama, kelangkaan dan terbatasnya pendapatan merupakan faktor yang memaksa konsumen untuk melakukan pilihan dalam pengeluaran mereka. Dengan sumber daya yang terbatas, meningkatkan konsumsi suatu barang atau jasa seringkali harus diimbangi dengan pengurangan konsumsi pada barang atau jasa lain.

³¹Engel, Blackwell, dan Miniard.

- b) Kedua, konsumen memiliki kemampuan untuk membandingkan biaya dengan manfaat dari berbagai pilihan yang tersedia. Jika dua barang menawarkan manfaat yang sebanding, konsumen cenderung memilih yang biayanya lebih rendah. Sebaliknya, jika biaya untuk mendapatkan dua barang tersebut sama, maka konsumen akan memilih barang yang memberikan manfaat lebih besar.
- c) Ketiga, tidak selalu konsumen dapat memperkirakan manfaat dengan tepat sebelum pembelian. Ada kemungkinan bahwa manfaat yang diperoleh tidak sebanding dengan harga yang dibayarkan, seperti contohnya saat membeli minuman kopi mahal yang ternyata tidak sesuai dengan selera. Pengalaman semacam itu akan memengaruhi keputusan konsumen di masa mendatang.
- d) Keempat, setiap barang dapat didistribusikan dengan barang lain, sehingga konsumen memiliki berbagai cara untuk memperoleh kepuasan. Terakhir, konsumen tunduk pada hukum berkurangnya tambahan kepuasan, yang menyatakan bahwa semakin banyak barang yang dikonsumsi, tambahan kepuasan yang diperoleh akan semakin berkurang. Ketika manfaat tambahan yang diperoleh (nilai guna marginal) setara dengan biaya tambahan yang dikeluarkan (harga barang), konsumen akan berhenti membeli barang tersebut.

5) Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Menurut James F. Engel, Roger D. Blackwell, dan Paul W. Miniard, ada tiga faktor utama yang mempengaruhi perilaku konsumen.³²

- a) Pertama adalah pengaruh lingkungan, yang mencakup budaya, kelas sosial, keluarga, dan situasi. Lingkungan ini memberikan dasar utama dalam membentuk atau menghambat individu dalam membuat keputusan konsumsi.
- b) Kedua, perbedaan dan pengaruh individu, yang meliputi motivasi, keterlibatan, pengetahuan, sikap, kepribadian, gaya hidup, dan demografi. Faktor-faktor internal ini mendorong dan memengaruhi perilaku individu, memperluas pengaruhnya dalam proses pengambilan keputusan konsumen.
- c) Ketiga, proses psikologi, yang terdiri dari pengolahan informasi, pembelajaran, perubahan sikap, dan perilaku. Faktor-faktor ini juga berkontribusi dalam memengaruhi perilaku konsumen dalam membuat keputusan pembelian.

6) Manfaat Perilaku Konsumen

Manfaat perilaku konsumen bervariasi tergantung pada pengguna atau pemangsa. Terdapat dua kelompok pengguna utama: kelompok peneliti (riset) dan kelompok yang berorientasi implementasi.³³ Peran perilaku konsumen bagi pemasar atau produsen adalah sebagai berikut:

³²Engel, Blackwell, dan Miniard.

³³Jerome Paul Peter dan Jerry C. Olson, *Consumer Behavior & Marketing Strategy*, 9. ed., internat. ed (Boston, Mass.: McGraw-Hill, 2010).

- a. Membujuk konsumen untuk membeli produk yang dipasarkan. Dengan memahami perilaku konsumen, pemasar atau produsen dapat mengidentifikasi strategi yang efektif untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen sehingga meningkatkan penjualan produk.
- b. Memahami konsumen dalam berperilaku, bertindak, dan berpikir, agar pemasar atau produsen mampu memasarkan produknya dengan baik. Dengan pemahaman yang mendalam tentang preferensi, kebutuhan, dan motivasi konsumen, pemasar dapat merancang produk dan kampanye pemasaran yang lebih sesuai dan relevan.
- c. Memahami mengapa dan bagaimana konsumen mengambil keputusan, sehingga pemasar atau produsen dapat merancang strategi pemasaran dengan baik. Dengan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, pemasar dapat mengoptimalkan penggunaan sumber daya dan mengarahkan upaya pemasaran mereka dengan lebih efisien dan efektif.

b. *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (Middle Theory)*

1) UTAUT

Faktor-faktor yang memengaruhi niat perilaku dan perilaku penggunaan suatu sistem teknologi memiliki banyak metode dan model yang digunakan, salah satunya adalah *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT). UTAUT merupakan model penerimaan dan penggunaan teknologi yang menggabungkan fitur-fitur terbaik dari

delapan teori penerimaan teknologi lainnya. Model ini dikembangkan oleh Venkatesh et al. pada tahun 2003.³⁴

Terdapat delapan teori terkemuka yang disatukan dalam UTAUT: *Theory of Reasoned Action (TRA)*, *Technology Acceptance Model (TAM)*, *Motivational Model (MM)*, *Theory of Planned Behavior (TPB)*, *Combined TAM and TPB (CTAM-TPB)*, *Model of PC Utilization (MPCU)*, *Innovation Diffusion Theory (IDT)*, dan *Social Cognitive Theory (SCT)*.

UTAUT dipengaruhi langsung oleh empat konstruk utama: *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan *facilitating condition*.³⁵ Penggunaan model UTAUT telah terbukti berhasil hingga 70% lebih dalam menjelaskan varian niat menggunakan teknologi dibandingkan dengan delapan teori lainnya.

Model UTAUT2 merupakan pengembangan lebih lanjut dari model UTAUT, dengan memfokuskan pada penerimaan dan penggunaan teknologi dalam konteks konsumen. UTAUT2 mencakup tiga konstruk baru yang menjelaskan kekurangan dari model UTAUT dalam aspek konsumen, yaitu *hedonic motivation*, *price value*, dan *habit*.

Tujuan dari pengembangan UTAUT2 adalah untuk mengidentifikasi konstruk penting dalam penelitian penerimaan dan penggunaan teknologi, baik secara umum maupun dalam konteks konsumen, serta memperkenalkan beberapa hubungan baru antara

³⁴Venkatesh dkk., "User Acceptance of Information Technology."

³⁵Venkatesh dkk.

konstruk-konstruk tersebut. Dengan pesatnya perkembangan teknologi, pengembangan UTAUT menjadi UTAUT2 menjadi suatu kebutuhan yang mendesak untuk memahami lebih dalam tentang perilaku pengguna dalam mengadopsi dan menggunakan teknologi.

2) UTAUT 2

UTAUT 2 adalah model penerimaan pengguna yang sangat berpengaruh dan sering digunakan dalam penelitian yang berkaitan dengan bagaimana pengguna menerima suatu teknologi informasi, terutama yang berfokus pada konteks konsumen. Model UTAUT 2 dikembangkan pada tahun 2012 dan terdiri dari tujuh variabel independen serta dua variabel dependen. Variabel independen meliputi:³⁶

- a) *Performance expectancy*, yang mengindikasikan seberapa besar kepercayaan seseorang bahwa penggunaan e-wallet akan membantu dalam melakukan pekerjaan.
- b) *Effort expectancy*, yang mengukur seberapa besar usaha yang diperlukan untuk menggunakan e-wallet.
- c) *Social influence*, yang menunjukkan pengaruh dari orang lain terhadap penggunaan e-wallet oleh seseorang.
- d) *Facilitating conditions*, yang menilai keyakinan pengguna bahwa infrastruktur dan dukungan praktis tersedia untuk mendukung penggunaan e-wallet.

³⁶Venkatesh, Thong, dan Xu, "Consumer Acceptance and Use of Information Technology."

- e) *Hedonic motivation*, yang merupakan tingkat kesenangan yang dirasakan oleh seseorang saat menggunakan e-wallet.
- f) *Price value*, yang menilai sejauh mana pengguna bersedia mengorbankan biaya yang dikeluarkan untuk e-wallet dengan keuntungan yang diperoleh.
- g) *Habit*, yang menggambarkan kebiasaan seseorang dalam menggunakan e-wallet secara otomatis karena telah mempelajari perilaku tersebut.

Sementara itu, variabel dependen terdiri dari:

- a) *Behavioral intention*, yang mencerminkan harapan atau keinginan seseorang untuk menggunakan e-wallet, dipengaruhi oleh tindakan pengguna dan persepsi manfaatnya.
- b) *Use behavior*, yang mengukur frekuensi aktual penggunaan e-wallet oleh individu.

c. Kajian Variabel Penelitian (*Applied Theory*)

3) Niat Perilaku

Menurut R. Bambang Sutikno bahwa niat merupakan kehendak, rencana, tekad, dan janji kepada diri sendiri untuk melakukan suatu tindakan tertentu. Hal ini berarti, individu akan bertindak atau berperilaku sesuai dengan kehendak atau niat yang dimilikinya. Dalam *theory of planned behavior* menurut Ajzen menyatakan bahwa penentu terpenting perilaku seseorang adalah intensi (niat) untuk berperilaku.³⁷

³⁷Ajzen, "Consumer Attitudes and Behavior."

Artinya, jika individu memiliki niat untuk melakukan suatu perilaku maka individu cenderung akan melakukan perilaku tersebut, sebaliknya, jika individu tidak memiliki niat untuk melakukan suatu perilaku maka individu cenderung tidak akan melakukan perilaku tersebut.

Niat berperilaku adalah kombinasi dari sikap menampilkan perilaku tersebut, norma subjektif (mengacu pada keyakinan seseorang terhadap apa dan bagaimana yang dipikirkan orang-orang yang dianggapnya penting) dan persepsi pengendalian perilaku. Secara umum, apabila sikap dan norma subjektif menunjuk ke arah positif serta semakin kuatnya kontrol yang dimiliki maka tingkat niat berperilaku pun semakin kuat. Seseorang yang memiliki niat yang kuat untuk menampilkan suatu perilaku tertentu diharapkan semakin berhasil pula ia dalam melakukan perilaku tersebut.

Namun, niat bisa berubah karena waktu. Semakin lama jarak antara niat dan perilaku, maka semakin besar kecenderungan terjadinya perubahan intensi. Selama niat belum diubah menjadi tindakan-tindakan, maka niat masih berupa keinginan atau kecenderungan untuk berperilaku saja.³⁸

4) Persepsi Risiko

Persepsi risiko didefinisikan sebagai kecenderungan seorang individu untuk memilih opsi berisiko. Persepsi risiko mengacu pada sikap orang terhadap risiko, yang merupakan faktor kunci dalam studi

³⁸ Faridawati, R., & Silvy, M. (2019). Pengaruh niat berperilaku dan kecerdasan spiritual terhadap pengelolaan keuangan keluarga. *Journal of Business & Banking*, 7(1). <https://doi.org/10.14414/jbb.v7i1.1465>. Hlm. 3-4.

tentang perilaku pengambilan keputusan investor. Preferensi risiko bervariasi berdasarkan waktu dan berpengaruh terhadap status untung dan rugi, nilai pengembalian, dan beberapa faktor lainnya, seperti preferensi risiko dan kesalahan residual periode yang lalu. Preferensi risiko juga disebut sikap berisiko, toleransi risiko atau sensitivitas terhadap risiko sering dipahami untuk mewakili karakteristik pribadi.³⁹

5) Investasi Emas

Dalam Kamus Besar Indonesia (KBBI) disebutkan bahwa investasi berarti penanaman uang atau modal di suatu perusahaan atau proyek untuk tujuan memperoleh keuntungan, dan jumlah uang atau modal yang ditanam. Investasi berasal dari kata invest yang berarti menanam atau menginvestasikan uang atau modal. Investasi pada umumnya merupakan suatu istilah dengan beberapa pengertian yang berhubungan dengan keuangan dan ekonomi. Secara umum, investasi atau penanaman modal dapat diartikan sebagai suatu kegiatan yang dilakukan baik oleh orang pribadi (natural person) maupun badan hukum (juridical person) dalam upaya untuk meningkatkan dan mempertahankan nilai modalnya, baik yang berbentuk uang tunai (cash money), peralatan

³⁹ Tri Kurniati Khairunnisa, Gatot Nazir Ahmad, & Ety Gurendawati. (2020). Pengaruh Religiusitas, Preferensi Risiko, Dan Locus Of Control Terhadap Perilaku Keuangan Dan Dampaknya Terhadap Personal Financial Distress Pada Pekerja Muda Di Dki Jakarta. *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 11(2), 381–403. <https://doi.org/10.21009/JRMSI.011.2.010>. Hlm. 384.

(equipment), aset tidak bergerak, hak atas kekayaan intelektual maupun keahlian.⁴⁰

Investasi adalah kegiatan pengembangan harta melalui sejumlah dana atau sumber daya lainnya yang dilakukan untuk memperoleh sejumlah keuntungan di masa depan. Investasi merupakan upaya untuk meningkatkan sekaligus mempertahankan nilai modal yang digunakan dalam suatu usaha.⁴¹ Manusia melakukan investasi dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan primer, sekunder, dan tersier. Kebutuhan tersebut tidak serta merta bisa diperoleh tanpa adanya harta, maka untuk mengembangkan harta dilakukanlah investasi. Sedangkan kata investasi dalam kamus ekonomi syariah menurut OJK mengandung beberapa arti antara lain;

Pertama, penanaman modal artinya dana dibelikan atau pengadaan harta tetap dengan jangka waktu tertentu, atau bisa jadi dibelikan dalam bentuk surat-surat berharga untuk mendapat keuntungan dimasa yang akan datang.

Kedua, mengandung arti penyertaan modal atau berupa pinjaman untuk mendapatkan keuntungan.

Ketiga, dana simpanan nasabah pada bank syariah atau unit usaha syariah dengan menggunakan akad mudharabah atau lainnya yang tidak

⁴⁰ Nur, S., & N, M. A. R. (2022). Investasi Emas Online pada Aplikasi Marketplace Tokopedia dalam Perspektif Fikih Muamalah. *AL-KHIYAR: Jurnal Bidang Muamalah Dan Ekonomi Islam*, 2(2), 156–169. <https://doi.org/10.36701/al-khiyar.v2i2.652>. Hlm. 160.

⁴¹Hafizd, J. Z. (2021). Investasi Emas dalam Perspektif Hukum Islam. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 5(02), 98–110. <https://doi.org/10.26618/j-hes.v5i02.5302>. Hlm. 99.

melanggar aturan syariah islam baik dengan produk tabungan, deposito atau bentuk tabungan lainnya.⁴²

Jadi secara umum investasi dalam pandangan Islam dapat dibagi menjadi dua kriteria yaitu investasi yang sesuai syariah dan investasi yang bertentangan dengan syariah. Investasi dapat dikatakan tidak bertentangan dengan syariah jika menerapkan prinsip rabbani, halal, dan maslahah.

Adapun prinsip rabbani yaitu mayakini bahwa segala sesuatu merupakan milik Allah SWT, manusia hanya memanfaatkan titipan milik-Nya untuk memenuhi kebutuhan hidup di dunia sekaligus mempersiapkan bekal untuk fase kehidupan akhirat. Emas adalah logam mulia bersifat lunak dan mudah ditempa yang biasanya menjadi bahan perhiasan atau harta benda berharga. Emas merupakan salah satu logam yang tidak terkikis dengan inflasi. Dikarenakan emas terbukti lebih tahan terhadap pengaruh inflasi dan krisis ekonomi sehingga sangat sesuai jika digunakan sebagai alat invstasi dan lindung nilai asset. Investasi emas juga dinilai beberapa kalangan lebih menguntungkan dibandingkan dengan investasi dalam bentuk deposito, reksadana, saham, maupun obligasi.⁴³

⁴²Syafi'i, M., & Bashori, D. C. (2021). Konsep Investasi Emas Dengan Model Cicilan Dalam Pandangan Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI (Berdasarkan Kajian Fatwa Dewan Syariah Nasional No.77/DSN-MUI/V/2010). *At-Tasharruf "Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis Syariah,"* 3(2), 57–63. <https://doi.org/10.32528/at.v3i2.6776>.

⁴³Safarida, N. (2021). Gadai dan Investasi Emas: Antara Konsep dan Implementasi. *Jurnal Investasi Islam,* 6(1), 78–94. <https://doi.org/10.32505/jii.v6i1.2994>. Hlm. 79.

Sehingga investasi emas merupakan salah satu instrument investasi yang melindungi nilai mata uang. Emas memiliki sifat *Zero Inflation*, yang dimana kenaikan harga emas dapat dipastikan berbanding lurus dengan laju inflasi. Tingginya inflasi akan diikuti pula dengan tingginya harga emas. Harga emas cenderung mengalami kenaikan, hal ini dikarenakan jumlah terbatas dan dengan adanya permintaan yang tinggi.⁴⁴

Oleh karena itu emas bisa digunakan untuk mempertahankan aset atau kekayaan seseorang. Harga emas dinilai stabil jika dibandingkan nilai mata uang dimanapun. Jika seseorang memilih menyimpan kekayaan dengan bentuk uang, resiko yang akan dialami adalah nilai uang mengalami penurunan dari waktu ke waktu. Sedangkan jika seseorang menyimpan kekayaannya dengan bentuk emas maka dapat dipastikan kekayaan tersebut akan stabil.

6) Mobile Banking BSI

Mobile banking adalah suatu teknologi yang ada dalam telepon seluler atau smartphone untuk memberikan kemudahan fungsional bagi pihak bank dalam berinteraksi dengan nasabahnya dengan cara-cara yang praktis sehingga dapat memberikan keuntungan bagi kedua belah pihak dengan biaya operasional yang efisien.⁴⁵ Mobile banking merupakan

⁴⁴ Rahma, A. P., & Canggih, C. C. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Terhadap Investasi Emas. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 4(2), 98–108. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v4n2.p98-108>. Hlm. 99.

⁴⁵ Sodik, F., Nur Zaida, A., & Zulmiati, K. (2022). Analisis Minat Penggunaan pada Fitur Pembelian Mobile Banking BSI: Pendekatan TAM dan TPB. *Journal of Business Management and Islamic Banking*, 1(1), 35–53. <https://doi.org/10.14421/jbmib.2022.011-03>. Hlm. 38.

fasilitas perbankan yang menggunakan handphone (melalui software yang diinstall dalam handphone), di mana nasabah bisa melakukan transaksi perbankan seperti informasi saldo, transfer antar rekening, pembayaran kartu kredit, dan telepon.

Menurut Bank Indonesia (BI), Mobile banking adalah layanan transaksi yang dioperasikan melalui perangkat digital. Pada umumnya menggunakan smartphone yang sumber dananya berasal dari tabungan para nasabah di bank. Sedangkan menurut Hutabarat, Mobile banking merupakan fasilitas bagi nasabah yang diberikan oleh perbankan. Adapun fasilitas mobile banking sama seperti ATM namun pada mobile banking tidak dapat mengambil uang secara cash. Sederhananya mobile banking merupakan salah satu layanan yang diberikan oleh pihak bank kepada nasabahnya untuk mempermudah dalam bertransaksi yang berupa aplikasi didalam ponsel atau smartphone.⁴⁶

Layanan mobile banking dapat digunakan melalui aplikasi yang bisa diunduh dan diinstal oleh nasabah. Mobile banking menghasilkan faedah baik untuk kemudahan nasabah dalam melakukan transaksi bahkan dapat membantu dalam operasional bank sehingga menjadi lebih efektif dan efisien.⁴⁷ Melalui layanan mobile banking, transaksi perbankan yang pada umumnya dilakukan secara manual dengan

⁴⁶Suwandi, S. S. P., & Abin, Moh. R. (2023). Peran Penggunaan Bsi Mobile Banking dalam Kemudahan Bertransaksi di Era Society 5.0. *Journal of Management : Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 16(2), 237–246. <https://doi.org/10.35508/jom.v16i2.8514>. Hlm. 238.

⁴⁷Ulya, F. N., Qoyyimah, Q., & Hana, K. F. (2022). Analysis Of Customer Interest and Satisfaction Toward BSI Mobile Banking Service. *Al-Bank: Journal of Islamic Banking and Finance*, 2(2), 113. <https://doi.org/10.31958/ab.v2i2.6011>. Hlm. 117.

mendatangi bank kini dapat dilakukan hanya dengan menggunakan telepon seluler sehingga nasabah dapat menghemat waktu dan biaya. Penggunaan mobile banking menjadi suatu hal yang praktis didalam melakukan berbagai macam transaksi keuangan seperti pembelian, pembayaran, peminjaman, pengiriman uang antar bank (transfer), dan layanan lainnya.

Mobile banking adalah layanan perbankan yang juga dapat diakses langsung melalui ponsel seperti SMS banking, namun memiliki tingkat kecanggihan yang lebih tinggi. Bank bekerja sama dengan operator seluler, sehingga dalam SIM Card (kartu chips seluler) Global for Mobile communication (GSM) sudah dipasangkan program khusus untuk bisa melakukan transaksi perbankan. Proses transaksi nasabah akan lebih mudah dengan mobile banking dibandingkan dengan SMS Banking. Beberapa jenis transaksi mobile banking, antara lain: transfer dana, informasi saldo, mutasi rekening, informasi nilai tukar, pembayaran (kartu kredit, PLN, telepon, handphone, listrik, asuransi) dan pembelian (pulsa isi ulang, saham).⁴⁸

Bank Syariah Indonesia (BSI) adalah bank di Indonesia yang berbasis di bidang perbankan syariah yang juga menyediakan layanan mobile banking. Bank BSI memahami bahwa layanan yang diberikan kepada pengguna harus menyesuaikan dengan perkembangan teknologi,

⁴⁸Nst, A. H., Sembiring, E. R. M., Al-Khoiri, P. A., & Nurbaiti, N. (2022). Persepsi Nasabah Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Terhadap Layanan Fitur Mobile Banking BSI. *Trending: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi*, 1(1), 114–122. <https://doi.org/10.30640/trending.v1i1.480>. Hlm. 117.

artinya menghadapi dunia teknologi yang sudah maju pesat harus juga dimanfaatkan sebaik baiknya terutama dalam hal memaksimalkan penggunaan internet agar bank BSI akan tetap dapat bersaing.⁴⁹

7) Fitur E-mas

Fitur E-Mas pada aplikasi BSI Mobile adalah layanan digital yang memungkinkan nasabah untuk berinvestasi emas secara mudah dan terjangkau. Melalui fitur ini, nasabah dapat melakukan pembelian emas mulai dari Rp50.000, dengan saldo emas yang disimpan dalam bentuk gram emas. Keunggulan fitur e-mas yaitu investasi terjangkau (pembelian emas dapat dimulai dengan nominal Rp50.000, sehingga investasi emas menjadi lebih aksesibel bagi berbagai kalangan). Kemudahan transaksi yaitu nasabah dapat melakukan pembelian dan penjualan emas kapan saja dan di mana saja melalui aplikasi BSI Mobile, tanpa dikenakan biaya tambahan. Emas yang dibeli disimpan oleh Bank Syariah Indonesia dengan prinsip syariah, memberikan rasa aman bagi nasabah.

Fitur Utama E-Mas yaitu *pertama*, pembukaan rekening emas. Nasabah dapat membuka rekening emas langsung melalui aplikasi BSI Mobile. *Kedua*, transaksi pembelian dan penjualan. Melalui fitur E-Mas, nasabah dapat membeli dan menjual emas sesuai dengan kebutuhan mereka. *Ketiga*, transfer emas. Nasabah memiliki kemampuan untuk mentransfer saldo emas kepada pemegang rekening emas lainnya.

⁴⁹Pangestu, D. (2022). Analisis Kepuasan Nasabah dalam Penggunaan BSI Mobile. *JURNAL MUAMALAT INDONESIA - JMI*, 2(2). <https://doi.org/10.26418/jmi.v2i2.58961>. Hlm. 73.

Keempat, penarikan emas fisik. Fitur ini memungkinkan nasabah untuk menarik emas dalam bentuk fisik jika diinginkan. *Kelima*, gadai emas. Nasabah dapat menggadaikan emas mereka melalui aplikasi BSI Mobile. *Keenam*, riwayat transaksi. Fitur ini menyediakan catatan lengkap dari semua aktivitas transaksi emas nasabah.

d. DSN MUI Tentang E-Emas

Praktik jual beli E-Emas menjadi bahasan penting Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI). Dalam Himpunan Fatwa DSN-MUI disebutkan, saat ini masyarakat dunia tak lagi memperlakukan emas atau perak sebagai uang, tetapi lebih difungsikan sebagai barang. Hasil dari bahasan MUI menetapkan praktik jual beli ini dengan hukum boleh. Hal ini melalui proses menimbang dan memperhatikan dari berbagai sudut pandang yang dilakukan DSN MUI, sehingga memfatwakan tentang kebolehan jual beli emas secara tidak tunai yang dituangkan dalam fatwa Nomor: 77/DSN-MUI/V/2010 Tentang Jual Beli Emas Secara Tidak Tunai.

Hukum boleh yang ditetapkan oleh MUI memiliki batasan dan ketentuan, yaitu pertama harga jual (tsaman) tidak boleh bertambah selama jangka waktu perjanjian, meskipun ada perpanjangan waktu setelah jatuh tempo. Kedua emas yang dibeli dengan pembayaran tidak tunai boleh dijadikan jaminan (rahn). Ketiga, emas yang dijadikan jaminan tersebut tidak boleh diperjual-belikan atau dijadikan objek akad lain yang menyebabkan perpindahan kepemilikan. Sehingga Fatwa DSN MUI No. 77/2010 menjadi dasar hukum yang memperbolehkan transaksi jual beli

emas secara tidak tunai (termasuk emas digital), asalkan memenuhi syarat-syarat atau prinsip-prinsip syariah.

B. Kajian Penelitian Terdahulu

Berikut ini merupakan penjabaran terkait beberapa tinjauan pustaka dari penelitian terdahulu:

Tabel II.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Pendekatan	Hasil
1	Dedi Kurniawan, Achmad Maulana, Muchsin Saggaff Shihab (2023)	Faktor-faktor yang mempengaruhi niat beli emas melalui mobile banking.	Model persamaan struktural (SEM)	Studi ini menemukan peran pengetahuan produk dan persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap Niat nasabah pengguna mobile banking untuk membeli emas online di aplikasi mobile banking. Persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap sikap. Penelitian ini hanya menyelidiki niat membeli emas sebagai salah satu jenis investasi emas secara online di aplikasi mobile banking. Studi ini berkontribusi pada literatur dengan memeriksa peran Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Sikap, Pengetahuan Produk, Kepercayaan, dan Persepsi Resiko terhadap Niat nasabah pengguna mobile banking untuk berinvestasi emas melalui aplikasi. Hasil keangkapenelitian ini menyoroti kebutuhan bank syariah untuk mengedukasi nasabah untuk meningkatkan

				pengetahuan produk deposan karena risiko dan persepsi nilai dan niat nasabah muslim sangat dipengaruhi oleh pengetahuan produk. ⁵⁰
2	Aldra Puspita Rahma dan Clarashinta Canggih (2021)	Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat terhadap investasi emas.	<i>Multiple linier regressions</i>	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor pengetahuan umum, dan pendidikan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi. Sedangkan pada faktor persepsi penghasilan diketahui bahwa tidak ada pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat investasi. ⁵¹
3	Naili Nuril Afa Manik, Putri Indah Fadillah, Nurul Jannah (2021)	Faktor-faktor yang mempengaruhi minat generasi z dalam berinvestasi tabung emas pada pegadaian digital syariah.	Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi resiko dan pengetahuan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat generasi Z dalam berinvestasi emas di pegadaian digital syariah. Sedangkan variabel persepsi kemudahan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat generasi Z dalam berinvestasi emas di pegadaian digital syariah. ⁵²
4	Muhammad Aunurrochim Mas'ad, Muhammad Ezzuddeen Abdissalam	Gold investment practices in malaysia: a shariah review.	<i>Document research and analysis</i>	Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa investasi emas syariah merupakan alat investasi yang baik dan sesuai syariah

⁵⁰Kurniawan, Maulana, dan Shihab, "Faktor-faktor yang mempengaruhi niat beli emas melalui mobile banking."

⁵¹Rahma dan Canggih, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Terhadap Investasi Emas."

⁵²Manik, Fadillah, dan Jannah, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Generasi z Dalam Berinvestasi Tabung Emas Pada Pegadaian Digital Syariah."

	bin Rozali, Wan Abdul Fattah Bin Wan Ismail Fuadah Johari (2018)			hukum. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa investasi emas selama ini menjadi peluang yang baik bagi umat Islam dunia dalam rangka menghasilkan pendapatan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. ⁵³
5	Muhammad Deni Putra, Gusti Rahayu Ningsih, Frida Amelia (2021)	Analisis minat masyarakat menabung emas pada unit pegadaian syariah selayo solok.	Analisis deskriptif kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa minat masyarakat untuk menabung masih kurang emas di Unit Pegadaian Syariah di Selayo Solok. Hal ini disebabkan oleh kurangnya sosialisasi kepada masyarakat, perekonomian yang kurang memadai, pemukiman masyarakat yang jauh, dan kurangnya tabungan sistem penjemputan padahal unit ini telah melakukan beberapa upaya seperti pemberian diskon dan souvenir, dapat menghemat uang dalam waktu singkat atau lama, dapat dicetak dalam bentuk uang atau emas batangan, dan biaya administrasi yang murah. ⁵⁴
6	Ari Sulistyowati, Muhammad Richo	Pengaruh financial literacy, return dan resiko	SEM-PLS	Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa variabel literasi keuangan berpengaruh positif

⁵³Aunurrochim Muhammad Mas'ad dkk., "Gold Investment Practices in Malaysia: A Shariah Review," *Journal of Fatwa Management and Research*, 2018, 215–31, <https://doi.org/10.33102/jfatwa.vol13no1.184>.

⁵⁴Muhammad Deni Putra, Gusti Rahayu Ningsih, dan Frida Amelia, "Analisis Minat Masyarakat Menabung Emas Pada Unit Pegadaian Syariah Selayo Solok," *Al-Bank: Journal of Islamic Banking and Finance* 1, no. 1 (23 Maret 2021): 41–48, <https://doi.org/10.31958/ab.v1i1.2709>.

	Rianto, Milda Handayani, Eri Bukhari (2022)	terhadap keputusan investasi generasi milenial islam di kota Bekasi.		terhadap keputusan investasi, variabel return berpengaruh positif terhadap keputusan investasi dan variabel risiko berpengaruh positif keputusan investasi. ⁵⁵
7	Sholihah, dkk./ Asian Journal of Islamic Management (AJIM) (2023)	<i>Determinants of BSI mobile banking adoption intentions: DeLone & McLean and UTAUT Model integration with religiosity</i>	<i>PLS-SEM</i>	Temuan menunjukkan bahwa dari faktor-faktor yang diidentifikasi, Kualitas Layanan, Kualitas Informasi, Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Upaya, Pengaruh Sosial, dan Religiusitas merupakan variabel penting dalam niat adopsi mobile banking BSI. Karena keenam faktor ini berdampak signifikan terhadap niat adopsi BSI Mobile Banking. ⁵⁶
8	Azman Ong, dkk. (2023)	<i>Use and behavioural intention using digital payment systems among rural residents: Extending the UTAUT-2 model</i>	<i>Multiple linear regression</i>	Berdasarkan hasil analisis, harapan kinerja, faktor sosial, kondisi memfasilitasi, dan motivasi hedonis tidak berpengaruh pada penggunaan e-Filing oleh wajib pajak individu. Sementara itu, harapan usaha, nilai harga, dan kebiasaan memiliki pengaruh positif terhadap penggunaan e-Filing oleh wajib pajak individu di

⁵⁵Sulistyowati dkk., "Pengaruh Financial Literacy, Return Dan Resiko Terhadap Keputusan Investasi Generasi Milenial Islam Di Kota Bekasi."

⁵⁶Erlinda Sholihah dkk., "Determinants of BSI mobile banking adoption intentions: DeLone & McLean and UTAUT Model integration with religiosity," *Asian Journal of Islamic Management (AJIM)*, no. Query date: 2023-11-14 09:44:40 (2023): 1-17, <https://doi.org/10.20885/ajim.vol5.iss1.art1>.

				Layanan Pajak Utama Tabanan. ⁵⁷
9	Widayani (2022)	<i>Adoption of Mobile Payment Approch Extended the UTAUT 2</i>	SEM-PLS	Hasilnya menunjukkan bahwa harapan kinerja, kondisi memfasilitasi, motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat perilaku. Harapan usaha dan pengaruh sosial memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap niat perilaku. Niat Perilaku memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan Aktual dalam penggunaan pembayaran mobile LinkAja. ⁵⁸
10	Mohd Thas Thaker, dkk. (2021)	<i>Behavioural intention and adoption of internet banking among clients' of Islamic banks in Malaysia: an analysis using UTAUT2</i>	SEM-PLS	Analisis smart PLS menghasilkan tiga hasil utama, yaitu variabel seperti harapan kinerja, harapan usaha, nilai harga, kondisi memfasilitasi, dan kebiasaan memiliki pengaruh positif terhadap niat perilaku dan akhirnya menyebabkan adopsi IB. Dua variabel lainnya, yaitu pengaruh sosial dan motivasi hedonis, berkaitan negatif dan tidak signifikan untuk niat perilaku. Ketiga, makalah ini juga mencatat bahwa kondisi memfasilitasi dan kebiasaan memiliki hubungan langsung dengan adopsi IB. ⁵⁹

⁵⁷Azman Ong, Yusri, dan Ibrahim, "Use and Behavioural Intention Using Digital Payment Systems among Rural Residents."

⁵⁸Widayani, "Adoption of Mobile Payment Approch Extended the UTAUT 2."

⁵⁹Hassanudin Mohd Thas Thaker dkk., "Behavioural intention and adoption of internet banking among clients' of Islamic banks in Malaysia: an analysis using UTAUT2," *Journal of*

11	Rahi, dkk. (2019)	<i>Integration of UTAUT model in internet banking adoption context: The mediating role of performance expectancy and effort expectancy</i>	SEM-PLS	Hasilnya menunjukkan bahwa model UTAUT terintegrasi memiliki pengaruh signifikan terhadap niat pengguna untuk mengadopsi internet banking. Temuan dari SEM menunjukkan bahwa sekitar 80 persen variasi dalam niat pengguna untuk mengadopsi internet banking dijelaskan oleh prediktor-prediktor tersebut. Studi ini menyimpulkan bahwa keyakinan adalah faktor paling berpengaruh di antara semua faktor kualitas teknologi dan layanan lainnya. Selain itu, harapan kinerja dan harapan usaha ditemukan sebagai variabel mediator positif dan signifikan antara desain situs web, layanan pelanggan, dan niat pelanggan untuk mengadopsi internet banking. ⁶⁰
12	Hamidi, dkk. (2022)	<i>Determining factor of continuous intention mobile payment: Using extending the unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT2) model</i>	Multiple linear regression	Hasil penelitian untuk Kota Padang menunjukkan bahwa variabel Literasi Syariah, Norma Subjektif, dan Persepsi Kontrol memiliki pengaruh signifikan terhadap niat penggunaan. Sementara itu, variabel religiusitas dan sikap tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap niat penggunaan. Kemudian, hasil penelitian untuk

Islamic Marketing 13, no. 5 (1 Januari 2021): 1171–97, <https://doi.org/10.1108/JIMA-11-2019-0228>.

⁶⁰Rahi dkk., “Integration of UTAUT model in internet banking adoption context.”

				Kota Bandar Lampung menunjukkan bahwa variabel Norma Subjektif dan Persepsi Kontrol memiliki pengaruh signifikan terhadap niat penggunaan, Sementara itu, variabel Literasi Syariah, Religiusitas, dan Sikap tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap penggunaan. ⁶¹
13	Yuliana & Aprianingsih (2022)	<i>Factors involved in adopting mobile banking for Sharia Banking Sector using UTAUT 2</i>	SEM-PLS	Ditemukan bahwa nilai yang dirasakan adalah prediktor terkuat dari niat perilaku seseorang untuk menggunakan layanan perbankan seluler. Selain itu, harapan kinerja, kondisi yang memfasilitasi, kebiasaan, dan kredibilitas yang dirasakan (kecuali harapan usaha, pengaruh sosial, dan motivasi hedonis) juga merupakan prediktor yang signifikan dari niat perilaku konsumen. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan tentang adopsi layanan perbankan seluler dan dapat membantu industri perbankan, khususnya perbankan syariah di Indonesia, dalam merancang strategi untuk meningkatkan pangsa pasar melalui digitalisasi perbankan, terutama layanan perbankan seluler. ⁶²

⁶¹Hamidi, Adrianto, dan Ginting, "Determining Factor of Continuous Intention Mobile Payment."

⁶²Yuliana dan Aprianingsih, "Factors Involved in Adopting Mobile Banking for Sharia Banking Sector Using UTAUT 2."

14	Sugiharto, dkk. (2018)	<i>Application of Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) Model to the Intention to Using Mobile Banking Service</i>	<i>Multiple regression analysis</i>	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa harapan kinerja, harapan usaha, dan pengaruh sosial berpengaruh positif terhadap niat menggunakan layanan perbankan seluler, baik itu hasil pengujian secara parsial maupun secara bersama-sama. ⁶³
15	Fajar, dkk. (2018)	<i>Evaluation of the used of visual electronic banking system application using UTAUT 2 in Bank Central Asia corporation</i>	SEM-PLS	Berdasarkan perhitungan menggunakan SEM-PLS terhadap variabel UTAUT dua dalam penelitian ini, variabel yang paling berpengaruh terhadap penggunaan VEBS adalah variabel kondisi yang memfasilitasi, yaitu tingkat kepercayaan pengguna terhadap ketersediaan infrastruktur yang terkait dengan dukungan untuk penggunaan suatu sistem. Variabel kondisi yang memfasilitasi secara positif berhubungan dengan niat perilaku untuk mempengaruhi pihak yang memiliki kekuasaan dalam rentang moderat hingga kuat. Selain kondisi yang memfasilitasi, variabel lain yang memengaruhi penggunaan VEBS adalah harapan kinerja yang merupakan ukuran sejauh mana suatu sistem dapat memberikan manfaat atau keuntungan dalam

⁶³Sugiharto, Umiyati, dan Sholihah, "Application of Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) Model to the Intention to Using Mobile Banking Service."

				penggunaannya, dan pengaruh sosial, yaitu sejauh mana pengguna merasa bahwa orang lain (contohnya: keluarga dan teman) yakin bahwa mereka harus menggunakan teknologi tertentu. ⁶⁴
--	--	--	--	---

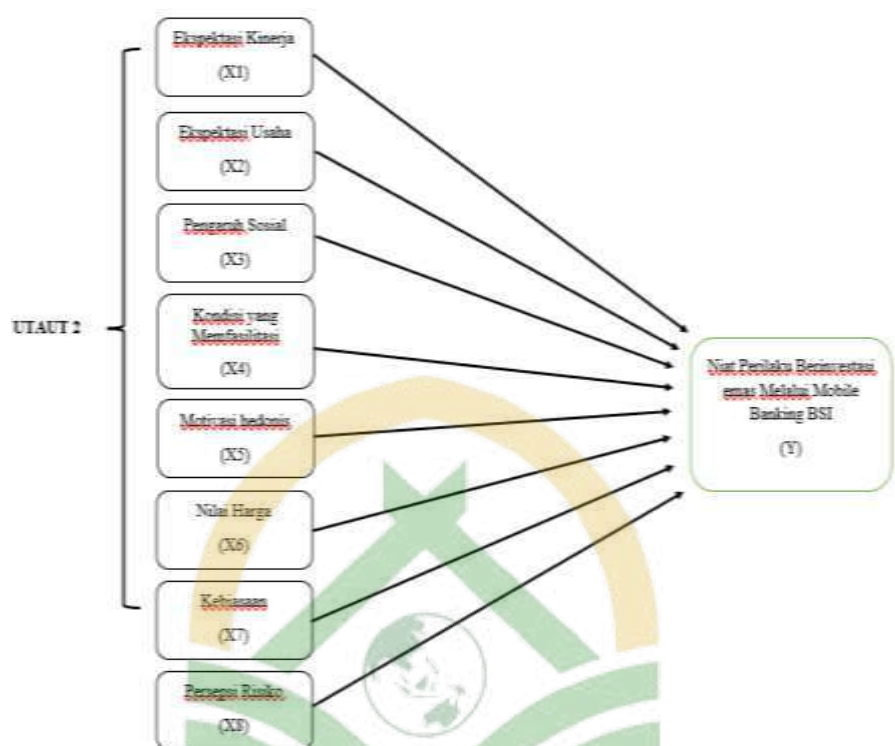
C. Kerangka Pikir

Menurut Handayani dan Rianto bahwa kerangka berpikir merupakan proses yang menggambarkan hubungan antar variabel dalam penelitian. Penelitian ini menggunakan Sembilan variabel. Variabel eksogen (bebas) sebanyak delapan variabel, antara lain: ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, faktor sosial, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, nilai harga, kebiasaan dan persepsi risiko. Variabel endogen (terikat) sebanyak satu variabel yaitu niat berperilaku. Penelitian ini dilakukan karena adanya ketidaksesuaian atau gap antara teori dengan fenomena yang ada. Tahapan selanjutnya dilakukan pengembangan kerangka pemikiran, yaitu sebagai berikut:

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
 SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
 PADANGSIDIMPUAN

⁶⁴Ahmad Nurul Fajar dkk., "Evaluation of the used of visual electronic banking system application using UTAUT 2 in Bank Central Asia corporation," *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering* 420 (1 Oktober 2018): 012096, <https://doi.org/10.1088/1757-899X/420/1/012096>.

Gambar II.1 Kerangka Pikir



UTAUT 2 terdiri dari tujuh faktor utama yang mempengaruhi adopsi teknologi oleh pengguna individu, yaitu: Performance Expectancy (PE) → Se jauh mana seseorang percaya bahwa teknologi akan meningkatkan kinerja mereka. Effort Expectancy (EE) → Seberapa mudah teknologi tersebut digunakan. Social Influence (SI) → Pengaruh sosial dari orang-orang di sekitar pengguna terhadap penggunaan teknologi. Facilitating Conditions (FC) → Se jauh mana infrastruktur dan sumber daya mendukung penggunaan teknologi. Hedonic Motivation (HM) → Seberapa besar kesenangan atau kepuasan yang dirasakan saat menggunakan teknologi. Price Value (PV) → Persepsi pengguna mengenai manfaat teknologi dibandingkan dengan biaya yang harus dikeluarkan. Habit (H) → Seberapa sering

seseorang menggunakan teknologi secara otomatis tanpa berpikir. Pada penelitian ini ada penambahan faktor yaitu factor persepsi risiko.

D. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara dari suatu permasalahan yang dikaji. Sebagai jawaban sementara, hipotesis perlu diuji kebenarannya.⁶⁵ Hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

- H₁: Ekspektasi kinerja (*performance expectancy*) berpengaruh terhadap niat berinvestasi emas melalui mobile banking BSI di Kota Padangsidempuan
- H₂: Ekspektasi usaha (*effort expectancy*) berpengaruh terhadap niat berinvestasi emas melalui mobile banking BSI di Kota Padangsidempuan
- H₃: Pengaruh sosial (*social influence*) berpengaruh terhadap niat berinvestasi emas melalui mobile banking BSI di Kota Padangsidempuan
- H₄: Kondisi yang memfasilitasi (*facilitating conditions*) berpengaruh terhadap niat berinvestasi emas melalui mobile banking BSI di Kota Padangsidempuan
- H₅: Motivasi hedonis (*hedonic motivation*) berpengaruh terhadap niat berinvestasi emas melalui mobile banking BSI di Kota Padangsidempuan
- H₆: Nilai harga (*price value*) berpengaruh terhadap niat berinvestasi emas melalui mobile banking BSI di Kota Padangsidempuan
- H₇: Kebiasaan (*habit*) berpengaruh terhadap niat berinvestasi emas melalui mobile banking BSI di Kota Padangsidempuan

⁶⁵Dwi Nugraheni Rositawati, "Kajian Berpikir Kritis Pada Metode Inkuiri," *Prosiding SNFA (Seminar Nasional Fisika dan Aplikasinya)* 3 (28 Februari 2019): 74, <https://doi.org/10.20961/prosidingsnfa.v3i0.28514>.

H₈: Persepsi risiko berpengaruh terhadap niat berinvestasi emas melalui mobile banking BSI di Kota Padangsidempuan



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di wilayah Kota Padangsidimpuan. Responden pada lokasi ini adalah masyarakat di kota Padangsidimpuan. Kriteria responden yaitu yang memiliki umur antara 15-64 dan memiliki mobile banking. Pemilihan wilayah ini dikarenakan kota Padangsidimpuan merupakan wilayah terbesar di Tapanuli dan mayoritas muslim terbesar di wilayah Tapanuli.

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan mulai bulan Juni 2023 sampai Juni 2025 mulai dari pengesahan judul penelitian sampai dengan berakhirnya penelitian.

B. Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif. Menurut Siyoto dan Sodik bahwa penelitian kuantitatif diartikan sebagai penelitian yang banyak menggunakan angka, mulai dari proses pengumpulan data, analisis data dan penampilan data. Penelitian dengan pendekatan kuantitatif menekankan analisis pada data numerik (angka) yang

kemudian dianalisis dengan metode statistik yang sesuai. Hasil penelitian ini akan disajikan dan dianalisis menggunakan metode statistik.⁶⁶

Penelitian ini berdasarkan jenis masalah yang diteliti, teknik dan alat yang digunakan yaitu termasuk penelitian asosiatif kuantitatif. Penelitian asosiatif merupakan suatu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variabel atau lebih.⁶⁷ Variabel-variabel dalam penelitian ini akan diuji untuk diketahui peran, pengaruh dan hubungannya. Variabel yang akan dianalisis yaitu ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, nilai harga, kebiasaan dan persepsi risiko terhadap niat berinvestasi emas melalui mobile banking BSI di kota Padangsidempuan.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan sekelompok elemen dalam suatu penelitian, di mana setiap elemen merupakan unit terkecil yang menjadi sumber data yang dibutuhkan.⁶⁸ Populasi dalam penelitian ini yaitu masyarakat Kota Padangsidempuan yang berusia produktif, yaitu dalam rentang usia 15-64 tahun menurut

⁶⁶ Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif* (H. Abadi, Ed.; 1st ed.). CV. Pustaka Ilmu.

⁶⁷ Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta. Hlm. 55.

⁶⁸ Mudrajat Kuncoro dan Wibi Hardani, *Metode riset untuk bisnis dan ekonomi bagaimana meneliti dan menulis tesis* (Jakarta: Erlangga, 2013).

Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2022, yaitu terdapat 156.693 orang.⁶⁹

2. Sampel

Sampel merupakan sebagian dari total dan ciri-ciri yang dimiliki oleh populasi tersebut.⁷⁰ Penelitian ini menggunakan *purposive sampling* sebagai penentu sampel dengan kriteria yaitu, responden berusia 15-64 tahun, dan responden juga harus menjadi pengguna mobile banking dari Bank Syariah Indonesia (BSI). *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel di mana setiap elemen dalam populasi tidak memiliki peluang yang sama. Metode untuk menentukan ukuran sampel yang tepat berdasarkan populasi yaitu menggunakan metode Isaac & Michael. Berikut adalah cara perhitungan sampel dalam penelitian ini:

$$n = \frac{x^2 N \cdot P (1-P)}{d^2 (N-1) + x^2 P (1-P)}$$

$$n = \frac{3,841 \times 156.693 \times 0,5 (1-0,5)}{(0,05)^2 \times (156.693-1) + 3,841 \times 0,5 (1-0,5)}$$

$$n = \frac{150.464,45}{391,73 + 0,96}$$

$$n = \frac{150.464,45}{392,69}$$

$$n = 384$$

Berdasarkan hasil perhitungan sampel, maka jumlah sampel penelitian ini sebanyak 384 responden masyarakat pengguna BSI

⁶⁹Badan Pusat Statistik Kota Padangsidimpuan, *Kota Padangsidimpuan dalam Angka 2022*.

⁷⁰Mudrajad Kuncoro dan Wibi Hardani, *Metode riset untuk bisnis dan ekonomi bagaimana meneliti dan menulis tesis*.

Mobile dan berusia produktif rentang usia 15-64 tahun di Kota Padangsidempuan.

D. Teknik Pengumpulan Data

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini. Kuesioner merupakan instrumen pengumpulan data yang mana responden akan menjawab pertanyaan dan pernyataan yang diberikan oleh peneliti.⁷¹ Peneliti menyebarkan kuesioner secara *online* kepada masyarakat yang tinggal di kota Padangsidempuan dengan menggunakan *Google form*.

Tabel III.1 Skala Likert

Skala Likert	Nilai Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Kurang Setuju (KS)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

Adapun kisi-kisi angket variabel dalam penelitian ini yaitu:

Tabel III.2 Kisi-Kisi Angket Penelitian

No	Variabel	Indikator	Kisi-Kisi
1	Niat perilaku (Y)	1. Keinginan untuk menggunakan. 2. Keinginan mencoba untuk menggunakan. 3. Akan menggunakan di masa yang akan datang.	1, 2, 3, 4, 5
2	Ekspektasi Kinerja (X ₁)	1. Adanya kegunaan. 2. Mempercepat pekerjaan. 3. Memudahkan pekerjaan. 4. Meningkatkan efektifitas.	1, 2, 3, 4, 5

⁷¹ Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Alfabeta.

3	Ekspektasi Usaha (X_2)	1. Mudah untuk dipelajari. 2. Mudah untuk di pahami. 3. Mudah untuk digunakan. 4. Mudah untuk menjadi trampil.	1, 2, 3, 4, 5
4	Pengaruh sosial (X_3)	1. Pengaruh orang penting. 2. Faktor sosial. 3. Partisipasi orang lain.	1, 2, 3, 4, 5
5	Kondisi yang Memfasilitasi (X_4)	1. Adanya sumber daya. 2. Adanya pengetahuan. 3. Adanya bantuan/infrastruktur.	1, 2, 3, 4, 5
6	Motivasi Hedonis (X_5)	1. Menyenangkan. 2. Menghibur. 3. Menarik.	1, 2, 3, 4, 5
7	Nilai Harga (X_6)	1. Keterjangkauan harga. 2. Kesesuaian harga dengan manfaat. 3. Memberikan nilai yang bagus.	1, 2, 3, 4, 5
8	Kebiasaan (X_7)	1. Kebiasaan. 2. Kecanduan menggunakan. 3. Keharusan menggunakan. 4. Hal yang wajar.	1, 2, 3, 4, 5
9	Persepsi Risiko (X_8)	1. Kecenderungan umum dari risiko 2. Menerima risiko 3. Mengejar risiko 4. Menghindari risiko	1, 2, 3, 4, 5

E. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Uji validitas digunakan untuk menguji apakah setiap butir dari pernyataan pada responden dapat dimengerti oleh responden.

Validitas konvergen ditentukan berdasarkan prinsip pengukuran suatu variabel yang semestinya memiliki korelasi tinggi. Uji validitas konvergen dalam penelitian ini dilihat dari nilai *loading factor convergent* dan nilai *outer loading average variance extracted* (AVE). Jika nilai *loading factor* > 0,708 maka indikator (item pernyataan) tersebut dapat dijelaskan oleh variabel yang

diukur. Sedangkan berdasarkan AVE, indikator (item pernyataan) dapat dikatakan valid jika nilai AVE yang diperoleh lebih dari 0.5. Uji reliabilitas konsistensi internal bertujuan untuk menilai seberapa baik kemampuan indikator bisa mengukur variabel latennya. Uji reliabilitas konsistensi internal dalam penelitian ini di lihat dari nilai *composite reliability* dan nilai *Cronbach alpha*. Jika nilai *composite reliability* dan nilai *Cronbach alpha* lebih besar dari 0,6 maka dapat diterima.⁷²

2. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif menurut Syahrudin dan Salim adalah statistik yang mempelajari tata cara mengumpulkan, menyusun, menyajikan dan menganalisa data penelitian yang berwujud angka-angka, agar dapat memberikan gambaran yang teratur, ringkas dan jelas mengenai suatu gejala, keadaan peristiwa, sehingga dapat ditarik pengertian atau makna tertentu. Menurut Rusydi, analisis data yang tergolong statistik deskriptif terdiri dari tabel, grafik, mean, median, modus, pengukuran variasi data, dan teknik statistik lain yang bertujuan hanya mengetahui gambaran atau kecenderungan data tanpa bermaksud melakukan generalisasi.⁷³

⁷² Sholihin, M., & Ratmono, D. (2020). *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 7.0 untuk hubungan Nonlinier dalam penelitian sosial dan Bisnis*. Penerbit ANDI.

⁷³ Siregar, I. A. (2021). Analisis Dan Interpretasi Data Kuantitatif. *ALACRITY: Journal of Education*, 39–48. <https://doi.org/10.52121/alacrity.v1i2.25>. Hlm. 43.

Analisis deskriptif data terhadap variabel-variabel dalam suatu penelitian meliputi mendeskripsikan hasil melalui mean, standar deviasi, dan rentang skor. Analisis deskriptif bertujuan untuk mengubah sekumpulan data mentah menjadi bentuk yang lebih mudah dipahami yang berbentuk informasi yang lebih ringkas. Metode deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan data yang terkumpul tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.⁷⁴

Tujuan penelitian deskriptif adalah untuk mengklarifikasi, menggambarkan keadaan suatu objek atau subjek penelitian secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fenomena atau kenyataan social, fakta-fakta, sifat-sifat, dan hubungan antara fenomena yang diselidiki dengan cara mendeskripsikan jumlah variabel yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

3. *Partial Lest Square (PLS)*

Partial Lest Square (PLS) adalah metode untuk menganalisis hubungan kompleks antara konstruk dan indikator.

Awalnya dikembangkan oleh ahli ekonometrik Swedia Herman Wold dan kemudian dikembangkan secara substansial oleh Jan-Bar.⁷⁵ *Partial Lest Square (PLS)* adalah keluarga algoritma kuadrat

⁷⁴ Ashari, B. H., Wibawa, B. M., & Persada, S. F. (2017). Analisis Deskriptif dan Tabulasi Silang pada Konsumen Online shop di Instagram (Studi Kasus 6 Universitas di Kota Surabaya). *Jurnal Sains Dan Seni ITS*, 6(1). <https://doi.org/10.12962/j23373520.v6i1.21403>. Hlm. 18.

⁷⁵ Suthatorn, P., & Charoensukmongkol, P. (2023). How work passion and job tenure mitigate the effect of perceived organizational support on organizational identification of flight

terkecil bergantian yang meniru dan memperluas analisis komponen utama serta analisis korelasi kanonik. Metode ini ditemukan oleh Herman Wold untuk analisis dimensi tinggi data dalam lingkungan berstruktur rendah dan telah mengalami berbagai perluasan dan modifikasi. Dalam tampilannya yang paling modern pemodelan jalur PLS dapat dipahami sebagai metode *Structural Equation Modeling* (SEM) lengkap yang dapat menangani model faktor dan model komposit untuk pengukuran konstruk, memperkirakan model struktural rekursif dan non-rekursif, dan melakukan uji kesesuaian model.⁷⁶

Partial Least Square (PLS) secara formal ditentukan oleh dua set persamaan linier yaitu: model pengukuran disebut juga model luar dan model struktural disebut juga model dalam. Model pengukuran menentukan hubungan antara suatu konstruk dan indikator yang diamati atau biasa disebut juga dengan variabel. Abdullah dan Hartono (2015) menyebutkan bahwa SEM-PLS merupakan *variance atau component-based SEM*, di mana indikator-indikator variabel laten yang satu tidak dikorelasikan dengan indikator-indikator dari variabel laten lain dalam satu model penelitian. Keunggulan SEM-PLS adalah bersifat non

attendants during the COVID-19 pandemic. *Asia Pacific Management Review*, 28(3), 347–357. <https://doi.org/10.1016/j.apmr.2022.12.003>

⁷⁶ Henseler, J., Hubona, G., & Ray, P. A. (2016). Using PLS path modeling in new technology research: updated guidelines. *Industrial Management & Data Systems*, 116(1), 2–20. <https://doi.org/10.1108/IMDS-09-2015-0382>.

parametrik atau tidak membutuhkan berbagai asumsi. Jumlah sampel yang dibutuhkan dalam SEM-PLS tidak besar. Hanya dengan 30 sampel saja aplikasi bisa dijalankan. SEM-PLS dapat menganalisis konstruk dengan indikator normatif maupun reflektif, serta dapat digunakan pada model yang dasar teorinya masih belum kuat.⁷⁷

a. Analisis Inferensial

1) *Outer* model

Model pengukuran adalah model yang mendeskripsikan hubungan antar variabel laten (konstruk) dengan indikatornya. Indikator-indikator dapat dirujuk dari referensi.⁷⁸ Menurut Ghozali bahwa *Outer* model sering disebut *outer relation* atau *measurement model* yang mendefinisikan pada setiap indikator berhubungan dengan variabel latennya. Ada tiga kriteria untuk menilai *outer* model yaitu *Convergent Validity*, *Discriminant Validity* dan *Composite Reliability*.⁷⁹

2) *Inner* model

Model struktural adalah model yang mendeskripsikan hubungan antar konstruk (variabel laten). Hubungan antar

⁷⁷ Furadantin, N. R. (2018). Analisis Data Menggunakan Aplikasi SmartPLS v.3.2.7 2018. *Academia (Accelerating the World's Research)*, 1–8.

⁷⁸ Juliandi, A. (2018). *Modul Pelatihan Structural Equation Model Partial Least Square (Sem-Pls) Dengan Fn Smartpls*. Hlm. 4.

⁷⁹ Purwaningsih, R., & Kpeusuma, P. D. (2015). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Usaha Kecil Dan Menengah (Ukm) Dengan Metode Structural Equation Modeling (Studi kasus UKM berbasis Industri Kreatif Kota Semarang). *Prosiding Seminar Sains Nasional Dan Teknologi*, 1(1), 7–12.

konstruk didasarkan kepada teori atau asumsi-asumsi tertentu.⁸⁰

Berikut persamaan model struktural dalam penelitian ini adalah:

$$NP = a_1EK + a_2EU + a_3KS + a_4KF + a_5MH + a_6NH + a_7HB + a_8IP + e \dots\dots\dots(i)$$

Keterangan:

NP: Niat Perilaku

EK: Ekspektasi Kinerja (*Performance Expectancy*)

EU: Ekspektasi Usaha (*Effort Expectancy*)

KS: Kemampuan Sosial (*Social Influence*)

KF: Kondisi yang Memfasilitasi (*Facilitating Conditions*)

MH: Motivasi Hedonis (*Hedonic Motivation*)

NH: Nilai Harga (*Price Value*)

HB: Kebiasaan (*Habit*)

IP : Inovasi Personal (*Personal Innovativeness*)

a : Koefisien

e :*Error*

⁸⁰ Juliandi, A. (2018). *Op. Cit.*, Hlm. 3.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum

1. Gambaran Umum Bank Syariah Indonesia (BSI)

Bank Syariah Indonesia (BSI) adalah salah satu bank syariah terbesar di Indonesia yang resmi berdiri pada 1 Februari 2021. Bank ini merupakan hasil penggabungan tiga bank syariah milik negara, yaitu Bank BRISyariah, Bank Syariah Mandiri, dan Bank BNI Syariah. Proses merger ini bertujuan untuk menciptakan sinergi yang lebih besar dalam memperkuat ekosistem perbankan syariah di Indonesia.⁸¹ Dengan mayoritas sahamnya dimiliki oleh Bank Mandiri, BSI merupakan bagian dari Himpunan Bank Milik Negara (HIMBARA) dan memiliki visi untuk menjadi bank syariah terdepan di Indonesia dan dunia. Merger ini menghasilkan bank dengan kapitalisasi pasar terbesar di sektor syariah Indonesia dan salah satu yang terbesar secara global.

Sejarah pembentukan BSI dimulai dari inisiatif untuk mengintegrasikan berbagai unit perbankan syariah di Indonesia guna meningkatkan efisiensi dan daya saing. BRISyariah, sebagai entitas surviving dalam merger, sebelumnya telah mengalami transformasi dari Bank Jasa Arta menjadi bank syariah anak usaha BRI pada 2008. Penggabungan ini disetujui oleh para pemegang saham pada tahun 2020

⁸¹ Wahida Rahim, Ikhlas Supardin, and Ikhsan Gasali, "Efektivitas Kebijakan Merger Bank Syariah Indonesia (BSI) Dalam Revitalisasi Pembangunan Ekonomi Berbasis Syariah" 5, no. 1 (2025), https://e-journal.uingusdur.ac.id/el_hisbah.

dan mendapat izin resmi dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada Januari 2021.⁸² Dengan peluncuran logo dan nama baru pada 1 Februari 2021, BSI mengukuhkan dirinya sebagai bank syariah nasional dengan fondasi kuat dan jaringan luas yang meliputi seluruh Indonesia.

Dalam operasionalnya, BSI menawarkan berbagai produk dan layanan perbankan yang mencakup tabungan, pembiayaan, kartu debit, hingga layanan digital. Produk unggulannya seperti tabungan haji, tabungan pendidikan, dan pembiayaan Griya Hasanah menonjolkan prinsip-prinsip syariah yang mendasari operasional bank ini. Di sisi teknologi, BSI telah meluncurkan aplikasi digital terbarunya, BYOND by BSI, pada tahun 2024. Aplikasi ini dirancang sebagai super app yang mengintegrasikan layanan finansial, sosial, dan spiritual, serta menghadirkan kemudahan akses dan keamanan yang maksimal bagi nasabah.⁸³

Dari sisi struktur organisasi, BSI memiliki kepemimpinan yang solid dengan dewan komisaris, direksi, dan dewan pengawas syariah yang berkomitmen terhadap prinsip tata kelola yang baik. Dengan visi dan misi yang jelas, BSI diarahkan untuk mendukung pertumbuhan ekonomi syariah melalui pendekatan inklusif dan inovatif. Selain itu, BSI terus berupaya memperluas pangsa pasar melalui rights issue, seperti yang dilakukan pada 2022 untuk memperkuat struktur permodalan dan meningkatkan ketersediaan saham di bursa.

⁸² Mulfi Aulia and Salwa Dalilah Nasution, "Analisis Praktik Merger Tiga Bank Syariah Perspektif POJK. 41/POJK.03/2019," 2022.

⁸³ Anita Tri Milza et al., "Implementasi Bsi Mobile Sebagai Wujud Tercapainya Paperless Dan Penerapan Green Banking," *IJAB Indonesian Journal of Accounting and Business* 3, no. 1 (2021): 1–12, <https://doi.org/10.33019/ijab.v3i1.3>.

Secara keseluruhan, BSI berperan strategis dalam pengembangan industri keuangan syariah di Indonesia. Keberadaannya mencerminkan komitmen pemerintah dalam mendukung ekosistem ekonomi syariah yang inklusif, berkelanjutan, dan kompetitif. Dengan aset yang besar, produk yang beragam, serta dukungan teknologi digital, BSI tidak hanya menjadi pelopor perbankan syariah di Indonesia tetapi juga berpotensi menjadi pemain utama dalam pasar keuangan syariah global.

2. Gambaran Umum E-Emas Bank Syariah Indonesia

E-Emas merupakan fitur investasi berbasis digital yang disediakan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) melalui aplikasi BSI Mobile. Produk ini didasarkan pada akad *Wadiah Yad Amanah*, di mana saldo yang disimpan berupa gram emas. Layanan ini dirancang untuk memfasilitasi masyarakat dalam berinvestasi emas secara syariah dengan cara yang mudah, cepat, dan aman. Nasabah dapat melakukan berbagai transaksi seperti pembelian, penjualan, transfer, hingga penarikan fisik emas melalui aplikasi. Dengan fitur ini, BSI menawarkan solusi bagi masyarakat yang ingin berinvestasi emas tanpa perlu repot menyimpan emas secara fisik di rumah.

Keunggulan utama dari fitur E-Emas meliputi investasi yang terjangkau, fleksibilitas tinggi, serta keamanan dalam pengelolaan emas.⁸⁴

Nasabah dapat memulai investasi dengan nominal setara 0,05gram emas atau sekitar Rp50.000, menjadikannya solusi yang inklusif bagi berbagai

⁸⁴ Hanifatul Riskiya Lubis, Raissa Nazalia, and Universitas Cendikia Abditama, "Sharia Implementation of the Gold Bullion Purchase Procedure Using the E-Emas Application At Bank Syariah Indonesia Kelapa Dua" 2, no. 119 (2023): 13–19.

lapisan masyarakat, terutama generasi muda. Selain itu, kemudahan dalam melakukan transaksi kapan saja melalui aplikasi BSI Mobile tanpa biaya tambahan memperkuat daya tarik produk ini. Bank Syariah Indonesia juga menjamin ketersediaan emas yang dikelola sesuai prinsip syariah, memberikan rasa nyaman dan aman kepada para nasabah.

Dari sisi teknis, fitur E-Emas memerlukan nasabah untuk memiliki rekening tabungan berbasis akad mudharabah atau wadiah di BSI dan telah mengaktifkan layanan BSI Mobile. Setoran awal minimal untuk membuka rekening emas adalah 0,1gram emas, dengan saldo minimal yang harus dipertahankan sebesar jumlah yang sama. Biaya administrasi tahunan sebesar Rp24.000 dibayarkan pada saat pembukaan rekening dan akan dikenakan kembali pada tahun berikutnya pada tanggal yang sama. Sistem ini memberikan transparansi dan kemudahan dalam pengelolaan investasi emas secara digital.

Daya tarik utama dari investasi emas melalui fitur ini terletak pada keunggulan emas sebagai instrumen investasi. Emas memiliki daya tahan terhadap inflasi, sifat likuid, dan stabilitas nilai jangka panjang. Dengan demikian, fitur E-Emas menjadi alternatif investasi yang ideal bagi masyarakat, terutama generasi milenial yang semakin menyadari pentingnya perencanaan keuangan jangka panjang. Selain itu, kehadiran fitur ini juga mendukung visi BSI dalam mendorong literasi dan inklusi keuangan berbasis syariah di Indonesia.

Dengan memanfaatkan fitur E-Emas, Bank Syariah Indonesia tidak hanya memberikan solusi investasi praktis dan aman, tetapi juga mendorong penerapan prinsip syariah dalam pengelolaan keuangan. Inovasi ini merupakan langkah strategis dalam menjawab kebutuhan masyarakat modern yang menginginkan kemudahan, transparansi, dan kepatuhan terhadap hukum Islam dalam aktivitas investasi mereka. Sebagai bagian dari ekosistem digital BSI Mobile,⁸⁵ E-Emas juga menjadi bukti transformasi BSI dalam menyediakan layanan perbankan syariah yang relevan dengan kebutuhan zaman.

3. Gambaran Umum Responden

Penelitian ini dilakukan terhadap masyarakat di Kota Padangsidempuan yang menjadi pengguna layanan teknologi digital, khususnya dalam konteks investasi e-mas melalui platform perbankan syariah yaitu *mobile banking* bank syariah Indonesia. Responden yang dilibatkan dalam penelitian ini merupakan individu yang tersebar di berbagai kecamatan di Kota Padangsidempuan, dengan latar belakang pendidikan, pekerjaan, dan usia yang beragam.

Responden berusia antara 15 hingga 64 tahun, yang merupakan kelompok usia produktif dan cenderung melek teknologi. Namun sebesar 99,3% responden memiliki usia antara 20-50 tahun. Sehingga mayoritas responden dalam penelitian ini masih berusia produktif. Responden dengan usia tersebut umumnya memiliki tingkat pendidikan minimal sekolah

⁸⁵ Lubis, Nazalia, and Abditama.

menengah atas, yang memungkinkan mereka memahami fitur-fitur teknologi finansial secara lebih cepat dan efisien terutama pada aplikasi BSI *mobile banking*.

Dari sisi pekerjaan, responden didominasi oleh kalangan karyawan swasta, ASN, wiraswasta, serta mahasiswa. Hal ini mencerminkan bahwa layanan investasi melalui platform digital sudah mulai menyentuh berbagai lapisan masyarakat. Tingginya tingkat penetrasi smartphone dan internet di Kota Padangsidimpuan turut mendukung keterlibatan responden dalam pemanfaatan layanan digital banking, termasuk layanan investasi emas secara elektronik.

B. Analisis Data

1. Hasil Uji *Outer Model*

a. Uji Validitas Konvergen

1) Uji *Loading Factor*

Hasil uji *Loading Factor* dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel IV.1 Hasil Uji *Convergent Validity Loading Factor*

Konstruk	Indikator	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	Y	Titik Kritis	Kesimpulan
Ekspektasi Kinerja	X1.1	0.833	0.502	0.465	0.485	0.491	0.490	0.422	0.396	0.535	0,7	Valid
	X1.2	0.804	0.563	0.438	0.402	0.426	0.418	0.341	0.341	0.457	0,7	Valid
	X1.3	0.812	0.599	0.387	0.400	0.407	0.402	0.358	0.376	0.459	0,7	Valid
	X1.4	0.840	0.632	0.462	0.441	0.408	0.403	0.335	0.370	0.484	0,7	Valid
	X1.5	0.883	0.643	0.453	0.395	0.428	0.397	0.322	0.362	0.459	0,7	Valid
	X1.6	0.865	0.668	0.508	0.468	0.474	0.483	0.395	0.400	0.507	0,7	Valid
	X1.7	0.896	0.664	0.509	0.489	0.474	0.486	0.351	0.369	0.537	0,7	Valid
	X1.8	0.833	0.598	0.503	0.462	0.454	0.456	0.356	0.397	0.482	0,7	Valid
Ekspektasi Usaha	X2.1	0.809	0.871	0.517	0.518	0.492	0.505	0.429	0.431	0.535	0,7	Valid
	X2.2	0.845	0.904	0.546	0.542	0.529	0.545	0.437	0.424	0.568	0,7	Valid

	X2.3	0.827	0.895	0.535	0.518	0.521	0.528	0.444	0.413	0.565	0,7	Valid
	X2.4	0.865	0.902	0.574	0.522	0.526	0.530	0.427	0.415	0.569	0,7	Valid
	X2.5	0.812	0.799	0.387	0.400	0.407	0.402	0.358	0.376	0.459	0,7	Valid
	X2.6	0.828	0.834	0.455	0.436	0.410	0.415	0.347	0.378	0.487	0,7	Valid
	X2.7	0.883	0.855	0.456	0.393	0.427	0.414	0.324	0.364	0.462	0,7	Valid
	X2.8	0.865	0.868	0.508	0.468	0.474	0.483	0.395	0.400	0.507	0,7	Valid
Pengaruh Sosial	X3.1	0.518	0.541	0.882	0.789	0.808	0.798	0.419	0.390	0.569	0,7	Valid
	X3.2	0.502	0.522	0.904	0.829	0.837	0.826	0.416	0.408	0.584	0,7	Valid
	X3.3	0.519	0.527	0.924	0.876	0.856	0.826	0.432	0.429	0.556	0,7	Valid
	X3.4	0.484	0.495	0.884	0.774	0.740	0.757	0.350	0.326	0.473	0,7	Valid
	X3.5	0.469	0.496	0.900	0.845	0.771	0.770	0.398	0.385	0.538	0,7	Valid
	X3.6	0.487	0.532	0.916	0.899	0.823	0.826	0.433	0.417	0.548	0,7	Valid
Kondisi Memfasilitasi	X4.1	0.501	0.546	0.925	0.926	0.853	0.855	0.431	0.419	0.574	0,7	Valid
	X4.2	0.477	0.479	0.859	0.913	0.836	0.797	0.424	0.410	0.530	0,7	Valid
	X4.3	0.487	0.491	0.845	0.908	0.815	0.801	0.447	0.438	0.554	0,7	Valid
	X4.4	0.479	0.507	0.843	0.939	0.877	0.874	0.480	0.464	0.585	0,7	Valid
	X4.5	0.469	0.510	0.837	0.928	0.880	0.923	0.465	0.435	0.610	0,7	Valid
	X4.6	0.470	0.492	0.795	0.894	0.848	0.905	0.428	0.423	0.576	0,7	Valid
Motivasi Hedonis	X5.1	0.483	0.497	0.840	0.880	0.930	0.932	0.455	0.445	0.622	0,7	Valid
	X5.2	0.516	0.533	0.831	0.872	0.925	0.907	0.425	0.417	0.615	0,7	Valid
	X5.3	0.456	0.471	0.808	0.848	0.933	0.857	0.422	0.403	0.611	0,7	Valid
	X5.4	0.470	0.503	0.829	0.893	0.944	0.903	0.454	0.424	0.624	0,7	Valid
	X5.5	0.478	0.502	0.800	0.773	0.866	0.811	0.425	0.402	0.590	0,7	Valid
	X5.6	0.518	0.535	0.855	0.883	0.952	0.902	0.439	0.414	0.634	0,7	Valid
Nilai Harga	X6.1	0.484	0.503	0.789	0.788	0.865	0.892	0.431	0.423	0.598	0,7	Valid
	X6.2	0.511	0.531	0.841	0.845	0.892	0.939	0.410	0.397	0.642	0,7	Valid
	X6.3	0.488	0.527	0.839	0.878	0.901	0.942	0.438	0.408	0.624	0,7	Valid
	X6.4	0.469	0.514	0.834	0.923	0.880	0.928	0.461	0.432	0.612	0,7	Valid
	X6.5	0.469	0.496	0.794	0.892	0.849	0.913	0.426	0.419	0.579	0,7	Valid
	X6.6	0.482	0.502	0.837	0.875	0.932	0.942	0.449	0.438	0.631	0,7	Valid
Kebiasaan	X7.1	0.381	0.406	0.418	0.439	0.434	0.421	0.903	0.843	0.572	0,7	Valid
	X7.2	0.395	0.420	0.411	0.426	0.397	0.398	0.914	0.870	0.498	0,7	Valid
	X7.3	0.408	0.430	0.435	0.463	0.468	0.442	0.939	0.895	0.560	0,7	Valid
	X7.4	0.393	0.440	0.434	0.451	0.445	0.451	0.937	0.885	0.552	0,7	Valid
	X7.5	0.404	0.444	0.452	0.482	0.465	0.466	0.962	0.903	0.583	0,7	Valid
	X7.6	0.394	0.426	0.417	0.460	0.450	0.447	0.940	0.887	0.535	0,7	Valid
	X7.7	0.389	0.418	0.417	0.457	0.440	0.444	0.930	0.895	0.518	0,7	Valid
	X7.8	0.402	0.420	0.390	0.440	0.415	0.435	0.924	0.920	0.510	0,7	Valid
Persepsi Risiko	X8.1	0.417	0.442	0.407	0.450	0.428	0.435	0.894	0.956	0.507	0,7	Valid
	X8.2	0.426	0.424	0.385	0.419	0.407	0.405	0.874	0.959	0.492	0,7	Valid
	X8.3	0.429	0.445	0.401	0.429	0.402	0.404	0.866	0.946	0.503	0,7	Valid
	X8.4	0.419	0.422	0.417	0.448	0.406	0.421	0.883	0.945	0.515	0,7	Valid

	X8.5	0.407	0.430	0.437	0.466	0.471	0.447	0.938	0.897	0.559	0,7	Valid
	X8.6	0.397	0.442	0.432	0.448	0.441	0.448	0.933	0.884	0.549	0,7	Valid
	X8.7	0.416	0.441	0.409	0.451	0.430	0.436	0.894	0.955	0.507	0,7	Valid
	X8.8	0.423	0.423	0.386	0.420	0.406	0.404	0.873	0.959	0.489	0,7	Valid
Niat Perilaku	Y1	0.504	0.537	0.514	0.538	0.593	0.604	0.490	0.456	0.888	0,7	Valid
	Y2	0.497	0.521	0.542	0.538	0.580	0.591	0.500	0.473	0.903	0,7	Valid
	Y3	0.553	0.565	0.548	0.580	0.615	0.614	0.583	0.543	0.940	0,7	Valid
	Y4	0.549	0.555	0.564	0.583	0.610	0.602	0.544	0.526	0.916	0,7	Valid
	Y5	0.539	0.562	0.581	0.597	0.632	0.630	0.553	0.517	0.934	0,7	Valid
	Y6	0.556	0.574	0.587	0.601	0.646	0.623	0.536	0.512	0.941	0,7	Valid

Sumber: Diolah WarpPLS (2024)

Hasil uji validitas konvergen menggunakan nilai *loading factor* pada penelitian ini menunjukkan bahwa semua indikator pada masing-masing konstruk memiliki nilai *loading factor* di atas titik kritis 0,7, yang berarti valid. Hal ini mengindikasikan bahwa masing-masing indikator mampu merepresentasikan konstraknya dengan baik. Validitas konvergen yang memenuhi kriteria ini menguatkan bahwa data yang digunakan memiliki konsistensi internal yang tinggi dalam mengukur setiap konstruk yang dimaksud. Dengan demikian, model pengukuran ini dapat dinyatakan valid untuk digunakan dalam analisis lebih lanjut.

2) Uji *Average Varians Extracted* (AVE)

Hasil uji *Average Variance Extracted* dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel IV.2 Hasil Uji AVE

Variabel	AVE	Titik Kritis	Kesimpulan
X1	0.716	0,5	Reliabel
X2	0.751	0,5	Reliabel
X3	0.813	0,5	Reliabel
X4	0.843	0,5	Reliabel
X5	0.857	0,5	Reliabel
X6	0.858	0,5	Reliabel
X7	0.867	0,5	Reliabel
X8	0.880	0,5	Reliabel
Y	0.847	0,5	Reliabel

Sumber: Diolah WarpPLS (2024)

Hasil uji *Average Variance Extracted* (AVE) pada penelitian ini menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai AVE di atas titik kritis 0,5, sehingga dinyatakan reliabel. Nilai AVE yang memenuhi kriteria ini mengindikasikan bahwa masing-masing variabel mampu menjelaskan lebih dari 50% varians dari indikator-indikatornya, menunjukkan konsistensi dan kemampuan representasi yang baik dari konstruk yang diukur. Hasil ini memberikan bukti bahwa model pengukuran dalam penelitian ini memenuhi validitas konvergen, memperkuat keandalan data dalam mendukung analisis yang lebih lanjut.

b. Uji Discriminant Validity

1) Uji Cross Loading

Hasil uji *cross loading* dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel IV.3 Hasil Uji Cross Loading

Konstruk	Indikator	Cross Loading	Titik Kritis	Kesimpulan
Ekspektasi Kinerja	X1.1	0.833	0,7	Baik
	X1.2	0.804	0,7	Baik
	X1.3	0.812	0,7	Baik
	X1.4	0.840	0,7	Baik
	X1.5	0.883	0,7	Baik
	X1.6	0.865	0,7	Baik
	X1.7	0.896	0,7	Baik
	X1.8	0.833	0,7	Baik
Ekspektasi Usaha	X2.1	0.871	0,7	Baik
	X2.2	0.904	0,7	Baik
	X2.3	0.895	0,7	Baik
	X2.4	0.902	0,7	Baik
	X2.5	0.799	0,7	Baik
	X2.6	0.834	0,7	Baik
	X2.7	0.855	0,7	Baik
	X2.8	0.868	0,7	Baik
Pengaruh	X3.1	0.882	0,7	Baik

Sosial	X3.2	0.904	0,7	Baik
	X3.3	0.924	0,7	Baik
	X3.4	0.884	0,7	Baik
	X3.5	0.900	0,7	Baik
	X3.6	0.916	0,7	Baik
Kondisi Memfasilitasi	X4.1	0.926	0,7	Baik
	X4.2	0.913	0,7	Baik
	X4.3	0.908	0,7	Baik
	X4.4	0.939	0,7	Baik
	X4.5	0.928	0,7	Baik
	X4.6	0.894	0,7	Baik
Motivasi Hedonis	X5.1	0.930	0,7	Baik
	X5.2	0.925	0,7	Baik
	X5.3	0.933	0,7	Baik
	X5.4	0.944	0,7	Baik
	X5.5	0.866	0,7	Baik
	X5.6	0.952	0,7	Baik
Nilai Harga	X6.1	0.892	0,7	Baik
	X6.2	0.939	0,7	Baik
	X6.3	0.942	0,7	Baik
	X6.4	0.928	0,7	Baik
	X6.5	0.913	0,7	Baik
	X6.6	0.942	0,7	Baik
Kebiasaan	X7.1	0.903	0,7	Baik

	X7.2	0.914	0,7	Baik
	X7.3	0.939	0,7	Baik
	X7.4	0.937	0,7	Baik
	X7.5	0.962	0,7	Baik
	X7.6	0.940	0,7	Baik
	X7.7	0.930	0,7	Baik
	X7.8	0.924	0,7	Baik
Persepsi Risiko	X8.1	0.956	0,7	Baik
	X8.2	0.959	0,7	Baik
	X8.3	0.946	0,7	Baik
	X8.4	0.945	0,7	Baik
	X8.5	0.897	0,7	Baik
	X8.6	0.884	0,7	Baik
	X8.7	0.955	0,7	Baik
	X8.8	0.959	0,7	Baik
Niat Perilaku	Y1	0.888	0,7	Baik
	Y2	0.903	0,7	Baik
	Y3	0.940	0,7	Baik
	Y4	0.916	0,7	Baik
	Y5	0.934	0,7	Baik
	Y6	0.941	0,7	Baik

Sumber: Diolah WarpPLS (2024)

Hasil uji *Discriminant Validity* dengan menggunakan uji *cross loading* pada penelitian ini menunjukkan bahwa semua indikator pada setiap konstruk memiliki nilai *cross loading* yang

lebih tinggi pada konstruk yang diukur dibandingkan dengan pada konstruk lainnya. Setiap nilai *cross loading* indikator untuk konstruk terkait menunjukkan nilai lebih dari 0,7, yang berarti bahwa indikator tersebut memiliki keterkaitan yang kuat dan lebih relevan dengan konstruk yang diukur daripada dengan konstruk lainnya. Hal ini mendukung validitas diskriminan yang menunjukkan bahwa setiap konstruk dalam model penelitian ini mampu membedakan dirinya dengan jelas dari konstruk lain, mengindikasikan bahwa model pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini telah sesuai dan dapat diandalkan untuk analisis lebih lanjut.

2) Uji Korelasi *Fornell-Locker*

Hasil uji Korelasi *Fornell-Locker* dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel IV.4 Hasil Uji Korelasi *Fornell-Larcker*

Variabel	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	Y
X1	0.846	0.771	0.551	0.523	0.526	0.522	0.425	0.444	0.579
X2	0.771	0.867	0.576	0.549	0.548	0.553	0.457	0.462	0.600
X3	0.551	0.576	0.902	0.727	0.894	0.888	0.453	0.436	0.604
X4	0.523	0.549	0.927	0.918	0.728	0.736	0.486	0.470	0.623
X5	0.526	0.548	0.894	0.728	0.926	0.757	0.472	0.451	0.666
X6	0.522	0.553	0.888	0.736	0.757	0.926	0.470	0.453	0.663
X7	0.425	0.457	0.453	0.486	0.472	0.470	0.931	0.753	0.581

X8	0.444	0.462	0.436	0.470	0.451	0.453	0.753	0.938	0.548
Y	0.579	0.600	0.604	0.623	0.666	0.663	0.581	0.548	0.921

Sumber: Diolah WarpPLS (2024)

Hasil uji Discriminant Validity dengan menggunakan metode korelasi Fornell-Larcker pada penelitian ini menunjukkan bahwa semua nilai korelasi antar konstruk (X1, X2, X3, X4, X5, X6, X7, X8, Y) lebih rendah dibandingkan dengan akar kuadrat dari Average Variance Extracted (AVE) dari masing-masing konstruk. Secara spesifik, nilai korelasi antar konstruk berada di bawah nilai akar kuadrat AVE, yang menunjukkan bahwa setiap konstruk memiliki validitas diskriminan yang baik. Dengan kata lain, konstruk-konstruk yang berbeda dalam model penelitian ini memiliki perbedaan yang jelas dan tidak tumpang tindih satu sama lain, sehingga mengindikasikan bahwa konstruk yang diukur memang menggambarkan konsep yang unik dan terpisah dari konstruk lainnya. Hal ini memperkuat validitas discriminant dan mendukung integritas model pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini.

c. *Uji Reliabilitas*

Hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel IV.5 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbachs Alpha</i>	Titik Kritis	<i>Composite Reliability</i>	Titik Kritis	Kesimpulan
X1	0.743	0,6	0.817	0,7	Reliabel
X2	0.773	0,6	0.835	0,7	Reliabel
X3	0.776	0,6	0.843	0,7	Reliabel
X4	0.837	0,6	0.881	0,7	Reliabel
X5	0.834	0,6	0.879	0,7	Reliabel
X6	0.825	0,6	0.873	0,7	Reliabel
X7	0.891	0,6	0.913	0,7	Reliabel
X8	0.888	0,6	0.911	0,7	Reliabel
Y	0.807	0,6	0.862	0,7	Reliabel

Sumber: Diolah WarpPLS (2024)

Hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini menunjukkan bahwa seluruh variabel yang diuji memiliki tingkat reliabilitas yang baik, baik berdasarkan pengujian *Cronbach's Alpha* maupun *Composite Reliability*. Nilai *Cronbach's Alpha* untuk semua variabel lebih tinggi dari titik kritis 0,6, yang menunjukkan konsistensi internal yang memadai, dengan nilai berkisar antara 0,743 hingga 0,891. Selain itu, nilai *Composite Reliability* juga lebih tinggi dari titik kritis 0,7 untuk

semua variabel, dengan rentang nilai antara 0,817 hingga 0,913, yang menandakan bahwa konstruk-konstruk yang diukur memiliki reliabilitas yang tinggi. Hasil uji reliabilitas ini mengindikasikan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dapat dipercaya untuk mengukur konstruk yang dimaksudkan, sehingga memberikan dasar yang kuat bagi analisis lebih lanjut.

2. Hasil Uji Inner Model

a. Coefficient Of Determination (R^2)

Hasil uji *Coefficient Of Determination* (R^2) dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel IV.6 Hasil Uji Coefficient Of Determination R^2

Variabel	<i>R-square</i>	Kriteria
Niat Perilaku (Y)	0,456	Moderat

Sumber: Diolah WarpPLS (2024)

Hasil uji Koefisien Determinasi (R^2) dalam penelitian ini menunjukkan bahwa nilai R^2 untuk variabel Niat Perilaku (Y) adalah 0,456, yang tergolong dalam kategori moderat. Hal ini berarti bahwa variabel independen yang diuji dalam model penelitian ini dapat menjelaskan sekitar 45,6% variasi pada variabel dependen, yaitu Niat Perilaku. Variabel independent dalam penelitian ini yaitu ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, motivasi hedonis, nilai harga, kebiasaan dan persepsi risiko dapat menjelaskan variabel niat perilaku. Meskipun nilai R^2 ini

tidak sangat tinggi, nilai moderat ini tetap menunjukkan bahwa faktor-faktor yang diuji memiliki kontribusi yang signifikan dalam mempengaruhi niat perilaku, meskipun ada faktor lain yang mungkin juga berperan dalam mempengaruhi variabel tersebut. Faktor-faktor lain tersebut sebesar 54,4% sehingga peneliti selanjutnya bisa mengkaji lebih dalam terkait niat perilaku menggunakan e-mas pada mobile banking bank syariah Indonesia menggunakan variabel yang tidak digunakan oleh peneliti. Dengan demikian, model yang dibangun dapat dianggap cukup baik dalam menggambarkan hubungan antara konstruk-konstruk yang diteliti.

b. Effect Size (f^2)

Hasil uji *Effect Size* (f^2) dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel IV.7 Hasil Uji Effect Size (f^2)

Konstruk	Variabel	Nilai f^2	Kategori
Niat Perilaku (Y)	Ekspektasi Kinerja (X1)	0.004	<i>Small Effect</i>
	Ekspektasi Usaha (X2)	0.074	<i>Small Effect</i>
	Pengaruh sosial (X3)	0.002	<i>Small Effect</i>
	Kondisi yang Memfasilitasi (X4)	0.018	<i>Small Effect</i>
	Motivasi Hedonis (X5)	0.170	<i>Moderate Effect</i>
	Nilai Harga (X6)	0.081	<i>Small Effect</i>
	Kebiasaan (X7)	0.086	<i>Small Effect</i>
	Persepsi Risiko (X8)	0.029	<i>Small Effect</i>

Sumber: Diolah WarpPLS (2024)

Hasil uji *Effect Size* (f^2) dalam penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar variabel independen yang diuji memiliki efek yang tergolong kecil (*small effect*) terhadap variabel dependen, Niat Perilaku (Y). Nilai f^2 yang menunjukkan efek kecil terdapat pada variabel Ekspektasi Kinerja (X1) dengan nilai 0,004, Ekspektasi Usaha (X2) 0,074, Pengaruh Sosial (X3) 0,002, Kondisi yang Memfasilitasi (X4) 0,018, Nilai Harga (X6) 0,081, Kebiasaan (X7) 0,086, dan Persepsi Risiko (X8) 0,029. Namun, variabel Motivasi Hedonis (X5) menunjukkan nilai f^2 sebesar 0,170, yang masuk dalam kategori efek moderat (*moderate effect*). Hal ini mengindikasikan bahwa Motivasi Hedonis memiliki pengaruh yang lebih besar dan moderat terhadap Niat Perilaku dibandingkan dengan variabel lainnya, meskipun secara keseluruhan pengaruh yang diberikan oleh seluruh variabel independen tetap dapat dianggap relatif kecil hingga moderat terhadap variabel dependen.

c. *Predictive Relevance* (Q^2)

Hasil uji *Predictive Relevance* (Q^2) dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel IV.8 Hasil Uji *Predictive Relevance* (Q^2)

Konstruk	Nilai Q^2	Kesimpulan
Niat Perilaku (Y)	0,464	Q^2 semakin mendekati 1, maka model dapat memprediksi niat perilaku sebesar 46,4%

Sumber: Diolah WarpPLS (2024)

Hasil uji *Predictive Relevance* (Q^2) dalam penelitian ini menunjukkan bahwa nilai Q^2 untuk variabel Niat Perilaku (Y) adalah 0,464. Nilai Q^2 ini mengindikasikan bahwa model penelitian memiliki kemampuan memprediksi varians dari Niat Perilaku sebesar 46,4%. Secara umum, semakin mendekati nilai Q^2 1, semakin tinggi kemampuan model dalam memprediksi varians pada variabel dependen. Oleh karena itu, dengan nilai Q^2 sebesar 0,464, model ini dapat dikatakan memiliki kemampuan prediksi yang cukup baik, meskipun masih ada ruang untuk peningkatan dalam hal kemampuan prediksi variabel dependen.

3. Hasil Uji Hipotesis

a. Uji Hipotesis

Hasil uji hipotesis dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel IV.9 Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	<i>Path Coefficient</i>	<i>P-Values</i>	<i>Kesimpulan</i>
Ekspektasi Kinerja → Niat Perilaku	-0.010	0.425	Tidak Ada Pengaruh
Ekspektasi Usaha → Niat Perilaku	0.154	0.001	Ada Pengaruh
Pengaruh sosial → Niat Perilaku	0.004	0.469	Tidak Ada Pengaruh
Kondisi yang Memfasilitasi → Niat Perilaku	0.033	0.259	Tidak Ada Pengaruh
Motivasi Hedonis → Niat Perilaku	0.287	<0.001	Ada Pengaruh

Nilai Harga → Niat Perilaku	0.140	0.003	Ada Pengaruh
Kebiasaan → Niat Perilaku	0.182	<0.001	Ada Pengaruh
Persepsi Risiko → Niat Perilaku	0.078	0.061	Tidak Ada Pengaruh

Sumber: Diolah WarpPLS (2024)

Berdasarkan hasil uji hipotesis, maka dapat disimpulkan bahwa:

- 1) Hipotesis pertama, yaitu pengaruh Ekspektasi Kinerja terhadap Niat Perilaku, menunjukkan nilai Path Coefficient sebesar -0.010 dengan p-value 0.425, yang berarti tidak ada pengaruh yang signifikan antara Ekspektasi Kinerja dan Niat Perilaku.
- 2) Hipotesis kedua, yaitu pengaruh Ekspektasi Usaha terhadap Niat Perilaku, menunjukkan nilai Path Coefficient sebesar 0.154 dengan p-value 0.001, yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara Ekspektasi Usaha dan Niat Perilaku.
- 3) Hipotesis ketiga, yaitu pengaruh Pengaruh Sosial terhadap Niat Perilaku, menunjukkan nilai Path Coefficient sebesar 0.004 dengan p-value 0.469, yang berarti tidak ada pengaruh yang signifikan antara Pengaruh Sosial dan Niat Perilaku.
- 4) Hipotesis keempat, yaitu pengaruh Kondisi yang Memfasilitasi terhadap Niat Perilaku, menunjukkan nilai Path Coefficient sebesar 0.033 dengan p-value 0.259, yang berarti tidak ada pengaruh yang signifikan antara Kondisi yang Memfasilitasi dan Niat Perilaku.
- 5) Hipotesis kelima, yaitu pengaruh Motivasi Hedonis terhadap Niat Perilaku, menunjukkan nilai Path Coefficient sebesar 0.287

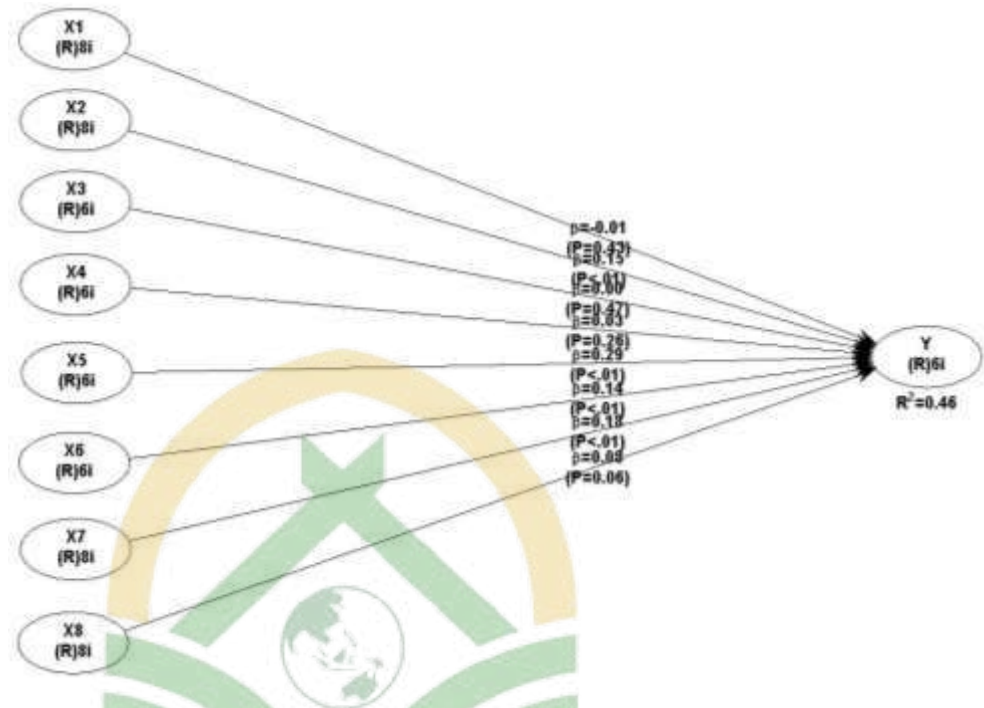
dengan p-value <0.001 , yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara Motivasi Hedonis dan Niat Perilaku.

- 6) Hipotesis keenam, yaitu pengaruh Nilai Harga terhadap Niat Perilaku, menunjukkan nilai Path Coefficient sebesar 0.140 dengan p-value 0.003, yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara Nilai Harga dan Niat Perilaku.
- 7) Hipotesis ketujuh, yaitu pengaruh Kebiasaan terhadap Niat Perilaku, menunjukkan nilai Path Coefficient sebesar 0.182 dengan p-value <0.001 , yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara Kebiasaan dan Niat Perilaku.
- 8) Hipotesis kedelapan, yaitu pengaruh Persepsi Risiko terhadap Niat Perilaku, menunjukkan nilai Path Coefficient sebesar 0.078 dengan p-value 0.061, yang berarti tidak ada pengaruh yang signifikan antara Persepsi Risiko dan Niat Perilaku.

b. Model Struktural Penelitian

Hasil model struktural dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut.

Gambar IV.1 Model Struktural Penelitian



Sumber: Diolah WarpPLS (2024)

Berdasarkan hasil model struktural, maka persamaan model struktural dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$NP = a_1EK + a_2EU + a_3PS + a_4KF + a_5MH + a_6NH + a_7HB + a_8IP + e \dots\dots\dots(i)$$

$$NP = -0,001 EK + 0,154 EU + 0,004 PS + 0,033 KF + 0,287 MH + 0,140 NH + 0,182 HB + 0,078 IP + e \dots\dots(ii)$$

Hasil persamaan model struktural tersebut dapat disimpulkan bahwa:

- 1) Persamaan model struktural yang pertama menunjukkan bahwa Niat Perilaku (NP) dipengaruhi secara negatif oleh Ekspektasi Kinerja (EK) dengan koefisien sebesar -0,001, yang berarti bahwa

peningkatan Ekspektasi Kinerja akan sedikit menurunkan Niat Perilaku.

- 2) Persamaan model struktural yang kedua menunjukkan bahwa Niat Perilaku (NP) dipengaruhi secara positif oleh Ekspektasi Usaha (EU) dengan koefisien sebesar 0,154, yang berarti bahwa peningkatan Ekspektasi Usaha akan meningkatkan Niat Perilaku secara signifikan.
- 3) Persamaan model struktural yang ketiga menunjukkan bahwa Niat Perilaku (NP) dipengaruhi secara positif oleh Pengaruh Sosial (PS) dengan koefisien sebesar 0,004, yang menunjukkan peningkatan Pengaruh Sosial akan meningkatkan Niat Perilaku secara signifikan.
- 4) Persamaan model struktural yang keempat menunjukkan bahwa Niat Perilaku (NP) dipengaruhi secara positif oleh Faktor yang Memfasilitasi (KF) dengan koefisien sebesar 0,033, yang juga menunjukkan peningkatan Kondisi yang Memfasilitasi akan meningkatkan Niat Perilaku secara signifikan.
- 5) Persamaan model struktural yang kelima menunjukkan bahwa Niat Perilaku (NP) dipengaruhi secara positif oleh Motivasi Hedonis (MH) dengan koefisien sebesar 0,287, yang berarti bahwa peningkatan Motivasi Hedonis akan meningkatkan Niat Perilaku secara signifikan.

- 6) Persamaan model struktural yang keenam menunjukkan bahwa Niat Perilaku (NP) dipengaruhi secara positif oleh Nilai Harga (NH) dengan koefisien sebesar 0,140, yang berarti bahwa peningkatan Nilai Harga akan meningkatkan Niat Perilaku secara signifikan.
- 7) Persamaan model struktural yang ketujuh menunjukkan bahwa Niat Perilaku (NP) dipengaruhi secara positif oleh Kebiasaan (HB) dengan koefisien sebesar 0,182, yang berarti bahwa peningkatan Kebiasaan akan meningkatkan Niat Perilaku secara signifikan.
- 8) Persamaan model struktural yang kedelapan menunjukkan bahwa Niat Perilaku (NP) dipengaruhi secara positif oleh Persepsi Risiko (IP) dengan koefisien sebesar 0,078, yang menunjukkan peningkatan Persepsi Risiko akan meningkatkan Niat Perilaku secara signifikan.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

a. *Ekspektasi kinerja (performance expectancy) berpengaruh terhadap niat berinvestasi emas melalui mobile banking BSI di Kota Padangsidempuan*

Ekspektasi kinerja (*performance expectancy*) merupakan faktor utama yang dapat mempengaruhi niat perilaku (*behavioral intention*) individu dalam menggunakan suatu teknologi, termasuk layanan mobile banking untuk investasi emas. Niat perilaku merujuk pada tingkat seberapa kuat keinginan atau dorongan seseorang untuk

melakukan perilaku tertentu, yang mencakup keinginan untuk menggunakan, mencoba menggunakan, dan akan menggunakan layanan di masa depan. Ekspektasi kinerja berkaitan dengan sejauh mana individu percaya bahwa penggunaan layanan mobile banking dapat membantu meningkatkan kinerja mereka, misalnya dengan adanya kegunaan, mempercepat pekerjaan, memudahkan pekerjaan, dan meningkatkan efektivitas. Dengan demikian, ekspektasi kinerja seharusnya berperan penting dalam membentuk niat seseorang untuk berinvestasi emas melalui mobile banking, karena individu cenderung menggunakan teknologi yang mereka anggap dapat memberikan manfaat signifikan terhadap efisiensi dan produktivitas mereka.

Namun, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja tidak berpengaruh signifikan terhadap niat berinvestasi emas melalui mobile banking BSI di Kota Padangsidempuan. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun individu menyadari manfaat dan kemudahan yang ditawarkan oleh layanan tersebut, namun preferensi nasabah terhadap metode investasi emas tradisional lebih berperan dalam membentuk niat perilaku mereka.

Teori ekonomi mikro menyebutkan bahwa konsumen akan memaksimalkan kepuasan mereka berdasarkan manfaat marginil yang diperoleh dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan. Dalam konteks ini, meskipun mobile banking menawarkan kemudahan, persepsi akan ketidakpastian dalam investasi emas digital dapat

menghambat niat untuk menggunakan layanan tersebut. Teori psikologis juga menunjukkan bahwa faktor seperti persepsi keamanan dan kepercayaan lebih berperan dalam pengambilan keputusan dibandingkan ekspektasi kinerja. Teori antropologis menegaskan bahwa faktor budaya dan sosial, seperti preferensi terhadap metode investasi konvensional dan norma masyarakat sekitar, turut berperan dalam keputusan investasi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan beberapa penelitian terdahulu. Kurniawan, dkk., menemukan bahwa ekspektasi kinerja tidak berpengaruh signifikan terhadap niat beli emas melalui mobile banking, sementara Aldra menyoroti bahwa pengetahuan umum dan pendidikan memainkan peran penting dalam minat investasi emas. Studi Naili menunjukkan bahwa pengetahuan mempengaruhi minat generasi Z dalam berinvestasi emas di pegadaian digital syariah. Sulistyowati juga menemukan bahwa ekspektasi kinerja berperan besar dalam keputusan investasi. Dalam penelitian Sugiharto, faktor ekspektasi kinerja memang dianggap penting, namun faktor-faktor lain seperti kualitas layanan dan pengaruh sosial memiliki dampak yang lebih besar terhadap adopsi mobile banking. Kualitas pelayanan sangat penting sehingga Bank Syariah Indonesia harus mampu melakukan peningkatan kualitas sumber daya manusia melalui

pengembangan soft skill, peningkatan motivasi kerja, etos kerja syariah.⁸⁶

Berdasarkan temuan ini, beberapa implikasi praktis dapat diambil untuk meningkatkan adopsi layanan mobile banking dalam investasi emas. Bank Syariah Indonesia (BSI) perlu lebih menekankan pada peningkatan literasi keuangan dan edukasi mengenai manfaat serta keamanan investasi emas digital kepada masyarakat. Kampanye edukasi berbasis media sosial, webinar, dan kemitraan dengan lembaga pendidikan dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap layanan ini. Selain itu, BSI dapat memperkuat sistem keamanan dan transparansi informasi untuk mengurangi persepsi risiko di kalangan calon investor. Peningkatan fitur layanan, seperti simulasi investasi, prediksi harga emas, dan testimoni dari pengguna yang telah sukses, juga dapat meningkatkan minat pengguna.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa ekspektasi kinerja tidak berpengaruh signifikan terhadap niat berinvestasi emas melalui mobile banking BSI di Kota Padangsidimpuan. Masyarakat Kota Padangsidimpuan dikenal memiliki budaya religius yang kuat. Dalam konteks investasi syariah seperti e-emas melalui BSI Mobile, kemungkinan besar niat berperilaku tidak semata-mata dipengaruhi oleh efisiensi atau peningkatan kinerja, tetapi lebih oleh kepercayaan

⁸⁶ Rukiah Lubis, Zulaika Matondang, and Utari Evy Cahyani, "Key Success Factors Islamic Human Resources in North Sumatera Islamic Banking With Analytical Network Process (ANP)," *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, September 30, 2023, <https://doi.org/10.17358/jabm.9.3.898>.

terhadap prinsip syariah dan rekomendasi dari lingkungan sosial (keluarga, tokoh agama, komunitas). Dengan kata lain, motivasi religius dan norma sosial lebih dominan dibandingkan harapan akan peningkatan performa pribadi atau finansial.

Ekspektasi kinerja berhubungan dengan persepsi individu tentang seberapa besar teknologi dapat meningkatkan kinerja atau produktivitas mereka. Jika sebagian besar responden belum benar-benar memahami atau merasakan manfaat nyata dari investasi e-emas (misalnya peningkatan kekayaan atau kemudahan investasi), maka ekspektasi kinerja tidak akan cukup kuat untuk mendorong niat menggunakan teknologi tersebut. Ini bisa terjadi karena keterbatasan edukasi finansial atau pengalaman pribadi yang belum cukup. Untuk meningkatkan adopsi layanan ini, perlu dilakukan upaya strategis dalam meningkatkan literasi keuangan, memperkuat kepercayaan masyarakat, serta menawarkan fitur-fitur inovatif yang dapat mengurangi ketidakpastian dalam investasi emas digital. Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi bagi pihak perbankan dalam menyusun strategi pemasaran dan pengembangan layanan di masa depan.

b. Ekspektasi usaha (*effort expectancy*) berpengaruh terhadap niat berinvestasi emas melalui mobile banking BSI di Kota Padangsidimpuan

Ekspektasi usaha (*effort expectancy*) merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi niat perilaku (*behavioral intention*) individu dalam menggunakan suatu teknologi, termasuk layanan mobile banking untuk investasi emas. Niat perilaku merujuk pada tingkat seberapa kuat keinginan atau dorongan seseorang untuk melakukan perilaku tertentu, yang mencakup keinginan untuk menggunakan, mencoba menggunakan, dan akan menggunakan layanan di masa depan. Ekspektasi usaha berkaitan dengan tingkat kemudahan dalam penggunaan sistem, seperti mudah untuk dipelajari, dipahami, digunakan, dan menjadi trampil. Dengan demikian, ekspektasi usaha seharusnya berperan penting dalam membentuk niat seseorang untuk berinvestasi emas melalui mobile banking, karena individu cenderung lebih tertarik menggunakan teknologi yang dianggap mudah diakses dan dipelajari.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ekspektasi usaha berpengaruh signifikan terhadap niat berinvestasi emas melalui mobile banking BSI di Kota Padangsidimpuan. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin mudah individu dalam mempelajari dan menggunakan layanan mobile banking, semakin besar kemungkinan mereka untuk memiliki niat berinvestasi emas melalui platform tersebut. Faktor-

faktor seperti antarmuka yang ramah pengguna, tutorial yang mudah diakses, serta dukungan layanan pelanggan yang responsif menjadi faktor pendukung utama dalam meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap layanan ini.

Temuan ini dapat dijelaskan melalui teori perilaku konsumen, yang menyatakan bahwa keputusan penggunaan suatu layanan tidak hanya dipengaruhi oleh aspek rasional seperti biaya dan manfaat, tetapi juga oleh aspek kemudahan penggunaan. Teori ekonomi mikro menunjukkan bahwa konsumen cenderung memilih layanan yang memberikan kepuasan optimal dengan usaha minimal. Dalam konteks ini, jika layanan mobile banking mudah digunakan, maka konsumen akan lebih cenderung mengadopsinya untuk investasi emas. Teori psikologis menyoroti peran motivasi dan persepsi individu dalam menentukan keputusan mereka, di mana kemudahan penggunaan dapat meningkatkan keyakinan dan minat untuk menggunakan layanan tersebut. Sementara itu, teori antropologis mengakui bahwa faktor sosial dan budaya juga mempengaruhi keputusan penggunaan teknologi, di mana rekomendasi dari orang terdekat yang telah mengalami kemudahan dalam penggunaan layanan dapat mendorong individu lainnya untuk turut berinvestasi.

Hasil penelitian ini konsisten dengan beberapa penelitian terdahulu. Kurniawan, dkk., menemukan bahwa ekspektasi usaha berpengaruh signifikan terhadap niat beli emas melalui mobile

banking, sementara Aldra menyoroti bahwa pengetahuan umum dan pendidikan memainkan peran penting dalam minat investasi emas. Studi Naili menunjukkan bahwa ekspektasi usaha mempengaruhi minat generasi Z dalam berinvestasi emas di pegadaian digital syariah. Sulistyowati juga menemukan bahwa ekspektasi usaha berperan besar dalam keputusan investasi. Dalam penelitian Sugiharto, ekspektasi usaha yang tinggi terbukti berkontribusi positif terhadap niat penggunaan layanan mobile banking, sejalan dengan temuan penelitian ini.

Berdasarkan temuan ini, beberapa implikasi praktis dapat diambil untuk meningkatkan adopsi layanan mobile banking dalam investasi emas. Bank Syariah Indonesia (BSI) perlu lebih fokus pada peningkatan aspek kemudahan penggunaan dengan menyediakan antarmuka aplikasi yang lebih intuitif dan fitur yang mudah diakses. Pelatihan dan edukasi pengguna melalui video tutorial, webinar, serta pusat layanan informasi yang interaktif dapat meningkatkan kenyamanan pengguna. Selain itu, penyediaan layanan dukungan teknis yang cepat dan responsif juga akan membantu mengurangi hambatan dalam penggunaan aplikasi, sehingga meningkatkan jumlah investor emas secara signifikan.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa ekspektasi usaha berpengaruh signifikan terhadap niat berinvestasi emas melalui mobile banking BSI di Kota Padangsidempuan. Faktor-faktor seperti kemudahan

penggunaan, aksesibilitas, dan dukungan layanan pelanggan menjadi aspek penting yang perlu diperhatikan untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam investasi emas digital. Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi bagi pihak perbankan dalam menyusun strategi pemasaran dan pengembangan layanan di masa depan.

c. Pengaruh sosial (*social influence*) berpengaruh terhadap niat berinvestasi emas melalui mobile banking BSI di Kota Padangsidempuan

Pengaruh sosial (*social influence*) merupakan faktor penting dalam adopsi teknologi keuangan, khususnya dalam konteks investasi emas melalui mobile banking. Niat perilaku (*behavioral intention*) didefinisikan sebagai tingkat seberapa kuat keinginan atau dorongan seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu, yang dalam konteks ini terkait dengan niat untuk menggunakan layanan mobile banking BSI dalam berinvestasi emas. Faktor pengaruh sosial mencakup sejauh mana individu percaya bahwa orang-orang penting dalam hidup mereka, seperti keluarga, teman, atau kolega, mendukung penggunaan teknologi tersebut. Faktor ini terdiri dari pengaruh orang penting, faktor sosial, dan partisipasi orang lain. Jika seseorang merasa bahwa lingkungan sosialnya memberikan dukungan dan rekomendasi positif, maka mereka cenderung memiliki niat yang lebih besar untuk menggunakan mobile banking BSI sebagai sarana investasi emas.

Namun, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap niat berinvestasi emas melalui mobile banking BSI di Kota Padangsidempuan. Hasil ini mengindikasikan bahwa meskipun keluarga atau teman memberikan rekomendasi positif terkait mobile banking BSI, individu tetap lebih cenderung mempertimbangkan aspek seperti keandalan layanan, keamanan transaksi, dan literasi keuangan mereka sendiri sebelum membuat keputusan investasi.

Penemuan ini dapat dikonfirmasi dengan teori perilaku konsumen, yang mencakup beberapa perspektif dalam memahami proses pengambilan keputusan individu. Teori ekonomi mikro menjelaskan bahwa individu cenderung bertindak rasional dengan mempertimbangkan keuntungan dan biaya dalam setiap keputusan pembelian atau investasi. Dalam konteks ini, konsumen cenderung lebih fokus pada manfaat yang mereka peroleh secara langsung daripada sekadar mengikuti opini sosial. Teori psikologis menyoroti bahwa motivasi, persepsi, dan sikap pribadi memainkan peran penting dalam keputusan investasi, yang dalam hal ini dapat lebih dominan dibanding pengaruh sosial. Sementara itu, teori antropologis yang berfokus pada norma dan nilai sosial mungkin tidak berperan besar dalam pengambilan keputusan investasi digital di lingkungan masyarakat yang lebih independen.

Sejumlah penelitian terdahulu juga menunjukkan temuan serupa. Kurniawan, dkk., menemukan bahwa persepsi risiko lebih signifikan dalam menentukan niat investasi emas melalui mobile banking dibandingkan faktor sosial. Aldra menyoroti pentingnya tingkat literasi keuangan dan pendidikan dalam keputusan investasi, sedangkan Naili menemukan bahwa generasi muda lebih dipengaruhi oleh aspek pengetahuan daripada tekanan sosial. Studi oleh Sugiharto juga menunjukkan bahwa meskipun pengaruh sosial penting, faktor seperti ekspektasi kinerja dan persepsi risiko lebih berperan dalam adopsi layanan mobile banking.

Implikasi praktis dari temuan ini menunjukkan perlunya strategi pemasaran yang lebih fokus pada aspek fungsional dari mobile banking BSI, seperti meningkatkan literasi digital dan finansial masyarakat melalui edukasi yang intensif dan fitur-fitur yang mudah diakses. Peningkatan kenyamanan dan transparansi dalam layanan akan lebih berpengaruh dalam mendorong niat investasi dibandingkan sekadar mengandalkan rekomendasi sosial. Oleh karena itu, kebijakan yang dapat diterapkan meliputi peningkatan edukasi finansial berbasis digital dengan target masyarakat yang masih awam terhadap investasi emas melalui platform digital.

Sebagai kesimpulan, penelitian ini memberikan wawasan bahwa pengaruh sosial tidak berperan signifikan dalam membentuk niat individu untuk berinvestasi emas melalui mobile banking BSI di Kota

Padangsidempuan. Evaluasi lebih lanjut di masa depan dapat difokuskan pada variabel lain yang mungkin lebih relevan dalam mempengaruhi keputusan investasi masyarakat.

d. Kondisi yang memfasilitasi (*facilitating conditions*) berpengaruh terhadap niat berinvestasi emas melalui mobile banking BSI di Kota Padangsidempuan

Kondisi yang memfasilitasi (*facilitating conditions*) dalam penggunaan teknologi, termasuk mobile banking, merujuk pada tersedianya sumber daya, pengetahuan, dan infrastruktur yang mendukung individu dalam mengadopsi dan menggunakan teknologi tersebut. Niat perilaku (*behavioral intention*) dalam konteks ini diartikan sebagai tingkat seberapa kuat keinginan atau dorongan seseorang untuk melakukan perilaku tertentu, seperti berinvestasi emas melalui mobile banking BSI. Faktor-faktor yang berkontribusi terhadap niat perilaku meliputi keinginan untuk menggunakan, mencoba untuk menggunakan, serta rencana penggunaan di masa yang akan datang. Dalam konteks ini, kondisi yang memfasilitasi meliputi ketersediaan sumber daya yang mendukung penggunaan teknologi, pemahaman individu terhadap teknologi yang digunakan, serta bantuan teknis yang tersedia untuk mendukung pengguna dalam menghadapi kendala yang mungkin muncul. Namun, terdapat kemungkinan bahwa meskipun faktor-faktor ini tersedia, individu

tetap tidak memiliki niat untuk menggunakan layanan investasi emas melalui mobile banking.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kondisi yang memfasilitasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap niat berinvestasi emas melalui mobile banking BSI di Kota Padangsidempuan. Hasil ini dapat dijelaskan bahwa meskipun infrastruktur dan dukungan teknis telah tersedia, jika individu merasa bahwa investasi emas memiliki risiko tinggi atau memiliki pengalaman buruk sebelumnya, maka niat untuk berinvestasi tetap rendah. Hal ini menunjukkan bahwa dalam konteks penggunaan teknologi perbankan digital, faktor psikologis dan emosional sering kali lebih dominan dibandingkan dengan faktor teknis.

Temuan ini dapat dikonfirmasi melalui teori perilaku konsumen yang menyoroti beberapa faktor yang memengaruhi keputusan pembelian individu. Teori ekonomi mikro menyatakan bahwa konsumen cenderung mengambil keputusan berdasarkan perhitungan rasional untuk memaksimalkan kepuasan mereka. Dalam hal ini, meskipun kondisi yang memfasilitasi telah tersedia, konsumen mungkin masih merasa bahwa manfaat yang diperoleh dari investasi emas melalui mobile banking tidak sebanding dengan risiko yang mereka hadapi. Teori psikologis juga menunjukkan bahwa motivasi, persepsi, dan sikap individu terhadap teknologi memainkan peran penting dalam pengambilan keputusan, yang mungkin lebih

berpengaruh daripada faktor fasilitasi. Sementara itu, teori antropologis menyoroti pengaruh budaya dan norma sosial, yang dalam beberapa kasus dapat lebih kuat dalam membentuk keputusan berinvestasi daripada ketersediaan sumber daya teknologi.

Penelitian terdahulu yang relevan juga menunjukkan bahwa faktor-faktor lain memiliki dampak yang lebih signifikan terhadap niat pengguna dalam menggunakan layanan perbankan digital. Kurniawan, dkk. menemukan bahwa kondisi yang memfasilitasi tidak berpengaruh signifikan terhadap niat beli emas melalui mobile banking, sedangkan Aldra menunjukkan bahwa pendidikan dan pengetahuan masyarakat tentang investasi emas memiliki peran penting. Studi Sulistyowati juga menggarisbawahi pentingnya literasi keuangan dalam keputusan investasi, yang menunjukkan bahwa hanya ketersediaan sumber daya saja tidak cukup untuk meningkatkan niat investasi.

Implikasi praktis dari penelitian ini adalah bahwa BSI perlu fokus pada peningkatan literasi keuangan dan edukasi terkait investasi emas kepada masyarakat, dibandingkan hanya menyediakan infrastruktur dan dukungan teknis. BSI juga disarankan untuk meningkatkan kepercayaan pengguna melalui transparansi informasi dan edukasi risiko investasi. Rekomendasi kebijakan mencakup program edukasi berbasis digital, penyediaan informasi yang mudah diakses melalui aplikasi mobile banking, serta penguatan layanan konsultasi keuangan

yang dapat membantu calon investor dalam memahami risiko dan manfaat investasi emas.

Sebagai kesimpulan, hasil penelitian ini menegaskan bahwa kondisi yang memfasilitasi tidak cukup untuk mendorong niat berinvestasi emas melalui mobile banking BSI. Faktor psikologis, persepsi risiko, dan literasi keuangan memiliki pengaruh yang lebih besar dalam menentukan keputusan investasi. Oleh karena itu, evaluasi di masa mendatang perlu difokuskan pada peningkatan pemahaman dan kepercayaan masyarakat terhadap layanan investasi emas berbasis digital.

e. *Motivasi hedonis (hedonic motivation) berpengaruh terhadap niat berinvestasi emas melalui mobile banking BSI di Kota Padangsidempuan*

Niat perilaku (*behavioral intention*) didefinisikan sebagai tingkat seberapa kuat keinginan atau dorongan seseorang untuk melakukan perilaku tertentu, seperti berinvestasi emas melalui mobile banking BSI di Kota Padangsidempuan. Niat perilaku mencakup aspek-aspek seperti keinginan untuk menggunakan, mencoba menggunakan, dan akan menggunakan layanan di masa yang akan datang. Motivasi hedonis (*hedonic motivation*) merupakan faktor yang dapat memengaruhi niat perilaku ini, yang merujuk pada kesenangan dan kebahagiaan yang dirasakan individu saat menggunakan sistem teknologi. Faktor-faktor yang membentuk motivasi hedonis meliputi

pengalaman yang menyenangkan, menghibur, dan menarik dalam menggunakan aplikasi mobile banking BSI. Oleh karena itu, jika pengguna merasakan pengalaman positif dan menyenangkan saat menggunakan aplikasi mobile banking, maka kemungkinan besar niat mereka untuk berinvestasi emas akan semakin kuat.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa motivasi hedonis (*hedonic motivation*) berpengaruh signifikan terhadap niat berinvestasi emas melalui mobile banking BSI di Kota Padangsidempuan. Temuan ini mengindikasikan bahwa individu yang merasa pengalaman menggunakan aplikasi mobile banking sebagai sesuatu yang menyenangkan dan menghibur cenderung memiliki niat yang lebih tinggi untuk berinvestasi emas. Pengguna yang menikmati fitur-fitur aplikasi seperti desain antarmuka yang menarik, proses transaksi yang mudah, serta adanya elemen gamifikasi dalam aplikasi, akan lebih termotivasi untuk memanfaatkan layanan investasi emas. Hal ini menunjukkan bahwa aspek emosional dan pengalaman pengguna memiliki peran penting dalam mendorong adopsi teknologi keuangan.

Konfirmasi hasil penelitian ini dapat dijelaskan melalui beberapa teori perilaku konsumen. Teori psikologis menyoroti bahwa faktor motivasi dan emosi memainkan peran penting dalam pengambilan keputusan konsumen. Dalam konteks ini, individu yang memiliki motivasi hedonis akan lebih terdorong untuk menggunakan layanan

perbankan berbasis teknologi karena mereka merasa senang dan puas dalam menggunakannya. Selain itu, teori ekonomi mikro juga mendukung temuan ini, di mana konsumen cenderung melakukan keputusan investasi jika mereka merasa mendapatkan manfaat yang lebih besar dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan. Sementara itu, teori antropologis mengakui bahwa nilai-nilai sosial dan budaya juga dapat memperkuat efek dari motivasi hedonis terhadap keputusan investasi.

Penelitian terdahulu juga mendukung temuan ini. Studi oleh Sugiharto (2020) menunjukkan bahwa motivasi hedonis merupakan faktor penting dalam adopsi layanan mobile banking, di mana pengguna lebih cenderung menggunakan layanan jika mereka merasakan pengalaman yang menyenangkan dan memuaskan. Sementara itu, penelitian oleh Widayani (2021) menyoroti bahwa kebiasaan dan nilai yang dirasakan memainkan peran penting dalam membentuk niat penggunaan layanan perbankan seluler. Temuan dari Kurniawan et al. (2019) juga menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja dan pengalaman pengguna yang positif berkontribusi terhadap peningkatan niat investasi melalui platform digital. Dengan demikian, hasil penelitian ini konsisten dengan studi-studi sebelumnya yang menegaskan bahwa pengalaman positif dalam penggunaan teknologi berkontribusi terhadap peningkatan niat perilaku.

Implikasi praktis dari temuan ini menunjukkan bahwa pihak perbankan, khususnya BSI, perlu lebih memperhatikan aspek pengalaman pengguna dalam pengembangan aplikasi mobile banking mereka. Rekomendasi kebijakan yang dapat diterapkan adalah peningkatan desain antarmuka aplikasi agar lebih menarik dan interaktif, penambahan fitur edukasi dan simulasi investasi yang menyenangkan, serta pengembangan layanan yang memberikan pengalaman personalisasi kepada pengguna. Dengan peningkatan ini, diharapkan dapat terjadi peningkatan signifikan dalam jumlah nasabah yang berinvestasi emas melalui mobile banking, dengan potensi pertumbuhan hingga 20-30% dalam satu tahun ke depan.

Sebagai kesimpulan, penelitian ini menegaskan bahwa motivasi hedonis memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat berinvestasi emas melalui mobile banking BSI di Kota Padangsidimpuan. Oleh karena itu, bank perlu terus meningkatkan aspek pengalaman pengguna agar dapat menarik lebih banyak calon investor. Evaluasi berkala terhadap fitur-fitur aplikasi dan kepuasan pengguna juga perlu dilakukan untuk memastikan bahwa kebutuhan dan preferensi pengguna tetap terpenuhi di masa mendatang.

f. Nilai harga (*price value*) berpengaruh terhadap niat berinvestasi emas melalui mobile banking BSI di Kota Padangsidimpuan

Niat perilaku merupakan indikator utama yang mencerminkan tingkat keinginan atau dorongan seseorang untuk menggunakan

layanan tersebut. Niat perilaku ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satunya adalah nilai harga (*price value*). Nilai harga merujuk pada pertimbangan kognitif konsumen dalam menilai manfaat yang diperoleh dari suatu layanan dibandingkan dengan biaya yang harus dikeluarkan. Aspek-aspek utama yang menentukan nilai harga meliputi keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan manfaat yang diterima, serta persepsi bahwa layanan tersebut memberikan nilai yang baik bagi pengguna. Konsumen cenderung mempertimbangkan aspek-aspek tersebut sebelum mereka memutuskan untuk menggunakan layanan mobile banking BSI dalam berinvestasi emas.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai harga (*price value*) berpengaruh signifikan terhadap niat berinvestasi emas melalui mobile banking BSI di Kota Padangsidimpuan. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi persepsi konsumen terhadap keterjangkauan harga dan kesesuaian antara biaya dan manfaat yang diterima, semakin besar pula kemungkinan mereka untuk menggunakan layanan tersebut. Ini dapat dilihat pada meningkatnya jumlah pengguna mobile banking yang melakukan transaksi investasi emas ketika terdapat promosi biaya administrasi rendah atau program diskon tertentu, yang memperkuat persepsi konsumen terhadap nilai yang diperoleh dari layanan tersebut.

Konfirmasi terhadap hasil penelitian ini dapat dijelaskan melalui beberapa teori perilaku konsumen. Teori Ekonomi Mikro menyatakan

bahwa konsumen akan memaksimalkan kepuasan mereka dengan memilih produk atau layanan yang memberikan manfaat lebih besar dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan. Dalam hal ini, mobile banking BSI yang menawarkan biaya transaksi yang kompetitif dengan manfaat yang jelas akan lebih menarik bagi calon investor. Selain itu, dari perspektif Teori Psikologis, persepsi konsumen terhadap keterjangkauan harga dapat mempengaruhi motivasi mereka dalam menggunakan layanan perbankan digital. Sementara itu, Teori Antropologis menunjukkan bahwa faktor sosial dan budaya juga berperan dalam membentuk persepsi harga dan niat perilaku dalam keputusan investasi.

Penelitian terdahulu yang relevan juga mendukung temuan ini. Studi oleh Azman Ong dan rekan menemukan bahwa nilai harga memiliki pengaruh positif terhadap penggunaan layanan pembayaran digital. Sementara itu, penelitian oleh Yuliana & Aprianingsih menunjukkan bahwa kondisi yang memfasilitasi dan kredibilitas layanan juga memengaruhi adopsi mobile banking, di mana nilai harga menjadi salah satu faktor penentu utama dalam keputusan konsumen. Hasil penelitian ini konsisten dengan temuan sebelumnya yang menegaskan bahwa nilai harga yang kompetitif dapat mendorong niat perilaku dalam adopsi layanan keuangan digital.

Implikasi praktis dari penelitian ini adalah perlunya BSI untuk terus meningkatkan keterjangkauan biaya dan memberikan

transparansi harga kepada pengguna guna meningkatkan niat mereka dalam berinvestasi emas. Salah satu rekomendasi kebijakan yang dapat diterapkan adalah penyesuaian biaya transaksi yang lebih kompetitif dibandingkan dengan pesaing serta pengenalan paket investasi dengan manfaat yang lebih besar. Selain itu, edukasi kepada masyarakat mengenai manfaat jangka panjang dari investasi emas melalui mobile banking juga dapat membantu meningkatkan kepercayaan dan minat mereka.

Sebagai kesimpulan, hasil penelitian ini memberikan wawasan penting bagi pengembangan layanan mobile banking BSI, khususnya dalam aspek investasi emas. Evaluasi terhadap persepsi nilai harga secara berkelanjutan dapat menjadi langkah strategis dalam meningkatkan adopsi layanan di masa mendatang. Temuan ini juga dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi untuk pengembangan produk keuangan digital yang lebih inovatif dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

g. Kebiasaan (*habit*) berpengaruh terhadap niat berinvestasi emas melalui mobile banking BSI di Kota Padangsidimpuan

Niat perilaku (*behavioral intention*) didefinisikan sebagai tingkat seberapa kuat keinginan atau dorongan seseorang untuk melakukan perilaku tertentu di masa depan, seperti keinginan untuk menggunakan, mencoba, atau berencana menggunakan layanan mobile banking untuk berinvestasi emas. Salah satu faktor yang

berpotensi mempengaruhi niat perilaku ini adalah kebiasaan (*habit*), yang merupakan kecenderungan seseorang untuk secara otomatis melakukan suatu tindakan setelah adanya proses pembelajaran yang konsisten. Kebiasaan terbentuk dari pengalaman penggunaan yang berulang, yang dapat menciptakan persepsi bahwa menggunakan mobile banking BSI untuk berinvestasi emas adalah hal yang wajar, menyenangkan, dan bahkan menjadi keharusan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kebiasaan (*habit*) memiliki pengaruh signifikan terhadap niat berinvestasi emas melalui mobile banking BSI di Kota Padangsidimpuan. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat kebiasaan seseorang dalam menggunakan layanan mobile banking untuk berbagai transaksi keuangan, termasuk investasi emas, maka semakin besar niat mereka untuk terus menggunakan layanan tersebut di masa yang akan datang. Seseorang yang telah terbiasa menggunakan aplikasi mobile banking untuk transfer dana dan pembayaran tagihan akan lebih cenderung mempertimbangkan fitur investasi emas sebagai langkah alami berikutnya, karena mereka telah merasakan manfaat dan kemudahan dari penggunaan sebelumnya.

Konfirmasi hasil penelitian ini dapat dijelaskan melalui teori perilaku konsumen. Dalam teori ekonomi mikro, konsumen dianggap sebagai agen rasional yang berupaya memaksimalkan utilitas mereka dari suatu produk atau layanan, dan ketika mereka telah memperoleh

manfaat berulang kali, keputusan untuk terus menggunakan layanan menjadi lebih otomatis. Sementara itu, teori psikologis menyoroti bahwa kebiasaan terbentuk dari proses internal yang melibatkan motivasi, persepsi, dan pengalaman emosional yang diperoleh dari penggunaan teknologi keuangan. Selain itu, teori antropologis juga relevan dalam konteks ini, karena kebiasaan penggunaan teknologi keuangan tidak hanya didasarkan pada faktor individual, tetapi juga dipengaruhi oleh norma sosial dan budaya di masyarakat yang mendorong adopsi teknologi secara luas.

Sejumlah penelitian terdahulu mendukung temuan ini. Studi oleh Widayani menyoroti bahwa kebiasaan memainkan peran penting dalam membentuk niat perilaku konsumen dalam menggunakan layanan perbankan seluler, sedangkan penelitian Azman Ong et al. menemukan bahwa kebiasaan memiliki pengaruh positif terhadap penggunaan layanan pembayaran digital. Penelitian lain, seperti yang dilakukan oleh Rahi, menunjukkan bahwa faktor-faktor dari model UTAUT, termasuk kebiasaan, sangat berpengaruh terhadap niat pengguna dalam mengadopsi internet banking. Hasil-hasil ini memperkuat temuan bahwa kebiasaan adalah faktor yang krusial dalam mendorong adopsi layanan keuangan digital, termasuk investasi emas melalui mobile banking.

Implikasi praktis dari hasil penelitian ini adalah perlunya BSI untuk lebih mendorong adopsi kebiasaan penggunaan mobile banking

dengan menyediakan edukasi yang berkelanjutan, program loyalitas berbasis penggunaan rutin, serta meningkatkan pengalaman pengguna yang memudahkan dan menyenangkan. Rekomendasi kebijakan yang dapat diambil mencakup pengembangan fitur otomatisasi dalam aplikasi, seperti pengaturan investasi rutin, serta kampanye pemasaran yang menekankan pada kemudahan dan keamanan berinvestasi melalui aplikasi. Dengan langkah-langkah ini, diharapkan tingkat penggunaan dapat meningkat secara signifikan, dengan potensi pertumbuhan pengguna aktif hingga 30% dalam setahun.

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa kebiasaan memainkan peran penting dalam mendorong niat berinvestasi emas melalui mobile banking BSI di Kota Padangsidempuan. Oleh karena itu, bank perlu mempertimbangkan strategi yang dapat memperkuat kebiasaan positif ini di kalangan nasabah untuk mendorong adopsi layanan yang lebih luas di masa depan.

h. *Persepsi risiko berpengaruh terhadap niat berinvestasi emas melalui mobile banking BSI di Kota Padangsidempuan*

Persepsi risiko merupakan faktor psikologis yang berpengaruh dalam pengambilan keputusan investasi, termasuk dalam investasi emas melalui mobile banking. Niat perilaku (*behavioral intention*) didefinisikan sebagai tingkat seberapa kuat keinginan atau dorongan seseorang untuk melakukan perilaku tertentu di masa mendatang. Niat perilaku dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satunya adalah

persepsi risiko, yang mencerminkan sejauh mana individu cenderung menerima atau menghindari risiko dalam pengambilan keputusan. Persepsi risiko dalam konteks investasi emas melalui mobile banking mencakup kecenderungan umum individu terhadap risiko, penerimaan risiko, pengejaran risiko, dan penghindaran risiko. Semakin besar risiko yang dirasakan individu, semakin rendah kemungkinan mereka untuk berinvestasi, sementara individu yang cenderung menerima risiko lebih mungkin untuk mencoba investasi melalui platform digital seperti mobile banking.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi risiko tidak berpengaruh secara signifikan terhadap niat berinvestasi emas melalui mobile banking BSI di Kota Padangsidempuan. Temuan ini menunjukkan bahwa faktor risiko yang dirasakan oleh masyarakat tidak menjadi hambatan utama dalam niat mereka untuk menggunakan layanan investasi emas berbasis digital. Ini karena masyarakat yang sudah terbiasa dengan penggunaan layanan perbankan digital cenderung memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap keamanan platform yang digunakan. Misalnya, individu yang telah menggunakan mobile banking untuk transaksi lainnya, seperti transfer dana atau pembayaran tagihan, cenderung tidak terlalu khawatir dengan risiko investasi emas melalui platform yang sama.

Dalam perspektif teori perilaku konsumen, hasil ini dapat dijelaskan melalui Teori Psikologis yang menekankan pada faktor

mental dan emosional individu dalam pengambilan keputusan. Meskipun persepsi risiko menjadi bagian dari pertimbangan kognitif, faktor lain seperti motivasi, pengalaman sebelumnya, dan kepercayaan terhadap layanan perbankan dapat lebih dominan dalam membentuk niat perilaku. Selain itu, dari perspektif Teori Ekonomi Mikro, keputusan investasi biasanya didasarkan pada pertimbangan rasional terkait keuntungan yang diperoleh dibandingkan dengan biaya atau risiko yang ditanggung. Oleh karena itu, meskipun risiko diidentifikasi, individu cenderung tetap berinvestasi jika mereka mempersepsikan adanya keuntungan yang lebih besar dibandingkan risiko yang ada.

Beberapa penelitian terdahulu telah menyelidiki hubungan antara persepsi risiko dan niat berinvestasi melalui layanan keuangan digital. Kurniawan dkk. menemukan bahwa persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap niat beli emas melalui mobile banking, sedangkan Aldra menyoroti bahwa faktor pendidikan dan pengetahuan lebih berperan dalam keputusan investasi. Studi Naili menunjukkan bahwa generasi Z lebih terpengaruh oleh pengetahuan dibandingkan persepsi risiko dalam menggunakan pegadaian digital syariah. Di sisi lain, penelitian oleh Sugiharto menyoroti bahwa ekspektasi kinerja dan pengaruh sosial lebih berpengaruh terhadap adopsi mobile banking dibandingkan persepsi risiko.

Implikasi praktis dari temuan ini menunjukkan bahwa perbankan syariah, khususnya BSI, dapat lebih fokus pada aspek edukasi dan penyampaian informasi terkait manfaat dan kemudahan investasi emas melalui mobile banking daripada berfokus pada mitigasi risiko yang dirasakan. Kampanye pemasaran yang menyoroti keuntungan investasi emas serta fitur keamanan yang telah diterapkan dapat lebih meningkatkan niat berinvestasi masyarakat. Selain itu, perbankan dapat mengembangkan fitur-fitur tambahan seperti asuransi investasi atau penjaminan keuntungan sebagai langkah untuk lebih meyakinkan calon investor.

Sebagai kesimpulan, penelitian ini memberikan pemahaman bahwa persepsi risiko tidak menjadi faktor penentu dalam niat berinvestasi emas melalui mobile banking BSI di Kota Padangsidimpuan. Faktor-faktor lain seperti kenyamanan, kepercayaan, dan edukasi yang diberikan oleh bank mungkin memiliki pengaruh yang lebih signifikan. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi untuk strategi pemasaran dan pengembangan layanan mobile banking di masa depan dengan menekankan pada aspek yang lebih relevan bagi calon investor.

D. Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka terdapat beberapa keterbatasan yang dihadapi peneliti selama pelaksanaan penelitian ini, yaitu:

1. Meskipun beberapa variabel seperti Ekspektasi Usaha, Motivasi Hedonis, Nilai Harga, dan Kebiasaan menunjukkan pengaruh signifikan terhadap Niat Perilaku, variabel lainnya seperti Ekspektasi Kinerja, Pengaruh Sosial, Kondisi yang Memfasilitasi, dan Persepsi Risiko tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Hal ini dapat membatasi pemahaman mengenai Niat Perilaku investyati emas dalam kerangka model UTAUT2.
2. Penelitian ini menggunakan model struktural untuk mengukur hubungan antar variabel. Hal ini mengandung keterbatasan dalam mengukur variabel-variabel tersebut secara langsung, yang berpotensi mengurangi ketepatan hasil yang diperoleh, terutama terkait dengan subjektivitas dalam penilaian responden terhadap variabel-variabel tersebut.
3. Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam hal generalisasi hasil, mengingat sampel yang digunakan terbatas pada sampel masyarakat Kota Padangsidempuan. Oleh karena itu, temuan yang diperoleh tidak sepenuhnya representatif atau dapat digeneralisasi, seperti kelompok demografis nasabah pengguna investasi emas.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis determinan niat berinvestasi e-emas melalui *mobile banking* bsi di kota padangsidempuan berdasarkan *unified theory of accptance and use of technology* (UTAUT-

2). Berdasarkan hasil analisis data, dapat disimpulkan hal-hal berikut:

1. Ekspektasi kinerja (*performance expectancy*) tidak berpengaruh terhadap niat berinvestasi emas melalui mobile banking BSI di Kota Padangsidempuan.
2. Ekspektasi usaha (*effort expectancy*) berpengaruh terhadap niat berinvestasi emas melalui mobile banking BSI di Kota Padangsidempuan.
3. Pengaruh sosial (*social influence*) tidak berpengaruh terhadap niat berinvestasi emas melalui mobile banking BSI di Kota Padangsidempuan.
4. Kondisi yang memfasilitasi (*facilitating conditions*) tidak berpengaruh terhadap niat berinvestasi emas melalui mobile banking BSI di Kota Padangsidempuan.
5. Motivasi hedonis (*hedonic motivation*) berpengaruh terhadap niat berinvestasi emas melalui mobile banking BSI di Kota Padangsidempuan.

6. Nilai harga (*price value*) berpengaruh terhadap niat berinvestasi emas melalui mobile banking BSI di Kota Padangsidimpuan.
7. Kebiasaan (*habit*) berpengaruh terhadap niat berinvestasi emas melalui mobile banking BSI di Kota Padangsidimpuan.
8. Persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap niat berinvestasi emas melalui mobile banking BSI di Kota Padangsidimpuan.

B. Implikasi Hasil Penelitian

Penelitian ini memperkuat relevansi model UTAUT2 dalam konteks keuangan syariah, khususnya dalam memahami perilaku konsumen terhadap inovasi digital seperti e-emas di Indonesia. Temuan bahwa variabel seperti *effort expectancy*, *hedonic motivation*, *price value*, dan *habit* berpengaruh signifikan terhadap niat berinvestasi mendukung validitas UTAUT2 sebagai kerangka analisis perilaku adopsi teknologi dalam konteks investasi berbasis digital syariah. Tidak signifikannya *performance expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, Persepsi risiko memberikan ruang untuk kajian lebih lanjut mengenai faktor eksternal yang mungkin kurang relevan di kalangan masyarakat yang sudah terbiasa dengan layanan digital.

Bank Syariah Indonesia (BSI) dapat menggunakan hasil penelitian ini sebagai dasar dalam merancang strategi pemasaran dan pengembangan fitur aplikasi mobile banking, khususnya pada layanan e-emas. Pemahaman tentang pentingnya persepsi manfaat, kemudahan, dan kebiasaan dapat mendorong BSI untuk lebih menekankan aspek-aspek ini

dalam kampanye edukasi dan promosi. Pengembangan layanan yang menyenangkan secara emosional (hedonic motivation) dan bernilai ekonomis (price value) juga dapat menjadi kunci dalam memperluas jangkauan dan loyalitas pengguna. Pemerintah daerah dan otoritas keuangan syariah dapat menggunakan hasil penelitian ini sebagai acuan untuk meningkatkan literasi keuangan digital berbasis syariah di daerah-daerah lain yang memiliki karakteristik serupa dengan Kota Padangsidempuan.

C. Saran

Berdasarkan temuan dalam penelitian ini, penulis memberikan beberapa saran yang ditujukan kepada pihak terkait, sebagai berikut:

1. Bagi Pengelola Mobile Banking BSI disarankan untuk meningkatkan performa fitur e-emas, baik dari segi kemudahan penggunaan (effort expectancy) maupun manfaat yang dirasakan oleh pengguna untuk memperkuat niat berinvestasi masyarakat. Perlu dilakukan kampanye promosi digital dan edukasi yang melibatkan tokoh masyarakat atau influencer lokal untuk memanfaatkan pengaruh sosial (social influence) dalam mendorong adopsi layanan e-emas.
2. Bagi Pengguna Mobile Banking BSI Pengguna diharapkan dapat lebih aktif dalam mengeksplorasi fitur-fitur investasi e-emas dan mencari informasi tentang manfaat serta cara penggunaannya, sehingga dapat mengambil keputusan investasi yang lebih tepat. Disarankan untuk

membentuk komunitas kecil atau diskusi daring mengenai investasi e-emas, guna meningkatkan pengetahuan dan motivasi bersama.

3. Bagi Peneliti selanjutnya disarankan untuk menggunakan metode campuran (mix-method) agar dapat menggali lebih dalam faktor psikologis dan budaya lokal yang memengaruhi keputusan berinvestasi. Perlu juga dilakukan perluasan wilayah penelitian ke kota atau daerah lain untuk memperoleh gambaran yang lebih representatif secara geografis. Peneliti selanjutnya dapat mempertimbangkan variabel tambahan di luar UTAUT2, seperti literasi keuangan, kepercayaan terhadap institusi keuangan syariah, guna memperkaya model analisis.
4. Bagi Pemerintah Daerah, disarankan untuk bekerja sama dengan bank syariah dan otoritas keuangan dalam mengadakan program literasi keuangan digital syariah, khususnya di kalangan generasi muda dan pelaku UMKM, untuk meningkatkan partisipasi dalam investasi digital seperti e-emas.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, Icek. "Consumer Attitudes and Behavior: The Theory of Planned Behavior Applied to Food Consumption Decisions." *Italian Review of Agricultural Economics*, 12 Februari 2016, 121-138 Pages. <https://doi.org/10.13128/REA-18003>.
- Alfarizi, Muhammad. "Interaction of Customer Satisfaction and Retention of Digital Services: PLS Evidence From Indonesian Sharia Banking." *International Journal of Islamic Economics and Finance (IJIEF)* 6 (31 Januari 2023). <https://doi.org/10.18196/ijief.v6i1.16824>.
- Aulia, Mulfi and Salwa Dalilah Nasution, "Analisis Praktik Merger Tiga Bank Syariah Perspektif POJK. 41/POJK.03/2019," 2022.
- Azman Ong, Mohd Hanafi, Muhammad Yassar Yusri, dan Nur Syafikah Ibrahim. "Use and Behavioural Intention Using Digital Payment Systems among Rural Residents: Extending the UTAUT-2 Model." *Technology in Society* 74 (Agustus 2023): 102305. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2023.102305>.
- Badan Pusat Statistik Kota Padangsidimpuan. *Kota Padangsidimpuan dalam Angka 2022*. Padangsidimpuan: Badan Pusat Statistik, 2022.
- Bidori, Fanny, dan Ida Puspitowati. "Pengaruh Kebutuhan Kognisi, Preferensi Risiko Dan Jenis Kelamin Terhadap Niat Berwirausaha Mahasiswa." *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan* 3, no. 3 (30 Agustus 2021): 699. <https://doi.org/10.24912/jmk.v3i3.13153>.
- Engel, James F., Roger D. Blackwell, dan Paul W. Miniard. *Consumer Behavior*. 8. ed. The Dryden Press Series in Marketing. Forth Worth, Tex.: Dryden Press, 1995.
- Fajar, Ahmad Nurul, Frits Septian Johaness, Abba Suganda Girsang, dan Gunawan Wang. "Evaluation of the used of visual electronic banking system application using UTAUT 2 in Bank Central Asia corporation." *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering* 420 (1 Oktober 2018): 012096. <https://doi.org/10.1088/1757-899X/420/1/012096>.
- Gaspareniene, Ligita, Rita Remeikiene, Alius Sadeckas, dan Romualdas Ginevicius. "Gold Investment Incentives: An Empirical Identification of the Main Gold Price Determinants and Prognostication of Gold Price Future Trends." *Economics & Sociology* 11 (1 September 2018): 248-64. <https://doi.org/10.14254/2071-789X.2018/11-3/15>.

- Hamidi, Masyhuri, Fajri Adrianto, dan Bryan Trianda Ginting. "Determining Factor of Continuous Intention Mobile Payment: Using Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT2) Model." *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis* 11, no. 2 (17 Desember 2022): 111–24. <https://doi.org/10.24036/jkmb.12062600>.
- Investasi, Bareksa Portal. "Kenaikan Rata-rata Harga Emas 12% per Tahun, Begini Outlook di 2023." Bareksa.com, 2022. <https://www.bareksa.com/berita/emas/2022-11-18/kenaikan-rata-rata-harga-emas-12-per-tahun-begini-outlook-di-2023>.
- Kurniawan, Dedi, Achmad Maulana, dan Muchsin Saggaff Shihab. "Faktor-faktor yang mempengaruhi niat beli emas melalui mobile banking." *Referensi : Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi* 11, no. 2 (30 Juli 2023): 34–49. <https://doi.org/10.33366/ref.v11i2.4786>.
- Lubis, Hanifatul Riskiya, Raissa Nazalia, and Universitas Cendikia Abditama, "Sharia Implementation of the Gold Bullion Purchase Procedure Using the E-Emas Application At Bank Syariah Indonesia Kelapa Dua" 2, no. 119 (2023): 13–19.
- Lubis, Rukiah, Zulaika Matondang, and Utari Evy Cahyani, "Key Success Factors Islamic Human Resources in North Sumatera Islamic Banking With Analytical Network Process (ANP)," *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, September 30, 2023, <https://doi.org/10.17358/jabm.9.3.898>.
- Mahendra, A., Mekar Meilisa Amalia, dan Hengky Leon. "Analisis Pengaruh Suku Bunga, Harga Minyak Dunia, Harga Emas Dunia Terhadap Indeks Harga Saham Gabungan Dengan Inflasi Sebagai Variabel Moderating Di Indonesia." *Owner* 6, no. 1 (7 Februari 2022): 1069–82. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i1.725>.
- Manik, Naili Nuril Aufa, Putri Indah Fadillah, dan Nurul Jannah. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Generasi z Dalam Berinvestasi Tabung Emas Pada Pegadaian Digital Syariah." *Jurnal Cakrawala Ilmiah* 1, no. 4 (24 Desember 2021): 637–46. <https://doi.org/10.53625/jcijurnalcakrawalailmiah.v1i4.847>.
- Mas'ad, Aunurrochim Muhammad, Muhammad Ezzuddeen Abdissalam Rozali, Wan Abdul Fattah Wan Ismail, dan Fuadah Johari. "Gold Investment Practices in Malaysia : A Shariah Review." *Journal of Fatwa Management and Research*, 2018, 215–31. <https://doi.org/10.33102/jfatwa.vol13no1.184>.
- Mohd Thas Thaker, Hassanudin, Mohamed Asmy Mohd Thas Thaker, Ahmad Khaliq, Anwar Allah Pitchay, dan Hafezali Iqbal Hussain. "Behavioural

intention and adoption of internet banking among clients' of Islamic banks in Malaysia: an analysis using UTAUT2." *Journal of Islamic Marketing* 13, no. 5 (1 Januari 2021): 1171–97. <https://doi.org/10.1108/JIMA-11-2019-0228>.

Mudrajad Kuncoro, dan Wibi Hardani. *Metode riset untuk bisnis dan ekonomi bagaimana meneliti dan menulis tesis*. Jakarta: Erlangga, 2013.

Nicoletti, Bernardo. "Future of Banking 5.0." Dalam *Banking 5.0*, oleh Bernardo Nicoletti, 431–58. Palgrave Studies in Financial Services Technology. Cham: Springer International Publishing, 2021. https://doi.org/10.1007/978-3-030-75871-4_15.

Noviatun, Ifa, dan Sulis Riptiono. "Menguji Intention to Use E-Wallet OVO Menggunakan Modifikasi Technology Acceptance Model (TAM) di Kebumen." *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi (JIMMBA)* 3, no. 1 (4 Mei 2021): 193–201. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v3i1.777>.

Peter, Jerome Paul, dan Jerry C. Olson. *Consumer Behavior & Marketing Strategy*. 9. ed., Internat. ed. Boston, Mass.: McGraw-Hill, 2010.

Putra, Muhammad Deni, Gusti Rahayu Ningsih, dan Frida Amelia. "Analisis Minat Masyarakat Menabung Emas Pada Unit Pegadaian Syariah Selayo Solok." *Al-Bank: Journal of Islamic Banking and Finance* 1, no. 1 (23 Maret 2021): 41–48. <https://doi.org/10.31958/ab.v1i1.2709>.

Rahi, Samar, Majeed Mustafa Othman Mansour, Mahmoud Alghizzawi, dan Feras Mi Alnaser. "Integration of UTAUT model in internet banking adoption context." *Journal of Research in Interactive Marketing* 13, no. 3 (2019): 411–35. <https://doi.org/10.1108/jrim-02-2018-0032>.

Rahim, Wahida, Ikhlās Supardin, and Ikhsan Gasali, "Efektivitas Kebijakan Merger Bank Syariah Indonesia (BSI) Dalam Revitalisasi Pembangunan Ekonomi Berbasis Syariah" 5, no. 1 (2025), https://e-journal.uingusdur.ac.id/el_hisbah.

Rahma, Aldra Puspita, dan Clarashinta Clara Canggih. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Terhadap Investasi Emas: Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Terhadap Investasi Emas." *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam* 4, no. 2 (24 Oktober 2021): 98–108. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v4n2.p98-108>.

- Rositawati, Dwi Nugraheni. "Kajian Berpikir Kritis Pada Metode Inkuiri." *Prosiding SNFA (Seminar Nasional Fisika dan Aplikasinya)* 3 (28 Februari 2019): 74. <https://doi.org/10.20961/prosidingsnfa.v3i0.28514>.
- Sholihah, Erlinda, Ika Septiana Windi Antari, Rizqi Fajar Rochimawati, dan Ulwiyah. "Determinants of BSI mobile banking adoption intentions: DeLone & McLean and UTAUT Model integration with religiosity." *Asian Journal of Islamic Management (AJIM)*, no. Query date: 2023-11-14 09:44:40 (2023): 1–17. <https://doi.org/10.20885/ajim.vol5.iss1.art1>.
- Sugiharto, Bambang, Indah Umiyati, dan Noni Nissa Sholihah. "Application of Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) Model to the Intention to Using Mobile Banking Service." *Accounting Research Journal of Sutaatmadja* 5, no. 02 (September 2021): 361465. <https://doi.org/10.35310/accruals.v5i02.885>.
- Sulistiyowati, Ari, Muhammad Richo Rianto, Milda Handayani, dan Eri Bukhari. "Pengaruh Financial Literacy, Return Dan Resiko Terhadap Keputusan Investasi Generasi Milenial Islam Di Kota Bekasi." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 8, no. 2 (29 Juli 2022): 2253–60. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i2.5956>.
- Venkatesh, Thong, dan Xu. "Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology." *MIS Quarterly* 36, no. 1 (2012): 157. <https://doi.org/10.2307/41410412>.
- Venkatesh, Viswanath, Michael G. Morris, Gordon B. Davis, dan Fred D. Davis. "User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View." *MIS Quarterly* 27, no. 3 (2003): 425–78. <https://doi.org/10.2307/30036540>.
- Widayani, Anna. "Adoption of Mobile Payment Approach Extended the UTAUT 2." *Relevance: Journal of Management and Business* 4, no. 2 (2022): 156–75. <https://doi.org/10.22515/relevance.v4i2.4019>.
- Yuliana, Putri Dewi, dan Atik Aprianingsih. "Factors Involved in Adopting Mobile Banking for Sharia Banking Sector Using UTAUT 2." *Jurnal Keuangan Dan Perbankan* 26, no. 1 (9 Maret 2022): 184–207. <https://doi.org/10.26905/jkdp.v26i1.6858>.

LAMPIRAN-LAMPIRAN



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian

SURAT VALIDASI ANGKET

Menerangkan bahwa yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dr. Utari Evy Cahyani, S.P., M.M.

NIP : 19790720 201101 1 005

Telah memberikan pengamatan dan masukan terhadap angket untuk kelengkapan penelitian yang berjudul: “DETERMINAN NIAT BERINVESTASI E-EMAS MELALUI MOBILE BANKING BSI DI KOTA PADANGSIDIMPUAN BERDASARKAN UNIFIED THEORY OF ACCAPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY (UTAUT 2)” yang disusun oleh:

Nama : Ayu Hidayati

NIM : 2150200028

Program : Pascasarjana Program Magister UIN Syahada

Padangsidimpuan

Program Studi : Ekonomi Syariah

Adapun masukan saya adalah sebagai berikut:

- 1.
- 2.
- 3.

Dengan harapan masukan dan penilaian yang saya berikan dapat dipergunakan untuk menyempurnakan dan memperoleh kualitas angket yang baik.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY

Padangsidimpuan, November 2024

Validator

Dr. Utari Evy Cahyani, S.P., M.M.

NIP. 19870521 201503 2 004

VALIDASI VARIABEL DAN INDIKATOR

Petunjuk:

1. Kami mohon, kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. Berilah tanda *checklist* (√) pada kolom V (valid), VR (Valid dengan Revisi), dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi, Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

No	Variabel	Indikator	Nomor Soal		V	VR	TV
			P	N			
1	Niat Perilaku	Keinginan untuk menggunakan.	1, 2				
		Keinginan mencoba untuk menggunakan.	3, 4				
		Akan menggunakan di masa yang akan datang.	5, 6				
2	Ekspektasi Kinerja	Adanya kegunaan.	1, 2				
		Mempercepat pekerjaan.	3, 4				
		Memudahkan pekerjaan.	5, 6				
		Meningkatkan efektifitas.	7, 8				
3	Ekspektasi Usaha	Mudah untuk dipelajari.	1, 2				
		Mudah untuk di pahami.	3, 4				
		Mudah untuk digunakan.	5, 6				
		Mudah untuk menjadi trampil.	7, 8				
4	Pengaruh Sosial	Pengaruh orang penting.	1, 2				
		Faktor sosial.	3, 4				
		Partisipasi orang lain.	5, 6				
5	Kondisi yang Memfasilitasi	Adanya sumber daya.	1, 2				
		Adanya pengetahuan.	3, 4				
		Adanya bantuan/infrastruktur.	5, 6				
6	Motivasi Hedonis	Menyenangkan.	1, 2				
		Menghibur.	3, 4				
		Menarik.	5, 6				
7	Nilai Harga	Keterjangkauan harga.	1, 2				

		Kesesuaian harga dengan manfaat.	3, 4				
		Memberikan nilai yang bagus.	5, 6				
8	Kebiasaan	Kebiasaan.	1, 2				
		Kecanduan menggunakan.	3, 4				
		Keharusan menggunakan.	5, 6				
		Hal yang wajar.	7, 8				
9	Persepsi Risiko	Kecenderungan umum dari risiko	1, 2				
		Menerima risiko	3, 4				
		Mengejar risiko	5, 6				
		Menghindari risiko	7, 8				

Padangsidimpuan, November 2024
Validator

Dr. Utari Evy Cahyani, S.P., M.M.
NIP. 19870521 201503 2 004

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
 SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
 PADANGSIDIMPUAN

ANGKET
“DETERMINAN NIAT BERINVESTASI E-EMAS MELALUI MOBILE
BANKING BSI DI KOTA PADANGSIDIMPUAN BERDASARKAN
UNIFIED THEORY OF ACCAPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY
(UTAUT 2)”

Assalamu’alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yth. Bapak/Ibu Responden

Perkenalkan Saya Ayu Hidayati selaku mahasiswa Pascasarjana Program Magister Ekonomi Syariah UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan. Saya sedang melakukan penelitian studi akhir saya berupa Tesis dengan judul “DETERMINAN NIAT BERINVESTASI E-EMAS MELALUI MOBILE BANKING BSI DI KOTA PADANGSIDIMPUAN BERDASARKAN UNIFIED THEORY OF ACCAPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY (UTAUT 2)”. Dengan rendah hati, saya memohon Bapak/Ibu berkenan membantu saya dan meluangkan waktu dengan mengisi angket penelitian ini untuk penyelesaian studi.

Saya menyampaikan terima kasih atas kesediaan Bapak/Ibu.

Hormat saya,

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
Ayu Hidayati PADANGSIDIMPUAN

A. Isian Data Responden

1. Nama :(opsional)
2. Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan
3. Usia : <20 tahun
 21-30 tahun
 31-40 tahun
 41-50 tahun
 ≥51 tahun
4. Pendidikan Terakhir : Tidak Tamat SD
 SD
 SMP
 SMA
 Diploma/Sarjana
 Pascasarjana
5. Status Pekerjaan : Pelajar/Mahasiswa
 Pegawai Negeri
 Pegawai Swasta
 Wirausaha
 Lainnya:.....
...
6. Pendapatan Bulanan : < 1.000.000
 1.000.000 - 5.000.000
 5.000.001 – 10.000.000
 ≥ 10.000.000
7. Frekuensi Penggunaan Mobile Banking
 Setiap Hari
 1 – 3 Kali Seminggu
 1 – 2 Kali Sebulan
 Jarang
8. Lama Penggunaan Mobile Banking
 < 6 Bulan
 6 Bulan – 1 Tahun
 1 – 3 Tahun
 > 3 Tahun
9. Tujuan Penggunaan Mobile Banking
 Transfer Uang
 Pembayaran Tagihan
 Investasi (e-emas, reksadana, dll)
 Tabungan atau Cek Saldo
 Lainnya:.....
...

10. Apakah Anda sudah pernah berinvestasi e-emas melalui Mobile Banking BSI?

Ya

Tidak

11. Jika ya, berapa lama Anda sudah berinvestasi e-emas melalui Mobile Banking BSI?

< 6 Bulan

6 Bulan – 1 Tahun

1 – 3 Tahun

> 3 Tahun



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN

B. Petunjuk Pengisian

- a. Pernyataan yang ada mohon dibaca dan dipahami dengan sebaik baiknya serta diisi sesuai keadaan Saudara/i yang sebenarnya.
- b. Silakan beri tanda (✓) pada salah satu pilihan jawaban yang menurut Anda paling sesuai dengan pendapat Anda terhadap pernyataan berikut ini:
- c. Adapun skor jawaban atas pertanyaan yang ada adalah sebagai berikut :
 - 1) Sangat Tidak Setuju (STS) : Nilai 1
 - 2) Tidak Setuju (TS) : Nilai 2
 - 3) Netral (N) : Nilai 3
 - 4) Setuju (S) : Nilai 4
 - 5) Sangat Setuju (SS) : Nilai 5

I. Angket Variabel Niat Perilaku

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Saya memiliki keinginan yang kuat untuk menggunakan Mobile Banking BSI dalam investasi e-emas.					
2	Saya merasa termotivasi untuk menggunakan Mobile Banking BSI untuk investasi e-emas.					
3	Saya tertarik mencoba fitur investasi e-emas di Mobile Banking BSI.					
4	Saya ingin mencoba berinvestasi e-emas menggunakan Mobile Banking BSI secepat mungkin.					
5	Saya berencana menggunakan Mobile Banking BSI untuk berinvestasi e-emas di masa depan.					
6	Saya berniat terus menggunakan Mobile Banking BSI untuk investasi e-emas pada kesempatan berikutnya.					

II. Angket Variabel Ekspektasi Kinerja

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Saya merasa Mobile Banking BSI sangat bermanfaat untuk investasi e-emas.					
2	Mobile Banking BSI membantu saya mengelola investasi dengan lebih baik.					

3	Mobile Banking BSI mempercepat proses investasi saya.					
4	Dengan Mobile Banking BSI, saya dapat menyelesaikan transaksi investasi dengan cepat.					
5	Saya merasa Mobile Banking BSI memudahkan investasi e-emas.					
6	Mobile Banking BSI membuat proses investasi lebih sederhana.					
7	Mobile Banking BSI membuat investasi saya lebih efektif.					
8	Saya merasa lebih produktif menggunakan Mobile Banking BSI untuk investasi e-emas.					

III. Angket Variabel Ekspektasi Usaha

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Saya merasa menggunakan Mobile Banking BSI mudah untuk dipelajari.					
2	Mobile Banking BSI menyediakan informasi yang mudah dipahami.					
3	Saya tidak mengalami kesulitan memahami fitur investasi e-emas pada Mobile Banking BSI.					
4	Mobile Banking BSI memberikan panduan yang jelas dalam berinvestasi.					
5	Fitur investasi e-emas pada Mobile Banking BSI sangat mudah digunakan.					
6	Saya merasa nyaman menggunakan Mobile Banking BSI untuk investasi e-emas.					
7	Saya dapat dengan cepat terbiasa menggunakan Mobile Banking BSI untuk investasi e-emas.					
8	Saya merasa lebih terampil berinvestasi menggunakan Mobile Banking BSI setelah beberapa kali mencobanya.					

IV. Angket Variabel Pengaruh Sosial

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Orang-orang sekitar saya menyarankan menggunakan Mobile Banking BSI.					
2	Saya menggunakan Mobile Banking BSI karena					

	rekomendasi dari orang-orang yang saya percaya.					
3	Saya terpengaruh oleh teman/keluarga yang menggunakan Mobile Banking BSI untuk investasi.					
4	Dukungan sosial mendorong saya untuk menggunakan Mobile Banking BSI.					
5	Orang-orang di sekitar saya menggunakan Mobile Banking BSI untuk investasi e-emas.					
6	Saya merasa terdorong untuk ikut menggunakan Mobile Banking BSI setelah melihat orang lain menggunakannya.					

V. Angket Variabel Kondisi yang Memfasilitasi

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Saya memiliki perangkat yang mendukung untuk menggunakan Mobile Banking BSI.					
2	Infrastruktur teknologi yang tersedia membantu saya menggunakan Mobile Banking BSI.					
3	Saya memiliki pengetahuan yang cukup untuk menggunakan Mobile Banking BSI untuk investasi e-emas.					
4	Saya memahami cara menggunakan fitur investasi pada Mobile Banking BSI.					
5	Mobile Banking BSI menyediakan dukungan teknis yang memadai.					
6	Infrastruktur yang tersedia mempermudah saya dalam berinvestasi e-emas melalui Mobile Banking BSI.					

VI. Angket Variabel Hedonis

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Saya merasa senang saat menggunakan Mobile Banking BSI untuk berinvestasi.					
2	Menggunakan Mobile Banking BSI memberikan pengalaman yang menyenangkan.					
3	Fitur-fitur pada Mobile Banking BSI cukup menghibur saya.					
4	Berinvestasi e-emas melalui Mobile Banking BSI					

	membuat saya merasa rileks.					
5	Saya merasa fitur investasi e-emas pada Mobile Banking BSI sangat menarik.					
6	Mobile Banking BSI memiliki desain dan fitur yang menarik perhatian saya.					

VII. Angket Variabel Nilai Harga

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Saya merasa biaya investasi e-emas melalui Mobile Banking BSI terjangkau.					
2	Biaya yang diperlukan untuk berinvestasi e-emas sesuai dengan kemampuan saya.					
3	Manfaat yang saya dapatkan dari investasi e-emas sesuai dengan biayanya.					
4	Saya merasa harga layanan Mobile Banking BSI sebanding dengan manfaat yang diberikan.					
5	Mobile Banking BSI memberikan nilai tambah untuk investasi saya.					
6	Saya merasa investasi e-emas melalui Mobile Banking BSI sangat bernilai.					

VIII. Angket Variabel Kebiasaan

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Saya sering menggunakan Mobile Banking BSI untuk investasi e-emas.					
2	Berinvestasi melalui Mobile Banking BSI sudah menjadi bagian dari rutinitas saya.					
3	Saya merasa tidak bisa berhenti menggunakan Mobile Banking BSI untuk investasi e-emas.					
4	Saya merasa ingin terus menggunakan Mobile Banking BSI untuk investasi e-emas.					
5	Menggunakan Mobile Banking BSI untuk investasi adalah suatu keharusan bagi saya.					
6	Saya merasa perlu menggunakan Mobile Banking BSI untuk mencapai tujuan investasi saya.					
7	Saya merasa sangat wajar menggunakan Mobile Banking BSI untuk investasi e-emas.					
8	Berinvestasi melalui Mobile Banking BSI sudah					

	menjadi kebiasaan umum bagi saya.					
--	-----------------------------------	--	--	--	--	--

IX. Angket Variabel Persepsi Risiko

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Saya merasa nyaman mengambil risiko investasi melalui Mobile Banking BSI.					
2	Saya tidak terlalu khawatir tentang risiko menggunakan Mobile Banking BSI.					
3	Saya bersedia menerima risiko kecil saat menggunakan Mobile Banking BSI.					
4	Saya merasa risiko investasi e-emas di Mobile Banking BSI dapat dikelola dengan baik.					
5	Saya bersedia mencoba peluang investasi baru meskipun ada risikonya.					
6	Saya terbuka untuk mengambil risiko demi keuntungan investasi.					
7	Saya lebih memilih untuk berinvestasi dengan risiko kecil melalui Mobile Banking BSI.					
8	Saya menghindari investasi berisiko tinggi melalui Mobile Banking BSI.					

Lampiran 2 Data Penelitian

NO	Ekspektasi Kinerja								Ekspektasi Usaha							
	1	2	3	4	5	6	7	8	1	2	3	4	5	6	7	8
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8
1	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5
2	5	5	4	5	5	2	5	5	5	5	4	4	4	5	5	2
3	4	5	5	5	2	4	4	5	3	5	5	5	5	3	2	4
4	5	3	5	5	2	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
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
7	5	2	5	5	5	4	2	3	5	5	5	5	5	4	5	4
8	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4
9	5	2	2	2	2	5	2	2	2	5	5	2	2	2	2	5
10	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4
11	4	4	5	5	5	5	5	2	4	5	4	4	5	5	5	5
12	2	5	4	5	5	5	5	2	2	2	2	5	4	5	5	5
13	5	5	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
14	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
15	5	4	5	5	2	5	5	5	2	4	5	4	5	5	2	5
16	5	3	2	5	5	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3
17	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
20	5	2	3	3	3	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	2

21	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	
22	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	
23	4	5	2	4	5	2	2	4	5	4	2	4	2	4	5	2	
24	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
25	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	
27	5	5	5	3	3	5	5	2	3	5	5	2	5	3	3	5	
28	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	
29	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	
30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
31	2	2	5	5	2	3	2	2	5	2	2	2	2	5	3	2	3
32	3	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4
33	4	3	2	2	4	5	5	5	4	5	2	2	2	2	3	5	
34	5	5	3	2	5	3	5	2	5	5	5	5	3	2	5	3	
35	5	2	2	5	5	4	5	4	4	5	5	5	2	5	5	4	
36	5	5	5	5	5	5	5	4	2	5	5	5	5	5	2	5	
37	5	5	2	2	4	5	5	5	4	5	2	2	2	2	2	5	
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
40	5	5	5	5	5	5	5	4	2	5	5	5	5	5	5	5	
41	5	5	5	2	5	5	5	2	5	4	4	4	5	2	2	5	
42	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
43	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
44	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	
45	5	2	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5	4	4	3	4	

46	5	3	4	4	2	5	5	5	5	5	5	5	4	4	2	5
47	4	5	4	2	5	4	5	2	4	4	5	5	4	2	5	4
48	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4
49	4	2	2	3	3	2	2	3	5	2	2	5	2	3	3	2
50	5	2	5	5	2	5	2	3	5	2	5	5	5	5	2	5
51	5	4	3	4	5	4	4	4	4	4	5	4	3	4	5	4
52	5	3	5	2	3	5	3	2	5	4	5	2	5	2	3	5
53	5	2	5	5	2	5	2	3	5	2	5	5	5	5	2	5
54	5	4	3	4	5	4	4	4	4	4	5	4	3	4	5	4
55	2	3	2	5	5	2	5	2	3	3	3	2	2	5	5	2
56	5	5	5	2	2	2	2	2	5	2	5	5	5	2	2	2
57	5	5	4	3	3	5	2	5	4	4	2	2	4	3	3	5
58	5	2	3	3	2	5	5	4	5	4	4	5	3	3	2	5
59	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
60	5	5	4	4	5	5	4	4	4	2	4	4	4	4	5	5
61	4	5	4	2	5	5	5	5	5	5	5	5	4	2	5	5
62	5	3	5	5	3	3	2	2	4	2	4	5	5	5	3	3
63	4	5	5	2	5	5	5	4	5	2	2	5	5	2	5	5
64	5	2	2	2	3	2	3	5	5	5	4	2	2	2	3	2
65	5	3	5	4	3	2	2	3	5	5	4	3	5	4	3	2
66	2	5	5	5	3	2	5	5	5	5	4	4	5	5	3	2
67	5	5	2	2	2	2	2	2	4	5	4	4	2	2	2	2
68	5	5	2	2	2	2	5	2	4	5	4	4	2	2	2	2
69	5	5	3	3	3	5	2	2	5	5	5	5	3	3	3	5
70	4	3	4	4	2	3	2	4	4	3	3	4	4	4	2	3

71	4	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5
72	4	5	4	5	3	2	2	3	5	4	4	4	4	5	3	2
73	4	5	4	5	3	2	2	3	5	4	4	5	4	5	3	2
74	5	4	3	3	3	4	2	5	5	5	5	4	3	3	3	4
75	5	5	3	3	3	5	2	5	5	5	5	5	3	3	3	5
76	5	5	3	5	2	2	5	5	5	4	5	5	3	5	2	2
77	5	3	3	5	3	3	5	5	5	5	4	3	3	5	3	3
78	2	3	3	5	3	2	5	5	5	5	4	5	3	5	3	2
79	4	4	2	2	5	5	3	3	2	2	2	5	2	2	5	5
80	4	5	5	2	5	2	5	2	2	5	5	5	5	2	5	2
81	5	5	2	5	5	5	2	5	5	5	5	2	2	5	5	5
82	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3
83	4	4	5	5	5	2	4	5	4	4	4	4	4	5	5	2
84	5	2	2	2	2	5	2	2	3	5	2	2	2	2	2	5
85	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5
86	5	5	5	5	5	2	2	5	3	2	5	5	5	5	5	2
87	3	2	4	2	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	2	4
88	2	3	2	5	2	4	5	5	2	5	2	5	2	5	2	4
89	5	3	2	2	5	4	4	5	5	5	4	2	2	2	5	4
90	2	3	2	3	2	3	2	5	5	5	5	2	2	3	2	3
91	4	4	2	3	4	4	3	4	4	4	4	4	2	3	4	4
92	5	4	5	2	5	2	5	5	2	4	5	2	5	2	5	2
93	4	2	5	2	2	5	5	4	5	5	5	5	5	2	2	5
94	5	5	5	4	2	5	5	5	5	4	5	5	5	4	2	5
95	4	2	4	2	2	5	2	2	3	3	2	5	4	2	2	5

96	4	4	5	4	2	4	2	4	2	4	4	4	5	4	2	4
97	2	2	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4
98	4	5	2	5	2	3	5	3	2	3	3	2	2	5	2	3
99	5	2	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5
100	3	2	5	2	2	5	5	4	5	5	5	5	5	2	2	5
101	4	5	5	4	2	5	5	5	5	4	5	5	5	4	2	5
102	5	2	5	2	2	5	5	4	5	5	5	5	5	2	2	5
103	4	5	5	4	2	5	5	5	5	4	5	5	5	4	2	5
104	4	2	5	2	2	5	5	4	5	5	5	5	5	2	2	5
105	4	5	5	4	2	5	5	5	5	4	5	5	5	4	2	5
106	3	2	3	3	2	2	3	2	5	5	5	5	3	3	2	2
107	4	2	4	5	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5
108	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5
109	5	5	3	3	3	2	5	5	5	5	2	5	3	3	3	2
110	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4
111	4	4	4	4	4	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	3
112	5	3	3	3	3	5	5	5	5	5	4	5	3	3	3	5
113	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
114	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	5	5
115	4	3	5	4	3	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	3
116	4	5	5	2	5	3	5	2	4	5	5	4	5	2	5	3
117	4	5	5	2	5	3	5	2	4	5	5	4	5	2	5	3
118	4	4	5	5	5	2	3	3	3	5	4	5	5	5	5	2
119	5	3	3	3	2	3	5	2	5	5	5	5	3	3	2	3
120	5	5	5	5	5	4	4	3	5	5	5	2	5	5	5	4

121	4	3	2	2	4	5	5	5	4	5	2	2	2	2	4	5
122	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
123	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
124	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
125	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
126	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
127	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
128	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
129	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
130	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
131	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
132	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
133	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
134	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
135	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
136	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
137	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
138	2	5	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3
139	2	3	5	5	2	2	5	4	5	5	4	3	5	5	2	2
140	4	5	5	5	5	5	2	2	3	4	4	5	5	5	5	5
141	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4
142	4	4	4	4	2	4	5	4	4	4	4	4	4	4	2	4
143	4	2	5	4	3	5	2	3	5	4	5	3	5	4	3	5
144	5	3	2	4	3	2	3	2	2	2	2	5	2	4	3	2
145	4	2	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5

171	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
172	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5
173	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
174	4	5	5	4	5	5	5	2	5	5	2	5	5	4	5	5
175	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4
176	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
177	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
178	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
179	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
180	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
181	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
182	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
183	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
184	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
185	5	2	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5
186	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
187	5	4	2	5	2	4	2	4	5	2	4	5	2	5	2	4
188	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4
189	5	5	2	3	3	3	3	2	3	3	5	2	2	3	3	3
190	5	5	2	3	3	3	3	2	3	2	5	2	2	3	3	3
191	4	5	5	4	5	2	5	4	5	5	4	5	4	5	2	
192	2	5	5	3	3	3	3	3	2	5	2	5	5	3	3	3
193	5	2	5	3	2	3	3	2	3	5	5	3	5	3	2	3
194	5	5	5	3	3	3	5	3	5	5	5	5	5	3	3	3
195	4	4	2	2	2	2	5	5	2	5	5	4	2	2	2	2

196	5	5	4	2	5	5	2	2	2	2	5	5	4	2	5	5
197	5	5	4	2	5	5	2	2	2	2	5	5	4	2	5	5
198	4	4	2	3	5	3	3	3	4	3	3	3	2	3	5	3
199	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
200	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
201	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
202	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
203	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
204	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
205	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
206	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
207	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
208	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
209	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
210	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
211	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
212	4	4	4	3	2	3	4	4	5	5	4	2	4	3	2	3
213	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4
214	4	3	2	3	3	5	2	3	4	2	5	4	2	3	3	5
215	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4
216	2	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4
217	3	2	2	2	2	2	2	3	5	4	2	3	2	2	2	2
218	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
219	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
220	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5

271	5	5	4	4	5	2	5	5	4	5	5	5	4	4	5	2
272	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
273	4	2	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4
274	4	4	2	5	4	2	4	5	4	4	4	4	2	5	4	2
275	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
276	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
277	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4
278	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
279	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
280	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
281	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4
282	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
283	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
284	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
285	4	5	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4
286	4	2	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
287	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4
288	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
289	4	5	5	2	2	5	5	2	4	5	5	4	5	2	2	5
290	4	5	4	4	5	4	5	2	4	5	4	4	4	4	5	4
291	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
292	4	2	4	5	2	4	2	5	4	4	4	5	4	5	2	4
293	4	5	4	4	5	4	5	2	4	5	4	4	4	4	5	4
294	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
295	5	2	5	4	4	5	4	5	2	2	2	5	5	4	4	5

296	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5
297	4	4	4	2	2	4	5	4	4	4	5	5	4	2	2	4
298	4	5	2	2	5	4	4	4	4	4	4	4	2	2	5	4
299	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
300	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
301	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
302	4	2	4	4	2	2	5	5	4	5	4	4	4	4	2	2
303	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4
304	4	5	5	5	2	5	2	4	4	4	4	5	5	5	2	5
305	4	2	4	4	2	5	5	3	4	4	4	2	4	4	2	5
306	5	4	4	4	2	5	4	4	4	4	4	4	4	4	2	5
307	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5
308	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5
309	4	4	3	2	2	4	5	5	4	4	4	4	4	3	2	2
310	4	2	4	4	5	2	5	4	4	2	2	4	4	4	5	2
311	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
312	4	4	4	4	2	5	5	3	4	4	4	4	4	4	2	5
313	4	4	4	4	2	5	5	3	4	4	4	4	4	4	2	5
314	4	4	3	2	2	4	5	4	4	4	4	4	4	3	2	2
315	4	4	3	2	2	4	5	4	4	4	4	4	4	3	2	2
316	4	4	3	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5
317	4	3	3	4	2	2	4	4	4	4	4	2	3	4	2	2
318	5	2	3	4	2	5	4	4	4	4	4	4	3	4	2	5
319	4	4	5	5	4	4	2	2	5	5	5	4	5	5	4	4
320	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5

371	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
372	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
373	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
374	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
375	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
376	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
377	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
378	5	4	5	2	2	2	2	2	5	5	5	3	5	2	2	2
379	5	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5
380	4	4	4	4	4	4	5	5	2	4	4	4	4	4	4	4
381	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
382	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
383	4	5	4	4	2	4	5	2	4	4	4	2	4	4	2	4
384	4	2	5	4	2	5	2	5	5	5	5	4	5	4	2	5



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
 SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
 PADANGSIDIMPUAN

NO	Pengaruh Sosial						Nilai Harga					
	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X6.1	X6.2	X6.3	X6.4	X6.5	X6.6
1	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5
2	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4
3	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
7	2	5	5	2	5	2	5	5	5	2	2	5
8	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4
9	5	5	5	2	5	5	5	5	5	4	4	4
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
11	5	5	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4
12	5	4	4	2	5	5	5	5	5	4	4	5
13	5	5	5	2	3	2	2	3	3	2	2	3
14	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
15	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4
16	3	2	5	3	5	2	3	3	3	3	3	3
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
19	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
20	2	2	3	2	2	3	3	2	2	2	2	2
21	3	2	2	2	2	3	2	4	5	2	3	3
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4

23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
26	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
27	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4
28	5	4	5	2	2	3	2	2	2	2	2	2
29	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5
30	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4
31	5	2	4	2	5	5	5	2	3	2	3	2
32	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
33	5	5	4	2	4	4	2	5	4	5	5	4
34	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
35	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4
36	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4
37	5	5	4	2	4	4	2	5	4	5	5	4
38	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
39	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
40	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4
41	5	5	2	2	2	5	4	5	5	5	4	5
42	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
43	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
44	4	5	5	5	4	5	3	5	4	5	4	3
45	5	5	5	5	3	5	5	5	5	4	4	5
46	5	5	5	5	3	4	5	5	5	4	4	5
47	5	5	5	5	5	4	2	5	4	5	5	5

48	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4
49	5	2	5	2	2	2	2	2	2	5	5	2
50	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5
51	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4
52	2	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
53	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5
54	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4
55	5	5	5	2	2	2	4	4	2	3	5	2
56	5	5	3	2	2	5	5	5	5	5	5	2
57	2	2	5	2	3	5	5	5	4	5	4	4
58	2	3	4	5	4	4	5	2	4	5	5	4
59	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
60	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4
61	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
62	5	3	3	3	3	3	2	2	5	4	4	2
63	5	2	4	5	4	4	2	2	4	5	4	5
64	4	4	2	2	2	2	2	5	2	5	5	5
65	2	2	2	2	2	5	4	4	4	4	4	4
66	2	5	5	2	2	5	4	5	4	5	4	5
67	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4
68	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	2	5
69	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5
70	4	4	4	4	4	4	2	4	4	5	5	5
71	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4
72	4	4	4	5	5	4	5	2	4	4	2	5

123	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
124	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
125	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
126	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
127	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
128	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
129	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
130	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
131	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
132	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
133	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
134	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
135	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
136	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
137	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
138	3	3	3	3	2	2	2	2	2	5	5	5
139	2	5	3	2	2	2	3	2	2	5	4	2
140	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5
141	2	5	5	3	3	3	4	5	5	4	4	4
142	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
143	5	3	2	3	5	4	3	2	5	4	4	3
144	2	5	5	2	5	5	2	5	5	2	5	5
145	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5
146	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
147	3	2	5	3	4	4	5	2	2	5	5	5

148	5	5	5	3	5	2	2	5	5	4	4	4
149	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5
150	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2
151	5	2	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5
152	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4
153	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4
154	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
155	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
156	2	4	5	3	2	2	2	5	2	2	4	5
157	4	4	4	4	4	4	5	2	5	4	4	5
158	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
159	3	4	5	3	4	5	5	2	5	4	4	5
160	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
161	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
162	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
163	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
164	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
165	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
166	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
167	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
168	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
169	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
170	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
171	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
172	4	3	4	5	4	5	4	4	4	5	3	4

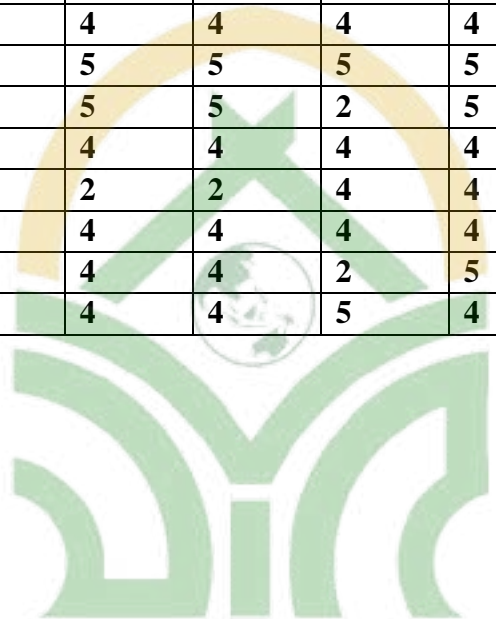
173	4	5	5	5	5	5	4	4	4	3	5	4
174	5	2	2	2	2	5	5	5	5	2	2	5
175	4	3	2	5	5	5	5	5	4	5	5	4
176	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2
177	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
178	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
179	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
180	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
181	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
182	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
183	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
184	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
185	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
186	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5
187	4	5	2	5	2	4	4	5	4	5	2	4
188	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4
189	5	5	2	3	2	3	5	4	4	5	5	5
190	5	5	2	3	3	3	5	5	3	5	5	5
191	4	5	2	2	2	5	2	2	2	5	2	2
192	5	5	5	3	2	5	3	2	5	5	5	5
193	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5
194	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
195	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4
196	5	2	5	2	5	5	5	5	5	5	2	5
197	5	2	5	2	5	5	5	5	5	5	2	5

223	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
224	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
225	3	3	2	3	3	2	5	5	5	5	5	5
226	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
227	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4
228	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4
229	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
230	2	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
231	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4
232	2	5	5	3	5	4	4	4	4	5	5	5
233	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	2	5
234	4	4	4	4	4	4	5	4	2	5	5	5
235	3	2	5	3	5	5	5	4	5	5	4	5
236	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
237	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4
238	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4
239	5	5	5	2	2	2	2	2	2	2	5	2
240	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
241	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4
242	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
243	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
244	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
245	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
246	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
247	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4

273	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4
274	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
275	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
276	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
277	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4
278	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
279	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
280	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
281	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
282	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
283	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
284	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	2
285	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4
286	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4
287	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
288	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
289	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5
290	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
291	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
292	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
293	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
294	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
295	4	4	4	5	5	5	4	4	5	2	4	5
296	4	4	2	5	5	4	4	4	4	4	4	5
297	5	5	4	5	2	4	4	4	4	4	4	4

323	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
324	5	5	4	3	3	2	5	5	5	5	5	4
325	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
326	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
327	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4
328	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
329	4	4	4	3	3	4	5	5	4	5	5	5
330	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4
331	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4
332	5	4	4	5	4	4	2	3	2	5	4	4
333	4	4	4	2	4	5	5	4	4	4	4	4
334	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
335	4	5	5	5	3	2	4	4	4	3	2	4
336	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
337	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
338	2	5	2	5	2	2	4	4	4	4	4	4
339	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
340	4	4	4	2	4	5	5	4	4	4	4	4
341	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
342	4	4	4	2	4	5	5	4	4	4	4	4
343	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
344	4	4	4	2	4	5	5	4	4	4	4	4
345	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
346	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
347	5	2	5	2	4	4	4	4	4	4	4	4

373	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
374	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
375	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
376	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
377	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
378	2	2	2	2	5	5	5	5	5	4	4	4
379	5	4	2	5	5	5	2	5	5	4	4	5
380	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
381	5	4	4	2	2	2	4	4	4	4	4	4
382	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4
383	4	3	5	2	4	4	2	5	4	4	4	2
384	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
 SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
 PADANGSIDIMPUAN

20	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2
21	2	3	2	3	2	3	3	3	3	2	4	2
22	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
26	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4
27	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5
28	2	2	2	5	2	2	2	5	2	2	5	2
29	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4
30	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
31	5	4	2	4	2	3	2	2	5	4	5	5
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
33	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4
34	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
35	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
37	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4
38	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
39	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
41	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4
42	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
43	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
44	5	4	5	4	5	4	3	4	5	4	5	4

70	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4
71	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	2	5
72	4	4	4	4	4	2	5	4	4	4	5	5
73	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
74	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4
75	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	3	3
76	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	3	4
77	4	4	4	4	4	2	5	2	5	5	5	4
78	4	5	4	2	5	2	5	5	5	5	5	5
79	4	5	4	5	4	3	5	4	5	3	5	4
80	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5
81	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
82	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
83	4	4	3	5	5	5	4	4	4	4	4	4
84	2	2	2	2	2	2	5	5	2	2	3	2
85	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
86	4	4	2	4	5	4	5	4	5	4	4	5
87	4	3	2	4	2	4	4	4	3	2	3	3
88	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5
89	2	5	5	2	2	2	2	5	5	5	5	4
90	5	3	3	5	4	4	5	5	5	5	5	5
91	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4
92	4	4	5	5	2	5	5	5	5	5	2	5
93	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	2	5
94	5	5	4	4	4	4	5	4	2	5	2	5

120	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	5
121	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4
122	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
123	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
124	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
125	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
126	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
127	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
128	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
129	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
130	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
131	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
132	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
133	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
134	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
135	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
136	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
137	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
138	3	2	3	5	5	5	5	5	5	4	2	2
139	3	3	3	2	5	4	2	3	3	3	5	2
140	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5
141	3	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4
142	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
143	5	5	4	4	4	4	3	3	5	5	2	2
144	4	4	4	4	2	5	5	3	2	5	5	5

170	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
171	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
172	4	3	5	4	5	3	4	4	4	4	4	4
173	5	5	5	5	3	5	4	4	4	4	4	4
174	2	2	2	5	2	2	5	5	2	5	2	5
175	2	5	2	2	5	5	4	3	5	4	4	5
176	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5
177	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
178	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
179	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
180	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
181	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
182	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
183	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
184	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
185	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
186	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
187	5	2	4	5	5	2	4	2	5	2	5	4
188	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5
189	3	3	3	2	5	5	5	2	5	5	5	5
190	3	3	3	2	5	5	5	2	5	5	5	5
191	2	2	2	2	5	2	2	2	5	5	2	3
192	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
193	5	4	4	5	5	5	5	2	5	4	5	5
194	5	3	3	3	4	4	4	5	5	5	5	5

295	4	4	2	2	2	4	5	5	4	5	4	5
296	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4
297	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5
298	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5
299	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
300	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
301	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
302	5	3	2	4	4	4	5	5	2	4	5	5
303	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
304	4	5	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4
305	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
306	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
307	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
308	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
309	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
310	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
311	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
312	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
313	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
314	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
315	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2
316	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
317	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4
318	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4
319	4	4	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4

370	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
371	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
372	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
373	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
374	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
375	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
376	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
377	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
378	2	5	2	4	4	4	4	4	4	4	5	5
379	2	2	2	5	4	4	5	2	2	2	4	5
380	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
381	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
382	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
383	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	5	5
384	4	4	4	4	5	4	4	2	5	4	4	4

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
 SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
 PADANGSIDIMPUAN

21	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
22	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
23	4	5	5	5	5	2	2	2	5	2	5	5	5	4	5	2
24	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
26	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
27	5	4	4	5	4	5	4	5	3	5	3	4	4	5	3	5
28	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4
29	5	4	5	5	5	5	2	2	2	5	2	5	5	5	2	5
30	5	2	5	2	4	2	4	2	2	3	3	5	5	2	2	3
31	5	5	4	5	5	5	2	2	5	5	5	5	4	5	5	5
32	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
33	4	3	4	5	5	4	2	3	2	2	2	5	4	5	2	2
34	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4
35	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
36	2	2	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4
37	4	3	4	5	5	4	2	3	2	2	2	5	4	5	2	2
38	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
40	2	2	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4
41	5	5	2	2	5	5	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
42	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
43	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
44	5	5	5	5	5	5	4	5	5	3	3	3	5	5	5	3
45	5	2	5	5	4	4	2	2	5	5	2	2	5	5	5	5

46	2	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	2
47	2	2	4	4	5	5	5	2	2	2	2	2	4	4	2	2
48	4	5	4	5	4	4	5	4	5	2	2	2	4	5	5	2
49	3	3	2	2	2	5	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3
50	3	2	2	5	5	5	5	2	2	2	3	2	2	5	2	2
51	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
52	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
53	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
54	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5
55	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
56	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
57	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
58	2	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5
59	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
60	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5
61	5	3	5	2	5	5	5	4	4	4	4	4	5	2	4	4
62	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4
63	5	5	5	4	5	4	5	4	3	4	5	5	5	4	3	4
64	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5
65	4	3	4	4	5	3	3	3	3	3	5	2	4	4	3	3
66	5	3	2	2	5	5	5	5	2	5	5	5	2	2	2	5
67	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	3	3	4	5	5	5
68	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
69	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	5	5	5	3
70	5	2	4	4	5	4	3	2	2	2	5	2	4	4	2	2

71	5	2	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5
72	5	5	4	4	5	5	2	2	3	3	3	2	4	4	3	3
73	5	5	4	4	5	5	2	2	2	3	2	2	4	4	2	3
74	5	5	5	3	5	3	5	5	5	2	2	2	5	3	5	2
75	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
76	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
77	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
78	4	5	2	5	2	5	5	2	2	2	5	2	2	5	2	2
79	5	5	4	5	5	5	5	5	2	5	5	2	4	5	2	5
80	4	5	4	4	5	2	5	2	2	2	2	5	4	4	2	2
81	5	5	5	2	2	2	5	2	2	2	2	2	5	2	2	2
82	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	2	3
83	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
84	4	2	5	2	2	2	2	2	5	2	2	5	5	2	5	2
85	5	5	5	5	5	4	2	2	2	2	5	5	5	5	2	2
86	2	2	5	5	5	5	4	5	2	5	2	5	5	5	2	5
87	2	2	2	4	4	2	2	5	5	5	5	4	2	4	5	5
88	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
89	2	2	5	4	5	2	2	5	2	5	3	2	5	4	2	5
90	5	3	3	5	3	2	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3
91	3	3	4	4	3	4	4	3	2	3	3	3	4	4	2	3
92	3	5	5	3	5	3	4	3	5	2	4	2	5	3	5	2
93	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
94	5	5	5	5	5	5	5	4	5	2	2	4	5	5	5	2
95	2	2	4	2	2	2	2	2	2	2	3	3	4	2	2	2

96	4	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4
97	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
98	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	2	2	4	5	5	4
99	5	2	5	4	5	5	5	2	2	2	5	5	5	4	2	2
100	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
101	5	5	5	5	5	5	5	4	5	2	2	4	5	5	5	2
102	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
103	5	5	5	5	5	5	5	4	5	2	2	4	5	5	5	2
104	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
105	5	5	5	5	5	5	5	4	5	2	2	4	5	5	5	2
106	4	2	5	5	4	5	4	5	5	2	2	2	5	5	5	2
107	2	2	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	4	4	4	3
108	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5
109	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5
110	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
111	4	2	5	4	4	5	4	5	2	5	5	5	5	4	2	5
112	5	5	5	5	5	5	4	5	5	2	3	2	5	5	5	2
113	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
114	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5
115	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5
116	4	5	4	4	4	4	5	2	2	2	5	5	4	4	2	2
117	4	5	4	4	4	4	5	2	2	2	5	5	4	4	2	2
118	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5
119	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5
120	2	3	5	4	4	4	5	3	2	5	3	5	5	4	2	5

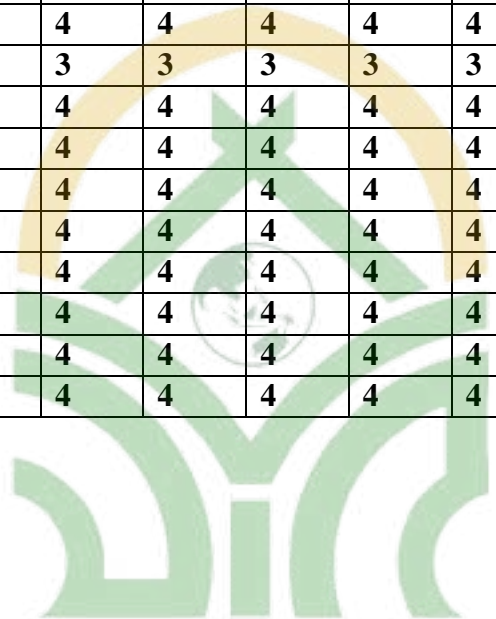
171	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
172	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
173	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
174	2	2	2	5	2	5	2	5	2	2	5	2	2	5	2	2
175	5	5	5	5	5	5	5	3	3	2	2	3	5	5	3	2
176	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
177	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
178	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
179	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
180	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
181	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
182	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
183	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
184	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
185	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
186	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
187	4	5	2	5	5	2	4	4	5	2	2	4	2	5	5	2
188	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4
189	5	2	5	5	5	4	5	5	2	2	2	2	5	5	2	2
190	5	2	4	4	4	5	5	5	3	3	3	5	4	4	3	3
191	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
192	2	3	3	2	3	5	5	5	5	5	5	5	3	2	5	5
193	5	5	3	5	5	4	4	2	3	3	3	3	3	5	3	3
194	5	3	3	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	5	3	3
195	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	2	5	4	4	4	5

246	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
247	4	2	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5
248	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
249	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
250	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
251	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
252	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
253	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
254	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
255	4	2	2	2	2	3	2	2	5	2	2	2	2	2	5	2
256	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4
257	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
258	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
259	4	4	4	4	2	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
260	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
261	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
262	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
263	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5
264	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
265	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
266	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
267	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4
268	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
269	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4
270	4	5	4	5	4	5	4	5	5	2	2	4	4	5	5	2

296	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
297	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
298	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
299	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
300	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
301	4	2	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
302	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
303	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	2	4
304	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
305	4	2	4	4	4	2	2	2	2	2	4	5	4	4	2	2
306	4	2	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4
307	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4
308	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
309	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	4	4	4	2
310	4	5	4	4	4	4	2	5	5	5	4	5	4	4	5	5
311	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
312	4	4	4	4	4	4	5	5	2	3	2	5	4	4	2	3
313	4	4	4	4	4	4	5	5	5	3	5	5	4	4	5	3
314	4	4	4	2	4	3	4	4	4	5	5	5	4	2	4	5
315	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
316	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
317	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
318	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5
319	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4
320	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5

321	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5
322	5	5	5	5	5	2	5	5	5	2	2	2	5	5	5	2
323	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
324	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5
325	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5
326	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4
327	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4
328	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
329	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	2	5	4	4	5	4
330	4	2	2	4	2	5	3	3	2	2	2	3	2	4	2	2
331	3	3	4	4	2	4	4	2	5	2	2	2	4	4	5	2
332	2	4	4	3	4	2	4	2	4	5	4	5	4	3	4	5
333	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
334	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5
335	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	2	2	4	5	5	5
336	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4
337	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
338	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4
339	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5
340	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
341	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5
342	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
343	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5
344	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
345	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5

371	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
372	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
373	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
374	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
375	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
376	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
377	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
378	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
379	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
380	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
381	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
382	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
383	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
384	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
 SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
 PADANGSIDIMPUAN

NO	Niat Perilaku					
	1	2	3	4	5	6
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6
1	5	5	5	5	5	5
2	2	4	4	4	4	4
3	4	5	5	5	5	5
4	4	5	5	2	4	5
5	3	3	3	3	3	3
6	4	4	4	4	4	4
7	5	5	5	2	2	5
8	4	4	4	4	5	4
9	5	2	5	5	5	5
10	4	4	4	4	4	4
11	4	4	4	5	4	4
12	5	5	2	5	2	5
13	3	3	3	3	3	3
14	3	3	3	3	3	3
15	4	4	5	5	4	5
16	3	3	2	5	3	2
17	3	3	3	3	3	3
18	4	4	4	4	4	4
19	5	5	5	5	5	5
20	2	2	2	2	2	2
21	5	2	5	2	5	2
22	4	4	4	4	4	4
23	4	4	4	4	5	4
24	3	3	3	3	3	3
25	4	4	4	4	4	4
26	5	4	4	5	4	5
27	5	2	2	2	5	2
28	5	3	2	2	5	2
29	5	5	4	5	4	5
30	4	4	4	4	4	4
31	5	2	3	5	5	2
32	4	4	4	4	4	4
33	4	5	4	4	4	4
34	5	5	5	5	4	5
35	4	5	5	5	5	5
36	5	2	2	2	2	2
37	4	5	4	4	4	4

38	3	3	3	3	3	3
39	4	4	4	4	4	4
40	5	2	2	2	2	2
41	4	5	2	2	5	5
42	3	3	3	3	3	3
43	4	4	4	4	4	4
44	3	3	5	5	5	5
45	5	2	5	5	5	5
46	2	5	5	2	2	2
47	2	4	5	2	2	5
48	5	2	5	5	4	4
49	2	2	2	2	2	2
50	4	5	5	5	5	5
51	4	4	4	4	5	4
52	2	3	5	2	5	2
53	4	5	5	5	5	5
54	4	4	4	4	5	4
55	2	3	3	3	3	2
56	5	2	2	2	2	2
57	5	2	2	2	2	2
58	5	4	5	2	3	2
59	5	5	5	5	5	5
60	4	4	4	2	4	4
61	5	5	5	5	5	5
62	4	4	5	2	2	2
63	5	2	5	2	5	5
64	4	5	4	4	5	5
65	5	4	5	2	4	4
66	4	4	5	5	5	5
67	4	4	5	5	5	5
68	5	4	5	5	5	5
69	5	5	5	5	5	5
70	3	4	5	4	4	5
71	3	5	2	5	4	5
72	4	4	5	4	5	5
73	4	4	5	5	5	5
74	2	4	5	5	5	5
75	3	5	5	5	5	5
76	5	2	3	2	5	5
77	3	3	3	5	5	5
78	4	5	5	2	4	5

79	5	4	5	4	4	5
80	4	5	5	5	5	5
81	5	5	5	5	5	5
82	2	2	2	3	2	2
83	5	4	5	5	4	4
84	2	2	5	5	2	5
85	5	5	5	5	5	2
86	4	4	5	2	5	5
87	4	4	5	5	4	4
88	5	4	4	4	4	5
89	2	5	5	2	5	4
90	4	5	4	3	5	5
91	4	3	3	4	3	2
92	3	3	2	5	3	4
93	4	4	4	4	4	4
94	5	2	5	5	5	2
95	4	4	4	4	4	4
96	4	4	5	5	5	5
97	4	4	4	4	4	4
98	4	4	4	4	4	4
99	5	4	5	2	5	5
100	4	4	4	4	4	4
101	5	2	5	5	5	2
102	4	4	4	4	4	4
103	5	2	5	5	5	2
104	4	4	4	4	4	4
105	5	2	5	5	5	2
106	4	4	4	2	2	2
107	4	3	4	4	4	4
108	5	5	5	5	5	5
109	4	5	4	4	4	4
110	4	4	5	5	5	5
111	4	5	4	4	4	4
112	3	3	5	3	5	5
113	4	4	4	4	4	4
114	5	2	4	2	4	4
115	4	5	4	4	4	4
116	4	4	4	5	4	4
117	4	4	4	5	4	4
118	4	5	5	4	4	4
119	5	5	2	5	5	4

120	5	4	4	4	4	4
121	4	5	4	4	4	4
122	3	3	3	3	3	3
123	4	4	4	4	4	4
124	3	3	3	3	3	3
125	4	4	4	4	4	4
126	3	3	3	3	3	3
127	4	4	4	4	4	4
128	3	3	3	3	3	3
129	4	4	4	4	4	4
130	3	3	3	3	3	3
131	3	3	3	3	3	3
132	3	3	3	3	3	3
133	4	4	4	4	4	4
134	3	3	3	3	3	3
135	4	4	4	4	4	4
136	4	4	4	4	4	4
137	4	4	4	4	4	4
138	2	2	4	4	4	4
139	5	2	5	5	5	5
140	2	5	4	4	4	4
141	4	3	5	4	4	4
142	4	4	4	4	4	4
143	5	5	5	5	5	5
144	5	5	4	4	4	4
145	4	4	5	4	4	4
146	4	3	5	5	5	5
147	4	3	3	5	2	5
148	4	4	5	5	5	5
149	5	2	5	5	4	5
150	3	2	5	5	5	5
151	5	5	4	5	5	5
152	4	5	4	4	4	4
153	4	5	4	4	4	4
154	4	4	4	4	4	4
155	5	5	5	5	5	5
156	2	2	5	5	4	2
157	2	2	2	2	2	5
158	5	4	5	5	5	5
159	3	3	2	5	4	5
160	3	3	3	3	3	3

161	4	4	4	4	4	4
162	3	3	3	3	3	3
163	4	4	4	4	4	4
164	3	3	3	3	3	3
165	4	4	4	4	4	4
166	3	3	3	3	3	3
167	4	4	4	4	4	4
168	3	3	3	3	3	3
169	4	4	4	4	4	4
170	3	3	3	3	3	3
171	4	4	4	4	4	4
172	4	4	5	4	5	5
173	4	5	5	5	5	5
174	2	2	5	5	3	2
175	3	2	3	5	2	3
176	5	5	5	5	5	5
177	3	3	3	3	3	3
178	4	4	4	4	4	4
179	3	3	3	3	3	3
180	4	4	4	4	4	4
181	3	3	3	3	3	3
182	4	4	4	4	4	4
183	3	3	3	3	3	3
184	4	4	4	4	4	4
185	4	5	5	5	5	5
186	4	5	5	5	5	5
187	4	5	4	4	5	4
188	4	5	5	4	5	4
189	4	5	4	5	5	4
190	4	4	4	5	4	4
191	4	4	4	5	5	4
192	5	3	3	5	5	5
193	5	5	2	5	5	5
194	5	5	5	5	5	5
195	4	4	4	4	5	5
196	5	5	5	5	5	5
197	5	5	5	5	5	5
198	2	3	3	3	3	2
199	3	3	3	3	3	3
200	4	4	4	4	4	4
201	3	3	3	3	3	3

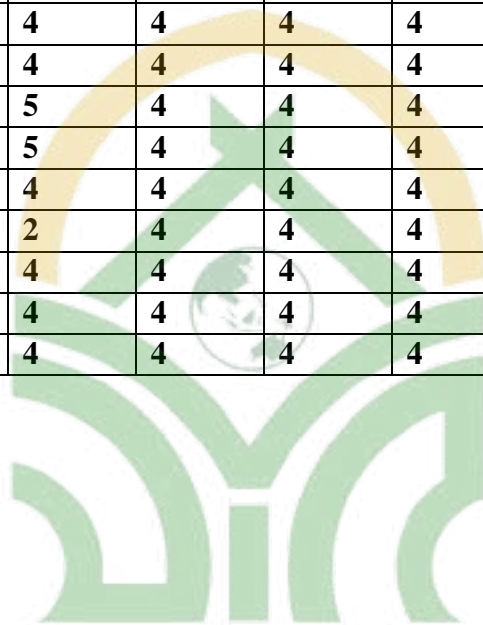
202	4	4	4	4	4	4
203	4	4	4	4	4	4
204	4	4	4	4	4	4
205	3	3	3	3	3	3
206	4	4	4	4	4	4
207	3	3	3	3	3	3
208	3	3	3	3	3	3
209	3	3	3	3	3	3
210	4	4	4	4	4	4
211	4	4	4	4	4	4
212	4	4	4	5	4	4
213	5	4	4	4	5	2
214	5	5	5	5	5	5
215	5	4	4	5	5	5
216	4	4	4	5	4	4
217	4	2	3	2	2	4
218	4	5	4	4	5	5
219	4	4	4	5	5	5
220	4	5	4	4	4	5
221	5	2	4	5	4	5
222	5	5	5	5	5	5
223	4	4	4	4	4	4
224	2	5	4	4	4	4
225	5	5	5	5	5	2
226	5	5	5	5	4	5
227	4	4	4	4	5	5
228	2	5	4	4	4	4
229	5	5	5	5	5	4
230	5	5	5	5	4	5
231	4	4	4	4	5	4
232	4	5	5	4	4	2
233	2	5	2	5	5	4
234	2	5	5	5	5	4
235	3	5	4	5	3	5
236	5	5	5	3	5	5
237	4	2	4	4	4	4
238	4	4	4	4	5	5
239	4	5	5	5	5	5
240	5	5	5	3	5	5
241	4	4	4	4	4	4
242	5	4	4	4	4	4

243	4	4	4	4	4	4
244	4	4	4	5	4	4
245	3	3	3	3	3	3
246	4	4	4	4	4	4
247	4	4	4	5	5	4
248	4	4	4	4	4	4
249	4	5	4	4	4	4
250	4	4	4	4	4	4
251	4	4	4	4	4	4
252	4	4	5	4	5	4
253	2	3	2	3	2	2
254	3	2	5	5	5	5
255	4	4	4	4	4	4
256	3	2	5	4	3	5
257	3	3	3	3	3	3
258	4	4	4	4	4	4
259	4	4	4	4	4	4
260	5	5	5	5	5	5
261	4	5	4	5	4	5
262	4	4	4	4	4	4
263	4	4	4	4	4	4
264	3	3	3	3	3	3
265	4	4	4	4	4	4
266	4	4	4	4	4	4
267	4	5	5	5	4	5
268	4	2	5	5	4	5
269	4	4	4	4	4	4
270	4	4	4	4	4	4
271	4	5	2	4	4	5
272	4	4	4	4	4	4
273	4	4	4	4	4	4
274	4	4	4	4	4	4
275	4	4	4	4	4	4
276	4	5	5	5	5	5
277	4	4	4	4	4	4
278	3	3	3	3	3	3
279	4	4	4	4	4	4
280	4	5	5	5	5	5
281	4	4	5	5	4	4
282	3	3	3	3	3	3
283	4	4	4	4	4	4

284	2	2	4	4	4	4
285	4	5	4	4	4	4
286	5	4	4	5	5	5
287	5	4	4	5	5	4
288	4	5	4	4	4	4
289	5	5	5	5	5	5
290	4	4	4	4	4	4
291	4	4	4	4	4	4
292	5	2	4	5	4	5
293	4	4	4	4	4	4
294	4	4	4	4	4	4
295	5	2	2	2	2	5
296	4	5	5	5	5	5
297	4	5	5	5	5	5
298	4	4	4	5	2	5
299	4	4	4	4	4	4
300	4	4	4	5	4	4
301	4	4	4	4	4	4
302	4	4	4	5	5	5
303	4	5	4	5	4	4
304	4	4	4	4	4	4
305	4	4	4	5	4	4
306	4	4	4	4	4	4
307	4	4	4	4	4	4
308	4	4	4	4	4	4
309	4	4	4	4	4	4
310	2	4	4	4	4	4
311	2	4	5	4	4	4
312	4	4	4	4	4	4
313	4	4	4	4	4	4
314	5	4	4	4	4	4
315	2	4	4	4	4	4
316	4	5	3	5	4	4
317	2	2	2	4	4	4
318	4	4	4	5	4	4
319	4	4	4	4	4	4
320	4	4	4	4	4	4
321	4	4	4	4	4	4
322	5	5	5	2	5	5
323	4	4	4	4	4	4
324	5	5	4	4	5	4

325	4	4	4	4	4	5
326	4	4	4	5	4	4
327	4	4	4	4	4	4
328	4	4	4	4	4	4
329	5	4	4	5	4	4
330	4	4	4	2	4	4
331	4	2	2	4	2	5
332	2	3	5	4	2	4
333	4	4	4	4	4	4
334	4	5	4	4	4	5
335	4	4	4	4	4	4
336	4	4	4	4	4	4
337	4	4	4	4	4	4
338	4	4	4	4	4	4
339	4	4	4	5	4	4
340	4	4	4	4	4	4
341	4	5	4	4	4	5
342	4	4	4	4	4	4
343	4	5	4	4	4	5
344	4	4	4	4	4	4
345	4	5	4	4	4	5
346	4	4	4	5	5	5
347	4	2	4	4	4	4
348	3	3	3	3	3	3
349	4	4	4	4	4	4
350	4	4	4	4	4	4
351	4	4	4	4	4	4
352	2	2	4	2	4	4
353	4	4	4	4	4	4
354	4	5	4	5	4	4
355	4	4	4	4	4	4
356	4	4	4	4	4	4
357	4	4	4	4	4	4
358	4	4	4	4	4	4
359	4	4	5	4	4	4
360	4	4	4	4	4	4
361	4	4	4	4	4	4
362	3	3	3	3	3	3
363	4	4	4	4	4	4
364	3	3	3	3	3	3
365	4	4	4	4	4	4

366	3	3	3	3	3	3
367	4	4	4	4	4	4
368	3	3	3	3	3	3
369	4	4	4	4	4	4
370	3	3	3	3	3	3
371	3	3	3	3	3	3
372	3	3	3	3	3	3
373	4	4	4	4	4	4
374	3	3	3	3	3	3
375	4	4	4	4	4	4
376	4	4	4	4	4	4
377	4	4	4	4	4	4
378	5	5	4	4	4	4
379	4	5	4	4	4	4
380	5	4	4	4	4	4
381	4	2	4	4	4	4
382	4	4	4	4	4	4
383	4	4	4	4	4	4
384	4	4	4	4	4	4



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
 SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
 PADANGSIDIMPUAN

Lampiran 3 Hasil Olah Data



Model fit and quality indices

Average path coefficient (APC)=0.111, P=0.007

Average R-squared (ARS)=0.456, P<0.001

Average adjusted R-squared (AARS)=0.445, P<0.001

Average block VIF (AVIF)=3.268, acceptable if ≤ 5 , ideally ≤ 3.3

Average full collinearity VIF (AFVIF)=3.391, acceptable if ≤ 5 , ideally ≤ 3.3

Tenenhaus GoF (GoF)=0.478, small ≥ 0.1 , medium ≥ 0.25 , large ≥ 0.36

Simpson's paradox ratio (SPR)=0.875, acceptable if ≥ 0.7 , ideally = 1

R-squared contribution ratio (RSCR)=0.992, acceptable if ≥ 0.9 , ideally = 1

Statistical suppression ratio (SSR)=1.000, acceptable if ≥ 0.7

Nonlinear bivariate causality direction ratio (NLBCDR)=1.000, acceptable if ≥ 0.7

General model elements

Missing data imputation algorithm: Arithmetic Mean Imputation

Outer model analysis algorithm: PLS Regression

Default inner model analysis algorithm: Warp3

Multiple inner model analysis algorithms used? No

Resampling method used in the analysis: Stable3

Number of data resamples used: 100

Number of cases (rows) in model data: 384
 Number of latent variables in model: 9
 Number of indicators used in model: 62
 Number of iterations to obtain estimates: 6
 Range restriction variable type: None
 Range restriction variable: None
 Range restriction variable min value: 0.000
 Range restriction variable max value: 0.000
 Only ranked data used in analysis? No

 * Path coefficients and P values *

Path coefficients

	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	Y
Y	-0.010	0.154	0.004	0.033	0.287	0.140	0.182	0.078	

P values

	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	Y
Y	0.425	0.001	0.469	0.259	<0.001	0.003	<0.001	0.061	

*** Standard errors for path coefficients ***

X1 X2 X3 X4 X5 X6 X7 X8 Y

Y 0.051 0.050 0.051 0.051 0.049 0.050 0.050 0.050

*** Effect sizes for path coefficients ***

X1 X2 X3 X4 X5 X6 X7 X8 Y

Y 0.004 0.074 0.002 0.018 0.170 0.081 0.086 0.029

*** Combined loadings and cross-loadings ***

	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	Y	Type (a	SE
	P value										
X1.1	0.833	-0.257	-0.499	0.384	0.172	-0.045	0.923	-0.880	-0.020	Reflect	0.045
	<0.001										
X1.2	0.804	-0.587	0.099	-0.393	0.072	0.257	0.429	-0.388	-0.069	Reflect	0.046
	<0.001										
X1.3	0.812	-0.052	-0.618	0.342	0.394	-0.197	0.018	0.007	-0.049	Reflect	0.046
	<0.001										

X8.2	0.261	-0.271	-0.000	-0.073	0.024	0.045	-0.520	0.959	-0.004	Reflect0.045
	<0.001									
X8.3	-0.045	0.052	0.072	0.058	-0.057	-0.100	-0.504	0.946	0.040	Reflect0.045
	<0.001									
X8.4	0.254	-0.288	0.064	0.137	-0.350	0.149	-0.182	0.945	0.049	Reflect0.045
	<0.001									
X8.5	0.128	-0.118	-0.065	0.019	0.518	-0.458	1.222	0.897	-0.010	Reflect0.045
	<0.001									
X8.6	-0.383	0.415	0.064	-0.178	-0.001	0.101	1.240	0.884	-0.020	Reflect0.045
	<0.001									
X8.7	-0.233	0.237	-0.068	0.045	-0.077	0.117	-0.282	0.955	-0.025	Reflect0.045
	<0.001									
X8.8	0.222	-0.234	0.006	-0.066	0.047	0.011	-0.528	0.959	-0.008	Reflect0.045
	<0.001									
Y1	-0.412	0.438	-0.061	-0.320	-0.067	0.448	-0.086	0.048	0.888	Reflect0.045
	<0.001									
Y2	0.005	-0.060	0.302	-0.374	-0.190	0.261	-0.034	0.021	0.903	Reflect0.045
	<0.001									
Y3	0.274	-0.258	-0.102	0.092	-0.118	0.096	0.224	-0.164	0.940	Reflect0.045
	<0.001									
Y4	0.286	-0.281	-0.073	0.266	0.105	-0.299	-0.055	0.072	0.916	Reflect0.045
	<0.001									
Y5	-0.103	0.097	0.009	0.120	-0.047	-0.066	0.061	-0.060	0.934	Reflect0.045
	<0.001									
Y6	-0.066	0.080	-0.068	0.192	0.307	-0.413	-0.118	0.088	0.941	Reflect0.045
	<0.001									

Notes: Loadings are unrotated and cross-loadings are oblique-rotated. SEs and P values are for loadings. P values < 0.05 are desirable for reflective indicators.

* Normalized combined loadings and cross-loadings *

	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	Y
X1.1	0.490	-0.141	-0.274	0.211	0.094	-0.025	0.507	-0.483	-0.011
X1.2	0.521	-0.348	0.059	-0.233	0.042	0.153	0.254	-0.230	-0.041
X1.3	0.523	-0.041	-0.488	0.270	0.311	-0.155	0.014	0.006	-0.039
X1.4	0.519	0.363	0.046	0.433	-0.084	-0.459	-0.435	0.376	0.106
X1.5	0.543	-0.218	0.170	-0.279	0.366	-0.264	-0.184	0.185	-0.025
X1.6	0.499	0.519	0.269	-0.399	-0.269	0.442	0.110	-0.070	-0.068
X1.7	0.513	0.137	0.075	0.171	-0.488	0.254	-0.122	0.039	0.093
X1.8	0.504	0.180	0.290	-0.151	-0.380	0.299	-0.434	0.443	0.018
X2.1	-0.458	0.495	-0.086	0.188	-0.076	-0.026	-0.010	0.010	0.007
X2.2	-0.404	0.491	-0.070	0.104	-0.113	0.097	0.109	-0.118	0.005

X2.3	-0.435	0.494	-0.046	-0.001	-0.012	0.064	0.171	-0.171	-0.002
X2.4	-0.095	0.489	0.325	-0.332	-0.003	0.066	0.146	-0.141	0.019
X2.5	0.751	0.514	-0.488	0.270	0.311	-0.155	0.014	0.006	-0.039
X2.6	0.279	0.515	0.040	0.387	-0.134	-0.363	-0.463	0.414	0.107
X2.7	0.767	0.522	0.210	-0.379	0.276	-0.111	-0.220	0.223	-0.031
X2.8	0.458	0.500	0.269	-0.399	-0.269	0.442	0.110	-0.070	-0.068
X3.1	0.022	0.017	0.447	-0.513	0.126	0.314	0.163	-0.141	-0.014
X3.2	0.092	-0.114	0.447	-0.366	0.227	0.194	-0.083	0.092	0.033
X3.3	0.212	-0.210	0.447	0.202	0.451	-0.401	-0.065	0.090	-0.037
X3.4	0.252	-0.249	0.477	-0.245	-0.337	0.321	0.087	-0.092	-0.035
X3.5	-0.138	0.100	0.463	0.459	-0.204	-0.303	-0.128	0.096	0.078
X3.6	-0.466	0.476	0.448	0.501	0.005	-0.282	-0.039	0.028	-0.006
X4.1	-0.477	0.483	0.510	0.441	0.052	-0.227	-0.126	0.097	0.013
X4.2	0.250	-0.261	0.114	0.457	0.352	-0.581	0.017	-0.019	-0.006
X4.3	0.367	-0.386	0.174	0.453	0.043	-0.361	-0.005	0.021	0.030
X4.4	-0.106	0.115	-0.245	0.448	0.195	-0.092	0.057	-0.027	-0.024
X4.5	-0.252	0.258	-0.239	0.440	-0.274	0.573	0.125	-0.130	0.002
X4.6	0.042	-0.028	-0.283	0.440	-0.381	0.725	-0.068	0.061	-0.014
X5.1	0.286	-0.334	-0.021	-0.083	0.439	0.764	-0.043	0.089	-0.026
X5.2	0.283	-0.227	-0.074	-0.019	0.440	0.708	-0.068	0.053	-0.041
X5.3	-0.010	-0.012	-0.104	0.107	0.460	-0.345	-0.036	0.025	0.018
X5.4	-0.264	0.266	-0.245	0.365	0.448	-0.153	0.079	-0.089	-0.001
X5.5	-0.134	0.135	0.373	-0.428	0.443	-0.149	-0.031	0.052	0.014
X5.6	0.046	-0.020	0.038	0.033	0.446	-0.237	0.076	-0.097	0.007
X6.1	0.146	-0.149	0.257	-0.612	0.345	0.446	-0.045	0.091	-0.028
X6.2	0.119	-0.124	0.297	-0.419	0.060	0.449	-0.072	0.040	0.053
X6.3	-0.202	0.218	0.085	-0.017	0.127	0.447	0.197	-0.218	-0.000
X6.4	-0.266	0.274	-0.225	0.551	-0.293	0.440	0.111	-0.120	0.003
X6.5	0.016	-0.001	-0.275	0.450	-0.386	0.449	-0.069	0.059	-0.014
X6.6	0.189	-0.234	-0.024	-0.147	0.420	0.444	-0.067	0.094	-0.006
X7.1	0.087	-0.136	0.122	0.007	0.068	-0.232	0.530	-0.121	0.134
X7.2	0.157	-0.152	0.273	-0.032	-0.314	0.059	0.543	0.143	-0.022
X7.3	0.103	-0.095	-0.047	0.020	0.362	-0.330	0.528	-0.202	-0.004
X7.4	-0.284	0.302	0.040	-0.119	0.012	0.060	0.532	-0.218	-0.013
X7.5	-0.160	0.149	0.010	0.033	-0.018	-0.026	0.529	-0.096	0.045
X7.6	-0.077	0.100	-0.185	0.108	0.130	-0.043	0.535	-0.086	-0.041
X7.7	0.110	-0.111	-0.094	-0.004	-0.126	0.269	0.534	0.203	-0.075
X7.8	0.195	-0.199	-0.094	0.012	-0.374	0.460	0.533	0.665	-0.036
X8.1	-0.171	0.175	-0.055	0.037	-0.059	0.088	-0.215	0.545	-0.018
X8.2	0.162	-0.168	-0.000	-0.045	0.015	0.028	-0.323	0.559	-0.002
X8.3	-0.030	0.034	0.048	0.039	-0.038	-0.066	-0.333	0.551	0.026
X8.4	0.202	-0.229	0.051	0.109	-0.278	0.119	-0.144	0.545	0.039
X8.5	0.088	-0.082	-0.045	0.013	0.359	-0.317	0.846	0.503	-0.007
X8.6	-0.271	0.294	0.046	-0.126	-0.001	0.071	0.877	0.503	-0.014
X8.7	-0.177	0.181	-0.052	0.035	-0.059	0.089	-0.215	0.544	-0.019
X8.8	0.138	-0.145	0.004	-0.041	0.029	0.007	-0.328	0.560	-0.005

Y1	-0.343	0.365	-0.051	-0.267	-0.056	0.373	-0.071	0.040	0.508
Y2	0.005	-0.054	0.271	-0.336	-0.170	0.234	-0.031	0.019	0.515
Y3	0.262	-0.247	-0.097	0.087	-0.112	0.092	0.214	-0.157	0.500
Y4	0.263	-0.258	-0.067	0.244	0.097	-0.274	-0.050	0.066	0.496
Y5	-0.108	0.101	0.010	0.125	-0.049	-0.069	0.064	-0.063	0.497
Y6	-0.060	0.073	-0.062	0.173	0.277	-0.373	-0.106	0.080	0.497

Note: Loadings are unrotated and cross-loadings are oblique-rotated, both after separate Kaiser normalizations.

*** Pattern loadings and cross-loadings ***

	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	Y
X1.1	1.094	-0.257	-0.499	0.384	0.172	-0.045	0.923	-0.880	-0.020
X1.2	1.388	-0.587	0.099	-0.393	0.072	0.257	0.429	-0.388	-0.069
X1.3	0.952	-0.052	-0.618	0.342	0.394	-0.197	0.018	0.007	-0.049
X1.4	0.410	0.431	0.055	0.515	-0.100	-0.545	-0.518	0.446	0.126
X1.5	1.257	-0.361	0.282	-0.463	0.608	-0.438	-0.306	0.308	-0.041
X1.6	0.409	0.464	0.240	-0.357	-0.240	0.394	0.099	-0.063	-0.061
X1.7	0.737	0.129	0.070	0.160	-0.457	0.238	-0.115	0.036	0.087
X1.8	0.554	0.202	0.326	-0.169	-0.427	0.336	-0.489	0.499	0.021
X2.1	-0.961	1.807	-0.180	0.395	-0.160	-0.054	-0.021	0.021	0.014
X2.2	-0.743	1.619	-0.129	0.192	-0.209	0.179	0.201	-0.217	0.008
X2.3	-0.890	1.765	-0.093	-0.002	-0.024	0.132	0.350	-0.351	-0.004
X2.4	-0.104	0.943	0.358	-0.367	-0.003	0.073	0.161	-0.156	0.021
X2.5	0.952	-0.052	-0.618	0.342	0.394	-0.197	0.018	0.007	-0.049
X2.6	0.310	0.524	0.045	0.430	-0.148	-0.402	-0.514	0.459	0.119
X2.7	1.200	-0.299	0.328	-0.593	0.432	-0.173	-0.344	0.349	-0.049
X2.8	0.409	0.464	0.240	-0.357	-0.240	0.394	0.099	-0.063	-0.061
X3.1	0.027	0.021	0.943	-0.637	0.156	0.391	0.202	-0.175	-0.018
X3.2	0.091	-0.113	0.851	-0.362	0.225	0.192	-0.082	0.091	0.033
X3.3	0.212	-0.210	0.702	0.202	0.452	-0.402	-0.065	0.091	-0.037
X3.4	0.461	-0.456	1.393	-0.447	-0.616	0.587	0.160	-0.168	-0.064
X3.5	-0.165	0.119	0.924	0.549	-0.244	-0.362	-0.154	0.115	0.093
X3.6	-0.612	0.626	0.621	0.659	0.006	-0.370	-0.051	0.036	-0.008
X4.1	-0.575	0.582	0.615	0.537	0.063	-0.274	-0.152	0.117	0.016
X4.2	0.455	-0.474	0.207	1.143	0.640	-1.056	0.031	-0.034	-0.011
X4.3	0.541	-0.569	0.257	1.096	0.063	-0.533	-0.007	0.031	0.045
X4.4	-0.124	0.134	-0.285	1.083	0.228	-0.108	0.066	-0.032	-0.028
X4.5	-0.344	0.352	-0.326	0.838	-0.374	0.782	0.170	-0.178	0.003
X4.6	0.069	-0.047	-0.470	0.812	-0.634	1.204	-0.113	0.101	-0.024
X5.1	0.251	-0.293	-0.018	-0.073	0.397	0.671	-0.038	0.078	-0.023
X5.2	0.221	-0.177	-0.058	-0.015	0.463	0.553	-0.053	0.041	-0.032

X5.3	-0.016	-0.019	-0.164	0.168	1.459	-0.544	-0.057	0.040	0.028
X5.4	-0.325	0.327	-0.301	0.448	0.973	-0.188	0.097	-0.110	-0.001
X5.5	-0.193	0.195	0.538	-0.618	1.132	-0.214	-0.045	0.075	0.021
X5.6	0.054	-0.024	0.045	0.039	1.135	-0.280	0.089	-0.114	0.008
X6.1	0.213	-0.218	0.376	-0.897	0.506	0.911	-0.066	0.133	-0.041
X6.2	0.143	-0.149	0.356	-0.503	0.072	0.998	-0.087	0.048	0.063
X6.3	-0.174	0.187	0.073	-0.015	0.109	0.769	0.169	-0.188	-0.000
X6.4	-0.372	0.384	-0.316	0.772	-0.411	0.873	0.155	-0.168	0.004
X6.5	0.027	-0.002	-0.465	0.760	-0.652	1.269	-0.117	0.099	-0.023
X6.6	0.170	-0.209	-0.022	-0.132	0.376	0.748	-0.060	0.084	-0.005
X7.1	0.092	-0.143	0.129	0.008	0.072	-0.246	0.985	-0.128	0.142
X7.2	0.146	-0.141	0.253	-0.030	-0.291	0.055	0.806	0.133	-0.020
X7.3	0.152	-0.141	-0.069	0.030	0.535	-0.489	1.234	-0.298	-0.005
X7.4	-0.403	0.428	0.057	-0.169	0.018	0.085	1.239	-0.310	-0.018
X7.5	-0.170	0.158	0.010	0.035	-0.019	-0.028	1.031	-0.103	0.048
X7.6	-0.084	0.108	-0.199	0.116	0.140	-0.047	1.030	-0.093	-0.044
X7.7	0.094	-0.095	-0.081	-0.003	-0.108	0.230	0.782	0.174	-0.064
X7.8	0.187	-0.190	-0.090	0.011	-0.358	0.441	0.330	0.637	-0.034
X8.1	-0.224	0.230	-0.072	0.048	-0.077	0.115	-0.282	1.226	-0.024
X8.2	0.261	-0.271	-0.000	-0.073	0.024	0.045	-0.520	1.476	-0.004
X8.3	-0.045	0.052	0.072	0.058	-0.057	-0.100	-0.504	1.417	0.040
X8.4	0.254	-0.288	0.064	0.137	-0.350	0.149	-0.182	1.110	0.049
X8.5	0.128	-0.118	-0.065	0.019	0.518	-0.458	1.222	-0.285	-0.010
X8.6	-0.383	0.415	0.064	-0.178	-0.001	0.101	1.240	-0.312	-0.020
X8.7	-0.233	0.237	-0.068	0.045	-0.077	0.117	-0.282	1.226	-0.025
X8.8	0.222	-0.234	0.006	-0.066	0.047	0.011	-0.528	1.484	-0.008
Y1	-0.412	0.438	-0.061	-0.320	-0.067	0.448	-0.086	0.048	0.870
Y2	0.005	-0.060	0.302	-0.374	-0.190	0.261	-0.034	0.021	0.949
Y3	0.274	-0.258	-0.102	0.092	-0.118	0.096	0.224	-0.164	0.915
Y4	0.286	-0.281	-0.073	0.266	0.105	-0.299	-0.055	0.072	0.917
Y5	-0.103	0.097	0.009	0.120	-0.047	-0.066	0.061	-0.060	0.930
Y6	-0.066	0.080	-0.068	0.192	0.307	-0.413	-0.118	0.088	0.942

Note: Loadings and cross-loadings are oblique-rotated.

* Normalized pattern loadings and cross-loadings *

	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	Y
X1.1	0.601	-0.141	-0.274	0.211	0.094	-0.025	0.507	-0.483	-0.011
X1.2	0.823	-0.348	0.059	-0.233	0.042	0.153	0.254	-0.230	-0.041
X1.3	0.751	-0.041	-0.488	0.270	0.311	-0.155	0.014	0.006	-0.039
X1.4	0.345	0.363	0.046	0.433	-0.084	-0.459	-0.435	0.376	0.106
X1.5	0.757	-0.218	0.170	-0.279	0.366	-0.264	-0.184	0.185	-0.025

X1.6	0.458	0.519	0.269	-0.399	-0.269	0.442	0.110	-0.070	-0.068
X1.7	0.787	0.137	0.075	0.171	-0.488	0.254	-0.122	0.039	0.093
X1.8	0.492	0.180	0.290	-0.151	-0.380	0.299	-0.434	0.443	0.018
X2.1	-0.458	0.861	-0.086	0.188	-0.076	-0.026	-0.010	0.010	0.007
X2.2	-0.404	0.879	-0.070	0.104	-0.113	0.097	0.109	-0.118	0.005
X2.3	-0.435	0.863	-0.046	-0.001	-0.012	0.064	0.171	-0.171	-0.002
X2.4	-0.095	0.854	0.325	-0.332	-0.003	0.066	0.146	-0.141	0.019
X2.5	0.751	-0.041	-0.488	0.270	0.311	-0.155	0.014	0.006	-0.039
X2.6	0.279	0.472	0.040	0.387	-0.134	-0.363	-0.463	0.414	0.107
X2.7	0.767	-0.191	0.210	-0.379	0.276	-0.111	-0.220	0.223	-0.031
X2.8	0.458	0.519	0.269	-0.399	-0.269	0.442	0.110	-0.070	-0.068
X3.1	0.022	0.017	0.758	-0.513	0.126	0.314	0.163	-0.141	-0.014
X3.2	0.092	-0.114	0.860	-0.366	0.227	0.194	-0.083	0.092	0.033
X3.3	0.212	-0.210	0.701	0.202	0.451	-0.401	-0.065	0.090	-0.037
X3.4	0.252	-0.249	0.762	-0.245	-0.337	0.321	0.087	-0.092	-0.035
X3.5	-0.138	0.100	0.772	0.459	-0.204	-0.303	-0.128	0.096	0.078
X3.6	-0.466	0.476	0.472	0.501	0.005	-0.282	-0.039	0.028	-0.006
X4.1	-0.477	0.483	0.510	0.446	0.052	-0.227	-0.126	0.097	0.013
X4.2	0.250	-0.261	0.114	0.629	0.352	-0.581	0.017	-0.019	-0.006
X4.3	0.367	-0.386	0.174	0.743	0.043	-0.361	-0.005	0.021	0.030
X4.4	-0.106	0.115	-0.245	0.930	0.195	-0.092	0.057	-0.027	-0.024
X4.5	-0.252	0.258	-0.239	0.614	-0.274	0.573	0.125	-0.130	0.002
X4.6	0.042	-0.028	-0.283	0.488	-0.381	0.725	-0.068	0.061	-0.014
X5.1	0.286	-0.334	-0.021	-0.083	0.453	0.764	-0.043	0.089	-0.026
X5.2	0.283	-0.227	-0.074	-0.019	0.593	0.708	-0.068	0.053	-0.041
X5.3	-0.010	-0.012	-0.104	0.107	0.925	-0.345	-0.036	0.025	0.018
X5.4	-0.264	0.266	-0.245	0.365	0.793	-0.153	0.079	-0.089	-0.001
X5.5	-0.134	0.135	0.373	-0.428	0.785	-0.149	-0.031	0.052	0.014
X5.6	0.046	-0.020	0.038	0.033	0.961	-0.237	0.076	-0.097	0.007
X6.1	0.146	-0.149	0.257	-0.612	0.345	0.621	-0.045	0.091	-0.028
X6.2	0.119	-0.124	0.297	-0.419	0.060	0.833	-0.072	0.040	0.053
X6.3	-0.202	0.218	0.085	-0.017	0.127	0.895	0.197	-0.218	-0.000
X6.4	-0.266	0.274	-0.225	0.551	-0.293	0.622	0.111	-0.120	0.003
X6.5	0.016	-0.001	-0.275	0.450	-0.386	0.751	-0.069	0.059	-0.014
X6.6	0.189	-0.234	-0.024	-0.147	0.420	0.835	-0.067	0.094	-0.006
X7.1	0.087	-0.136	0.122	0.007	0.068	-0.232	0.932	-0.121	0.134
X7.2	0.157	-0.152	0.273	-0.032	-0.314	0.059	0.868	0.143	-0.022
X7.3	0.103	-0.095	-0.047	0.020	0.362	-0.330	0.835	-0.202	-0.004
X7.4	-0.284	0.302	0.040	-0.119	0.012	0.060	0.873	-0.218	-0.013
X7.5	-0.160	0.149	0.010	0.033	-0.018	-0.026	0.969	-0.096	0.045
X7.6	-0.077	0.100	-0.185	0.108	0.130	-0.043	0.954	-0.086	-0.041
X7.7	0.110	-0.111	-0.094	-0.004	-0.126	0.269	0.912	0.203	-0.075
X7.8	0.195	-0.199	-0.094	0.012	-0.374	0.460	0.345	0.665	-0.036
X8.1	-0.171	0.175	-0.055	0.037	-0.059	0.088	-0.215	0.937	-0.018
X8.2	0.162	-0.168	-0.000	-0.045	0.015	0.028	-0.323	0.916	-0.002
X8.3	-0.030	0.034	0.048	0.039	-0.038	-0.066	-0.333	0.936	0.026

X8.4	0.202	-0.229	0.051	0.109	-0.278	0.119	-0.144	0.883	0.039
X8.5	0.088	-0.082	-0.045	0.013	0.359	-0.317	0.846	-0.198	-0.007
X8.6	-0.271	0.294	0.046	-0.126	-0.001	0.071	0.877	-0.221	-0.014
X8.7	-0.177	0.181	-0.052	0.035	-0.059	0.089	-0.215	0.935	-0.019
X8.8	0.138	-0.145	0.004	-0.041	0.029	0.007	-0.328	0.922	-0.005
Y1	-0.343	0.365	-0.051	-0.267	-0.056	0.373	-0.071	0.040	0.725
Y2	0.005	-0.054	0.271	-0.336	-0.170	0.234	-0.031	0.019	0.852
Y3	0.262	-0.247	-0.097	0.087	-0.112	0.092	0.214	-0.157	0.873
Y4	0.263	-0.258	-0.067	0.244	0.097	-0.274	-0.050	0.066	0.842
Y5	-0.108	0.101	0.010	0.125	-0.049	-0.069	0.064	-0.063	0.973
Y6	-0.060	0.073	-0.062	0.173	0.277	-0.373	-0.106	0.080	0.851

Note: Loadings and cross-loadings shown are after oblique rotation and Kaiser normalization.

 * Structure loadings and cross-loadings *

	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	Y
X1.1	0.833	0.502	0.465	0.485	0.491	0.490	0.422	0.396	0.535
X1.2	0.804	0.563	0.438	0.402	0.426	0.418	0.341	0.341	0.457
X1.3	0.812	0.599	0.387	0.400	0.407	0.402	0.358	0.376	0.459
X1.4	0.840	0.632	0.462	0.441	0.408	0.403	0.335	0.370	0.484
X1.5	0.883	0.643	0.453	0.395	0.428	0.397	0.322	0.362	0.459
X1.6	0.865	0.668	0.508	0.468	0.474	0.483	0.395	0.400	0.507
X1.7	0.896	0.664	0.509	0.489	0.474	0.486	0.351	0.369	0.537
X1.8	0.833	0.598	0.503	0.462	0.454	0.456	0.356	0.397	0.482
X2.1	0.809	0.871	0.517	0.518	0.492	0.505	0.429	0.431	0.535
X2.2	0.845	0.904	0.546	0.542	0.529	0.545	0.437	0.424	0.568
X2.3	0.827	0.895	0.535	0.518	0.521	0.528	0.444	0.413	0.565
X2.4	0.865	0.902	0.574	0.522	0.526	0.530	0.427	0.415	0.569
X2.5	0.812	0.799	0.387	0.400	0.407	0.402	0.358	0.376	0.459
X2.6	0.828	0.834	0.455	0.436	0.410	0.415	0.347	0.378	0.487
X2.7	0.883	0.855	0.456	0.393	0.427	0.414	0.324	0.364	0.462
X2.8	0.865	0.868	0.508	0.468	0.474	0.483	0.395	0.400	0.507
X3.1	0.518	0.541	0.882	0.789	0.808	0.798	0.419	0.390	0.569
X3.2	0.502	0.522	0.904	0.829	0.837	0.826	0.416	0.408	0.584
X3.3	0.519	0.527	0.924	0.876	0.856	0.826	0.432	0.429	0.556
X3.4	0.484	0.495	0.884	0.774	0.740	0.757	0.350	0.326	0.473
X3.5	0.469	0.496	0.900	0.845	0.771	0.770	0.398	0.385	0.538
X3.6	0.487	0.532	0.916	0.899	0.823	0.826	0.433	0.417	0.548
X4.1	0.501	0.546	0.925	0.926	0.853	0.855	0.431	0.419	0.574
X4.2	0.477	0.479	0.859	0.913	0.836	0.797	0.424	0.410	0.530
X4.3	0.487	0.491	0.845	0.908	0.815	0.801	0.447	0.438	0.554

X4.4	0.479	0.507	0.843	0.939	0.877	0.874	0.480	0.464	0.585
X4.5	0.469	0.510	0.837	0.928	0.880	0.923	0.465	0.435	0.610
X4.6	0.470	0.492	0.795	0.894	0.848	0.905	0.428	0.423	0.576
X5.1	0.483	0.497	0.840	0.880	0.930	0.932	0.455	0.445	0.622
X5.2	0.516	0.533	0.831	0.872	0.925	0.907	0.425	0.417	0.615
X5.3	0.456	0.471	0.808	0.848	0.933	0.857	0.422	0.403	0.611
X5.4	0.470	0.503	0.829	0.893	0.944	0.903	0.454	0.424	0.624
X5.5	0.478	0.502	0.800	0.773	0.866	0.811	0.425	0.402	0.590
X5.6	0.518	0.535	0.855	0.883	0.952	0.902	0.439	0.414	0.634
X6.1	0.484	0.503	0.789	0.788	0.865	0.892	0.431	0.423	0.598
X6.2	0.511	0.531	0.841	0.845	0.892	0.939	0.410	0.397	0.642
X6.3	0.488	0.527	0.839	0.878	0.901	0.942	0.438	0.408	0.624
X6.4	0.469	0.514	0.834	0.923	0.880	0.928	0.461	0.432	0.612
X6.5	0.469	0.496	0.794	0.892	0.849	0.913	0.426	0.419	0.579
X6.6	0.482	0.502	0.837	0.875	0.932	0.942	0.449	0.438	0.631
X7.1	0.381	0.406	0.418	0.439	0.434	0.421	0.903	0.843	0.572
X7.2	0.395	0.420	0.411	0.426	0.397	0.398	0.914	0.870	0.498
X7.3	0.408	0.430	0.435	0.463	0.468	0.442	0.939	0.895	0.560
X7.4	0.393	0.440	0.434	0.451	0.445	0.451	0.937	0.885	0.552
X7.5	0.404	0.444	0.452	0.482	0.465	0.466	0.962	0.903	0.583
X7.6	0.394	0.426	0.417	0.460	0.450	0.447	0.940	0.887	0.535
X7.7	0.389	0.418	0.417	0.457	0.440	0.444	0.930	0.895	0.518
X7.8	0.402	0.420	0.390	0.440	0.415	0.435	0.924	0.920	0.510
X8.1	0.417	0.442	0.407	0.450	0.428	0.435	0.894	0.956	0.507
X8.2	0.426	0.424	0.385	0.419	0.407	0.405	0.874	0.959	0.492
X8.3	0.429	0.445	0.401	0.429	0.402	0.404	0.866	0.946	0.503
X8.4	0.419	0.422	0.417	0.448	0.406	0.421	0.883	0.945	0.515
X8.5	0.407	0.430	0.437	0.466	0.471	0.447	0.938	0.897	0.559
X8.6	0.397	0.442	0.432	0.448	0.441	0.448	0.933	0.884	0.549
X8.7	0.416	0.441	0.409	0.451	0.430	0.436	0.894	0.955	0.507
X8.8	0.423	0.423	0.386	0.420	0.406	0.404	0.873	0.959	0.489
Y1	0.504	0.537	0.514	0.538	0.593	0.604	0.490	0.456	0.888
Y2	0.497	0.521	0.542	0.538	0.580	0.591	0.500	0.473	0.903
Y3	0.553	0.565	0.548	0.580	0.615	0.614	0.583	0.543	0.940
Y4	0.549	0.555	0.564	0.583	0.610	0.602	0.544	0.526	0.916
Y5	0.539	0.562	0.581	0.597	0.632	0.630	0.553	0.517	0.934
Y6	0.556	0.574	0.587	0.601	0.646	0.623	0.536	0.512	0.941

Note: Loadings and cross-loadings are unrotated.

* Normalized structure loadings and cross-loadings *

	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	Y
--	----	----	----	----	----	----	----	----	---

X1.1	0.490	0.472	0.273	0.285	0.289	0.288	0.248	0.233	0.315
X1.2	0.521	0.495	0.284	0.260	0.276	0.271	0.221	0.221	0.296
X1.3	0.523	0.514	0.249	0.257	0.262	0.259	0.230	0.242	0.296
X1.4	0.519	0.514	0.285	0.272	0.252	0.249	0.207	0.229	0.299
X1.5	0.543	0.519	0.279	0.243	0.264	0.245	0.198	0.223	0.283
X1.6	0.499	0.500	0.293	0.270	0.273	0.278	0.228	0.231	0.292
X1.7	0.513	0.494	0.291	0.280	0.271	0.278	0.201	0.211	0.307
X1.8	0.504	0.483	0.305	0.280	0.275	0.276	0.216	0.240	0.292
X2.1	0.459	0.495	0.294	0.294	0.279	0.287	0.244	0.245	0.304
X2.2	0.459	0.491	0.296	0.294	0.287	0.296	0.237	0.230	0.308
X2.3	0.457	0.494	0.295	0.286	0.288	0.292	0.245	0.228	0.312
X2.4	0.469	0.489	0.311	0.283	0.285	0.287	0.232	0.225	0.309
X2.5	0.523	0.514	0.249	0.257	0.262	0.259	0.230	0.242	0.296
X2.6	0.512	0.515	0.281	0.270	0.253	0.256	0.214	0.234	0.301
X2.7	0.539	0.522	0.279	0.240	0.261	0.253	0.198	0.222	0.283
X2.8	0.499	0.500	0.293	0.270	0.273	0.278	0.228	0.231	0.292
X3.1	0.262	0.274	0.447	0.399	0.409	0.404	0.212	0.198	0.288
X3.2	0.248	0.258	0.447	0.410	0.414	0.408	0.206	0.201	0.289
X3.3	0.251	0.255	0.447	0.424	0.415	0.400	0.209	0.208	0.269
X3.4	0.261	0.267	0.477	0.418	0.399	0.409	0.189	0.176	0.255
X3.5	0.242	0.256	0.463	0.435	0.397	0.396	0.205	0.198	0.277
X3.6	0.238	0.260	0.448	0.439	0.402	0.404	0.212	0.204	0.268
X4.1	0.238	0.260	0.440	0.441	0.406	0.407	0.205	0.200	0.273
X4.2	0.239	0.240	0.430	0.457	0.419	0.399	0.212	0.205	0.265
X4.3	0.243	0.245	0.422	0.453	0.406	0.399	0.223	0.218	0.276
X4.4	0.229	0.242	0.402	0.448	0.418	0.417	0.229	0.221	0.279
X4.5	0.223	0.242	0.397	0.440	0.418	0.438	0.220	0.206	0.289
X4.6	0.232	0.242	0.392	0.440	0.417	0.445	0.211	0.208	0.284
X5.1	0.228	0.235	0.397	0.415	0.439	0.440	0.215	0.210	0.294
X5.2	0.246	0.254	0.396	0.415	0.440	0.432	0.202	0.199	0.293
X5.3	0.225	0.232	0.398	0.418	0.460	0.422	0.208	0.199	0.301
X5.4	0.223	0.239	0.393	0.424	0.448	0.429	0.215	0.201	0.296
X5.5	0.245	0.257	0.409	0.396	0.443	0.415	0.218	0.206	0.302
X5.6	0.243	0.251	0.401	0.414	0.446	0.423	0.206	0.194	0.297
X6.1	0.242	0.252	0.395	0.394	0.433	0.446	0.216	0.211	0.299
X6.2	0.244	0.254	0.402	0.404	0.426	0.449	0.196	0.190	0.307
X6.3	0.232	0.250	0.398	0.417	0.428	0.447	0.208	0.194	0.296
X6.4	0.223	0.244	0.396	0.438	0.417	0.440	0.219	0.205	0.290
X6.5	0.231	0.244	0.390	0.438	0.417	0.449	0.209	0.206	0.285
X6.6	0.227	0.237	0.394	0.413	0.439	0.444	0.212	0.207	0.298
X7.1	0.224	0.239	0.246	0.258	0.255	0.248	0.530	0.495	0.336
X7.2	0.234	0.249	0.244	0.253	0.235	0.236	0.543	0.517	0.295
X7.3	0.229	0.242	0.244	0.260	0.263	0.248	0.528	0.503	0.315
X7.4	0.223	0.250	0.247	0.256	0.252	0.256	0.532	0.502	0.313
X7.5	0.222	0.244	0.248	0.265	0.256	0.256	0.529	0.496	0.320
X7.6	0.224	0.242	0.238	0.262	0.256	0.255	0.535	0.505	0.305

X7.7	0.223	0.240	0.239	0.263	0.252	0.255	0.534	0.514	0.297
X7.8	0.232	0.242	0.225	0.254	0.239	0.251	0.533	0.531	0.294
X8.1	0.237	0.252	0.232	0.257	0.244	0.248	0.509	0.545	0.289
X8.2	0.248	0.247	0.225	0.244	0.237	0.236	0.510	0.559	0.287
X8.3	0.250	0.259	0.233	0.250	0.234	0.235	0.504	0.551	0.293
X8.4	0.242	0.243	0.240	0.258	0.234	0.243	0.509	0.545	0.297
X8.5	0.228	0.241	0.245	0.262	0.264	0.251	0.526	0.503	0.314
X8.6	0.226	0.251	0.246	0.255	0.251	0.255	0.531	0.503	0.313
X8.7	0.237	0.251	0.233	0.257	0.245	0.248	0.509	0.544	0.289
X8.8	0.247	0.247	0.226	0.245	0.237	0.236	0.510	0.560	0.286
Y1	0.288	0.308	0.294	0.308	0.340	0.346	0.280	0.261	0.508
Y2	0.283	0.297	0.309	0.307	0.331	0.337	0.285	0.270	0.515
Y3	0.294	0.301	0.292	0.308	0.327	0.327	0.310	0.289	0.500
Y4	0.297	0.300	0.305	0.315	0.330	0.326	0.294	0.285	0.496
Y5	0.286	0.299	0.309	0.317	0.336	0.335	0.294	0.275	0.497
Y6	0.294	0.303	0.310	0.318	0.341	0.329	0.283	0.270	0.497

Note: Loadings and cross-loadings shown are unrotated and after Kaiser normalization.

* Indicator weights *

	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	Y	Type (a	SE
	P value		VIF	WLS	ES						
X1.1	0.145	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect	0.050
	0.002	2.705	1	0.121							
X1.2	0.140	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect	0.050
	0.003	2.543	1	0.113							
X1.3	0.142	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect	0.050
	0.002	2.545	1	0.115							
X1.4	0.147	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect	0.050
	0.002	2.867	1	0.123							
X1.5	0.154	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect	0.050
	0.001	3.531	1	0.136							
X1.6	0.151	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect	0.050
	0.001	3.229	1	0.130							
X1.7	0.156	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect	0.050
	<0.001	4.500	1	0.140							
X1.8	0.145	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect	0.050
	0.002	2.989	1	0.121							
X2.1	0.000	0.145	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect	0.050
	0.002	3.619	1	0.126							
X2.2	0.000	0.150	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect	0.050
	0.001	5.452	1	0.136							

X2.3	0.000	0.149	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect0.050
	0.002	5.123	1	0.133							
X2.4	0.000	0.150	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect0.050
	0.001	4.247	1	0.135							
X2.5	0.000	0.133	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect0.050
	0.004	2.490	1	0.106							
X2.6	0.000	0.139	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect0.050
	0.003	2.740	1	0.116							
X2.7	0.000	0.142	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect0.050
	0.002	3.287	1	0.122							
X2.8	0.000	0.144	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect0.050
	0.002	3.332	1	0.125							
X3.1	0.000	0.000	0.181	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect0.050
	<0.001	3.674	1	0.159							
X3.2	0.000	0.000	0.185	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect0.050
	<0.001	4.454	1	0.168							
X3.3	0.000	0.000	0.189	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect0.050
	<0.001	5.037	1	0.175							
X3.4	0.000	0.000	0.181	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect0.050
	<0.001	3.381	1	0.160							
X3.5	0.000	0.000	0.184	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect0.050
	<0.001	4.424	1	0.166							
X3.6	0.000	0.000	0.188	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect0.050
	<0.001	4.873	1	0.172							
X4.1	0.000	0.000	0.000	0.183	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect0.050
	<0.001	5.351	1	0.169							
X4.2	0.000	0.000	0.000	0.181	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect0.050
	<0.001	6.305	1	0.165							
X4.3	0.000	0.000	0.000	0.179	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect0.050
	<0.001	5.162	1	0.163							
X4.4	0.000	0.000	0.000	0.186	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect0.050
	<0.001	6.198	1	0.174							
X4.5	0.000	0.000	0.000	0.184	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect0.050
	<0.001	7.584	1	0.170							
X4.6	0.000	0.000	0.000	0.177	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect0.050
	<0.001	5.276	1	0.158							
X5.1	0.000	0.000	0.000	0.000	0.181	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect0.050
	<0.001	6.258	1	0.168							
X5.2	0.000	0.000	0.000	0.000	0.180	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect0.050
	<0.001	5.973	1	0.167							
X5.3	0.000	0.000	0.000	0.000	0.181	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect0.050
	<0.001	5.622	1	0.169							
X5.4	0.000	0.000	0.000	0.000	0.184	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect0.050
	<0.001	6.566	1	0.173							
X5.5	0.000	0.000	0.000	0.000	0.169	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect0.050
	<0.001	3.463	1	0.146							

X5.6	0.000	0.000	0.000	0.000	0.185	0.000	0.000	0.000	0.000	Reflect0.050
	<0.001	7.703	1	0.176						
X6.1	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.173	0.000	0.000	0.000	Reflect0.050
	<0.001	4.345	1	0.155						
X6.2	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.182	0.000	0.000	0.000	Reflect0.050
	<0.001	7.272	1	0.171						
X6.3	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.183	0.000	0.000	0.000	Reflect0.050
	<0.001	7.229	1	0.172						
X6.4	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.180	0.000	0.000	0.000	Reflect0.050
	<0.001	6.536	1	0.167						
X6.5	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.177	0.000	0.000	0.000	Reflect0.050
	<0.001	5.788	1	0.162						
X6.6	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.183	0.000	0.000	0.000	Reflect0.050
	<0.001	6.448	1	0.172						
X7.1	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.130	0.000	0.000	Reflect0.050
	0.005	4.841	1	0.117						
X7.2	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.132	0.000	0.000	Reflect0.050
	0.004	5.539	1	0.120						
X7.3	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.135	0.000	0.000	Reflect0.050
	0.004	7.815	1	0.127						
X7.4	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.135	0.000	0.000	Reflect0.050
	0.004	8.584	1	0.127						
X7.5	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.139	0.000	0.000	Reflect0.050
	0.003	10.624	1	0.133						
X7.6	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.135	0.000	0.000	Reflect0.050
	0.004	8.207	1	0.127						
X7.7	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.134	0.000	0.000	Reflect0.050
	0.004	7.839	1	0.125						
X7.8	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.133	0.000	0.000	Reflect0.050
	0.004	7.169	1	0.123						
X8.1	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.136	0.000	Reflect0.050
	0.003	653.940	1	0.130						
X8.2	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.136	0.000	Reflect0.050
	0.003	134.890	1	0.131						
X8.3	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.134	0.000	Reflect0.050
	0.004	8.482	1	0.127						
X8.4	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.134	0.000	Reflect0.050
	0.004	8.152	1	0.127						
X8.5	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.127	0.000	Reflect0.050
	0.006	6.814	1	0.114						
X8.6	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.126	0.000	Reflect0.050
	0.006	6.023	1	0.111						
X8.7	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.136	0.000	Reflect0.050
	0.004	648.692	1	0.130						
X8.8	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.136	0.000	Reflect0.050
	0.003	133.619	1	0.131						

Y1	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.175	Reflect0.050
	<0.001	3.539	1	0.155							
Y2	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.178	Reflect0.050
	<0.001	4.234	1	0.160							
Y3	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.185	Reflect0.050
	<0.001	6.167	1	0.174							
Y4	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.180	Reflect0.050
	<0.001	4.722	1	0.165							
Y5	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.184	Reflect0.050
	<0.001	5.964	1	0.172							
Y6	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.185	Reflect0.050
	<0.001	6.659	1	0.174							

Notes: P values < 0.05 and VIFs < 2.5 are desirable for formative indicators; VIF = indicator variance inflation factor;

WLS = indicator weight-loading sign (-1 = Simpson's paradox in l.v.); ES = indicator effect size.

* Latent variable coefficients *

R-squared coefficients

X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	Y
								0.456

Adjusted R-squared coefficients

X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	Y
								0.445

Composite reliability coefficients

X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	Y
0.817	0.835	0.843	0.881	0.879	0.873	0.913	0.911	0.862

Cronbach's alpha coefficients

X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	Y
0.743	0.773	0.776	0.837	0.834	0.825	0.891	0.888	0.807

Tests of normality: JarqueBera (top) and robust JarqueBera (bottom)

X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	Y
No	No	No	No	No	No	No	No	No
No	No	No	No	No	No	No	Yes	No

*** Correlations among latent variables and errors ***

Correlations among l.vs. with sq. rts. of AVEs

	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	Y
X1	0.846	0.771	0.551	0.523	0.526	0.522	0.425	0.444	0.579
X2	0.771	0.867	0.576	0.549	0.548	0.553	0.457	0.462	0.600
X3	0.551	0.576	0.902	0.727	0.894	0.888	0.453	0.436	0.604
X4	0.523	0.549	0.727	0.918	0.728	0.736	0.486	0.470	0.623
X5	0.526	0.548	0.894	0.728	0.926	0.757	0.472	0.451	0.666
X6	0.522	0.553	0.888	0.736	0.757	0.926	0.470	0.453	0.663
X7	0.425	0.457	0.453	0.486	0.472	0.470	0.931	0.753	0.581
X8	0.444	0.462	0.436	0.470	0.451	0.453	0.753	0.938	0.548
Y	0.579	0.600	0.604	0.623	0.666	0.663	0.581	0.548	0.921

Note: Square roots of average variances extracted (AVEs) shown on diagonal.

P values for correlations

	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	Y
X1	1.000	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001
X2	<0.001	1.000	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001
X3	<0.001	<0.001	1.000	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001
X4	<0.001	<0.001	<0.001	1.000	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001
X5	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001	1.000	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001
X6	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001	1.000	<0.001	<0.001	<0.001
X7	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001	1.000	<0.001	<0.001
X8	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001	1.000	<0.001
Y	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001	1.000

Correlations among l.v. error terms with VIFs

There is nothing to show here, likely due to at least one of the following reasons:

- **There is only one endogenous latent variable in the model.**
- **No links among latent variables have been defined.**

*** Block variance inflation factors ***

X1 X2 X3 X4 X5 X6 X7 X8 Y

Y 3.033 3.391 2.544 4.017 3.617 4.961 2.394 2.187

Note: These VIFs are for the latent variables on each column (predictors), with reference to the latent variables on each row (criteria).

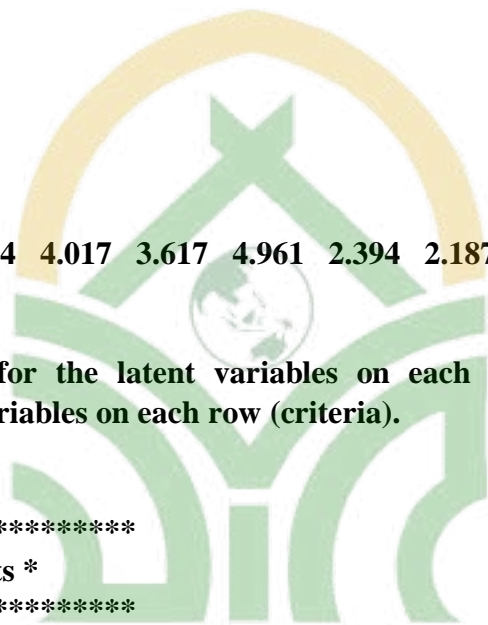
*** Indirect and total effects ***

Total effects

X1 X2 X3 X4 X5 X6 X7 X8 Y

Y -0.010 0.154 0.004 0.033 0.287 0.140 0.182 0.078

Number of paths for total effects



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
 SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
 PADANGSIDIMPUAN

X1 X2 X3 X4 X5 X6 X7 X8 Y

Y 1 1 1 1 1 1 1 1

P values for total effects

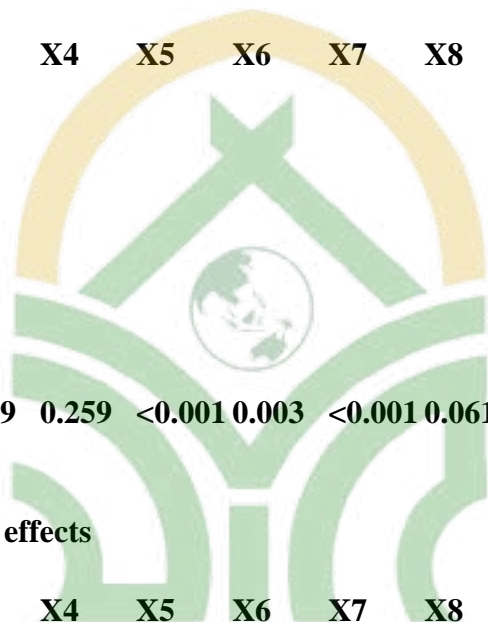
	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	Y
Y	0.425	0.001	0.469	0.259	<0.001	0.003	<0.001	0.061	

Standard errors for total effects

	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	Y
Y	0.051	0.050	0.051	0.051	0.049	0.050	0.050	0.050	

Effect sizes for total effects

	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	Y
--	----	----	----	----	----	----	----	----	---



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
 SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
 PADANGSIDIMPUAN

Y 0.004 0.074 0.002 0.018 0.170 0.081 0.086 0.029

*** Causality assessment coefficients ***

Path-correlation signs

	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	Y
Y	-1	1	1	1	1	1	1	1	

Notes: path-correlation signs; negative sign (i.e., -1) = Simpson's paradox.

R-squared contributions

	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	Y
Y	-0.004	0.074	0.002	0.018	0.170	0.081	0.086	0.029	

Notes: R-squared contributions of predictor lat. vars.; columns = predictor lat. vars.; rows = criteria lat. vars.; negative sign = reduction in R-squared.

Path-correlation ratios

	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	Y
Y	0.024	0.318	0.008	0.060	0.483	0.244	0.384	0.214	

Notes: absolute path-correlation ratios; ratio > 1 indicates statistical suppression; 1 < ratio <= 1.3: weak suppression; 1.3 < ratio <= 1.7: medium; 1.7 < ratio: strong.

Path-correlation differences

	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	Y
Y	0.417	0.330	0.491	0.515	0.307	0.434	0.292	0.288	

Note: absolute path-correlation differences.

P values for path-correlation differences

	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	Y
--	----	----	----	----	----	----	----	----	---

Y <0.001 <0.001 <0.001 <0.001 <0.001 <0.001 <0.001 <0.001

Note: P values for absolute path-correlation differences.

Warp2 bivariate causal direction ratios

	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	Y
Y	0.992	0.982	1.001	1.004	0.993	1.000	1.000	0.986	

Notes: Warp2 bivariate causal direction ratios; ratio > 1 supports reversed link; 1 < ratio <= 1.3: weak support; 1.3 < ratio <= 1.7: medium; 1.7 < ratio: strong.

Warp2 bivariate causal direction differences

	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	Y
Y	0.003	0.009	0.001	0.002	0.004	0.000	0.000	0.005	

Note: absolute Warp2 bivariate causal direction differences.

P values for Warp2 bivariate causal direction differences

X1 X2 X3 X4 X5 X6 X7 X8 Y

Y 0.475 0.433 0.496 0.485 0.466 0.498 0.499 0.461

Note: P values for absolute Warp2 bivariate causal direction differences.

Warp3 bivariate causal direction ratios

X1 X2 X3 X4 X5 X6 X7 X8 Y

Y 0.972 0.986 0.986 1.010 0.994 0.997 0.994 0.988

Notes: Warp3 bivariate causal direction ratios; ratio > 1 supports reversed link; 1 < ratio <= 1.3: weak support; 1.3 < ratio <= 1.7: medium; 1.7 < ratio: strong.

Warp3 bivariate causal direction differences

X1 X2 X3 X4 X5 X6 X7 X8 Y

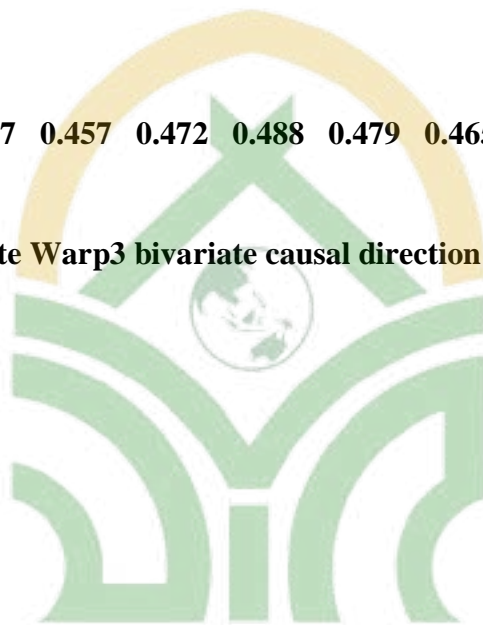
Y 0.011 0.007 0.007 0.006 0.004 0.001 0.003 0.005

Note: absolute Warp3 bivariate causal direction differences.

P values for Warp3 bivariate causal direction differences

	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	Y
Y	0.411	0.448	0.447	0.457	0.472	0.488	0.479	0.465	

Note: P values for absolute Warp3 bivariate causal direction differences.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN