

FAKTOR YANG MEMPENGARUHI INVESTOR UNTUK BERINVESTASI SUKUK DI INDONESIA

Umar Kholifa Al Ghifari, Hamdy Hady, Febria Nalurita

Magister Manajemen Universitas Trisakti,

Email : umar122012011064@std.trisakti.ac.id, umarghifari@gmail.com

Abstrak

Surat Berharga Syariah (SBS) atau sukuk merupakan salah satu instrumen investasi yang mengalami perkembangan pesat, terutama Surat Berharga Syariah Negara (SBSN). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor yang mempengaruhi investor untuk berinvestasi sukuk di Indonesia. Faktor-faktor yang diteliti sebagai variabel independen yaitu agama, kompatibilitas, pengaruh media massa, motivasi intrinsik, harapan terhadap hasil, dan pengaruh lingkungan sosial. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer yang bersumber dari penyebaran kuesioner. Penyebaran kuesioner dilakukan secara daring. Sampel penelitian dipilih menggunakan metode *purposive sampling* sehingga diperoleh 215 responden sesuai kriteria yang menjadi sampel. Responden merupakan pelaku atau investor pada pasar modal yang mengetahui adanya sukuk. Analisis data yang digunakan untuk uji hipotesis yaitu analisis SEM (*Structural Equation Modelling*) melalui PLS (*Partial Least Squares*) menggunakan aplikasi SmartPLS 3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kompatibilitas, motivasi intrinsik, harapan terhadap hasil, dan pengaruh lingkungan sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat berinvestasi sukuk. Adapun variabel agama dan pengaruh media massa tidak signifikan terhadap niat investor untuk berinvestasi sukuk.

Kata Kunci: Sukuk; Kompatibilitas; Motivasi Intrinsik; Harapan Terhadap Hasil; Pengaruh Lingkungan Sosial.

Abstract

Sharia Bonds (SBS) or sukuk are investment instruments that are growing rapidly, especially the State Sharia Bonds (SBSN). This study aims to analyze the factors that influence investors to invest in sukuk in Indonesia. The factors studied as independent variables are religion, compatibility, the influence of mass media, intrinsic motivation, expected returns, and the influence of the social environment. This study uses primary data sourced from questionnaires. Questionnaires were distributed online. The research sample used purposive sampling method in order to

How to cite:	Umar Kholifa Al Ghifari, Hamdy Hady, Febria Nalurita (2022) Faktor Yang Mempengaruhi Investor Untuk Berinvestasi Sukuk di Indonesia. Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia, 7 (11), http://dx.doi.org/10.36418/syntax-literate.v7i11.10032
E-ISSN:	2548-1398
Published by:	Ridwan Institute

obtain 215 respondents according to the sample criterias. Respondents are investors in the capital market who are aware of the existence of sukuk. Analysis of the data used to test the hypothesis is SEM (Structural Equation Modeling) through PLS (Partial Least Squares) using SmartPLS 3. The results show that compatibility, intrinsic motivation, expected returns, and the influence of social environment have a positive and significant influence on intention invest in sukuk. Religion and the influence of mass media are not significant on investors' intention to invest in sukuk.

Keywords: *Sukuk; Compatibility; Intrinsic Motivation; Expected Returns; Influence of the Social Environment.*

Pendahuluan

Salah satu sarana masyarakat untuk memanfaatkan dana menganggur (*idle*) yang dimiliki adalah dengan berinvestasi di pasar modal. Beragam produk investasi telah tersedia di pasar modal, baik berupa produk investasi konvensional maupun syariah. Produk investasi syariah yang tersedia di pasar modal diantaranya adalah sukuk atau obligasi syariah yang diterbitkan oleh negara maupun korporasi. Terdapat beberapa karakteristik yang membedakan sukuk dengan obligasi konvensional. Obligasi konvensional merupakan utang terhadap pemegang obligasi, sedangkan sukuk secara nominal memberikan kepemilikan saham atau aset kepada pemegangnya, sesuai dengan prinsip-prinsip islam (Khan, Khan, et al., 2020; Fitriati & Fathurahman, 2013).

Pemerintah Republik Indonesia sejak tahun 2008 rutin menerbitkan Sukuk Negara sebagai alternatif pembiayaan. Dari tahun ke tahun, Sukuk Negara mengalami perkembangan pesat dan memiliki peran sangat vital sebagai alternatif pembiayaan negara. Pertumbuhan pembiayaan negara yang berasal dari sukuk melonjak signifikan mulai dari Rp4,7 triliun (2008) hingga menjadi Rp258,28 triliun (2018). Secara akumulasi, jumlah penerbitan Sukuk Negara pada jangka waktu 2008 - 2019 mencapai Rp1.230 triliun, dengan *outstanding* Sukuk Negara per 17 September 2020 mencapai Rp890 triliun (DJPPR, 2020). Senada dengan hal tersebut, pada beberapa negara yang memiliki penduduk mayoritas beragama islam, terjadi peningkatan yang signifikan dalam penerbitan sukuk (Schmidt, 2019).

Sebagai negara dengan penduduk mayoritas muslim, Indonesia menjadi pasar besar produk investasi syariah. Selain untuk memenuhi pembiayaan negara dan korporasi, sukuk diharapkan dapat memenuhi keinginan investasi masyarakat. Potensi investasi sukuk dapat dilihat dari seberapa besar niat masyarakat dalam memilih sukuk sebagai investasi yang dapat memberikan keuntungan masa depan. Niat investor untuk berinvestasi sukuk dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor. Literatur tentang investasi mengungkapkan bahwa terdapat peran positif yang signifikan terhadap kecenderungan berinvestasi produk islam pada individu terutama di negara-negara islam (Duqi & Al-Tamimi, 2019). Meningkatnya jumlah investor sukuk di Indonesia telah menarik minat penulis untuk mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh bagi investor untuk berinvestasi sukuk.

Penelitian untuk menyelidiki faktor yang mempengaruhi niat berinvestasi sukuk telah dilakukan di Pakistan. Penelitian tersebut menggunakan faktor kompatibilitas atau kesesuaian dengan gaya hidup, pengaruh internal (lingkungan sosial), pengaruh eksternal dari media massa, dan motivasi intrinsik yang mempengaruhi niat investor untuk berinvestasi sukuk (Khan, Khan, et al., 2020). Aspek agama juga mempengaruhi niat individu dalam investasi sukuk.

Pada penelitian lain disebutkan bahwa terdapat faktor yang berpengaruh pada niat investor untuk berinvestasi sukuk yaitu harapan terhadap hasil (*expected return*) (Duqi & Al-Tamimi, 2019). Harapan terhadap hasil merupakan harapan terhadap imbal hasil investasi yang dilakukan. Imbal hasil merupakan hal yang wajar diharapkan oleh setiap investor atas investasi yang dilakukan.

Berdasarkan latar belakang di atas dan beberapa penelitian terdahulu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian di Indonesia terhadap faktor yang mempengaruhi investor untuk berinvestasi sukuk di Indonesia. Adapun faktor yang menjadi variabel adalah agama, kompatibilitas, pengaruh media massa, motivasi intrinsik, harapan terhadap hasil, dan pengaruh lingkungan sosial. Faktor-faktor tersebut akan diteliti pengaruhnya terhadap niat investor untuk berinvestasi sukuk.

Metode Penelitian

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah niat berinvestasi sukuk, sedangkan variabel independen terdiri dari agama, kompatibilitas, pengaruh media massa, motivasi intrinsik, harapan terhadap hasil, dan pengaruh lingkungan sosial. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner. Penyebaran kuesioner dilakukan secara daring karena dampak pandemi COVID-19. Pengukuran terhadap variabel dependen dan independen dilakukan secara obyektif menggunakan 21 pertanyaan dalam kuesioner dengan skala *likert 5* (lima). Poin skala 1 (satu) menandakan sangat tidak setuju dan poin skala 5 (lima) berarti sangat setuju.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* dipilih karena penelitian ini berfokus pada sampel dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Merupakan investor pada pasar modal,
- 2) Merupakan investor sukuk atau non-investor sukuk,
- 3) Mengetahui tentang sukuk.

Sampel dalam penelitian ditargetkan sebanyak 210 responden, yang diambil berdasarkan rumus (Hair et al., 2017) dengan menggunakan 21 indikator pertanyaan dikalikan 10 yang mengacu pada kebutuhan penelitian. Identifikasi dan pengukuran variabel dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Identifikasi Operasional Variabel

Jenis Variabel	Nama Variabel	Definisi Operasional Variabel	Sumber
----------------	---------------	-------------------------------	--------

Variabel Dependen	Niat Berinvestasi Sukuk	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya berniat untuk berinvestasi sukuk saat ini. 2. Saya memperkirakan akan rutin berinvestasi sukuk. 3. Untuk investasi saya, saya akan berinvestasi di sukuk 	Khan, Khan, et al., (2020) dan Abdulkareem et al., (2021)
Variabel Independen	Agama	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sukuk menyediakan alternatif yang sesuai dengan syariah terhadap obligasi konvensional. 2. Saya suka investasi sukuk karena motivasi agama. 3. Saya lebih suka menghindari investasi riba. 	Khan, Khan, et al (2020)

Jenis Variabel	Nama Variabel	Definisi Variabel	Operasional	Sumber
Variabel Independen	Kompatibilitas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Berinvestasi sukuk akan sesuai dengan gaya hidup saya. 2. Berinvestasi sukuk akan cocok dengan investasi yang ingin saya lakukan. 3. Berinvestasi sukuk akan sesuai dengan sebagian besar aspek aktivitas investasi saya. 		Khan, Khan, et al (2020) dan Boateng et al (2016)
Variabel Independen	Pengaruh Massa	Media <ol style="list-style-type: none"> 1. Informasi media tentang sukuk mempengaruhi keputusan saya. 2. Informasi dari media massa akan mendorong saya untuk mencoba sukuk. 3. Media massa menganjurkan masyarakat untuk berinvestasi sukuk. 		Khan, Khan, et al., (2020) dan Abdulkareem et al., (2021)
Variabel Independen	Motivasi Intrinsik	<ol style="list-style-type: none"> 1. Investasi sukuk adalah bagian dari cara saya dalam menjalani hidup saya. 2. Saya mendapatkan banyak kenyamanan dari berinvestasi dan mengadopsi produk-produk Islami seperti sukuk. 3. Untuk kepuasan, saya berinvestasi pada produk syariah seperti sukuk. 		Khan, Khan, et al (2020)

Faktor Yang Mempengaruhi Investor Untuk Berinvestasi Sukuk Di Indonesia

Variabel Independen	Harapan Terhadap Hasil	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya memilih sukuk untuk mengurangi risiko. 2. Saya berinvestasi sukuk untuk mendapatkan keuntungan. 3. Saya lebih memilih investasi sukuk daripada saham umum jika menguntungkan. 	(Duqi & Al-Tamimi, 2019)
---------------------	------------------------	---	--------------------------

Jenis Variabel	Nama Variabel	Definisi Variabel	Operasional	Sumber
Variabel Independen	Pengaruh Lingkungan Sosial	<ol style="list-style-type: none"> 1. Rekan/rekan/teman berpikir bahwa berinvestasi sukuk. 2. Orang yang berpikir bahwa sukuk adalah ide yang bagus. 3. Orang yang mempengaruhi saya untuk mencoba berinvestasi sukuk. 	saya perlu	Khan, Khan, et al (2020)

Sumber: Data diolah, 2022

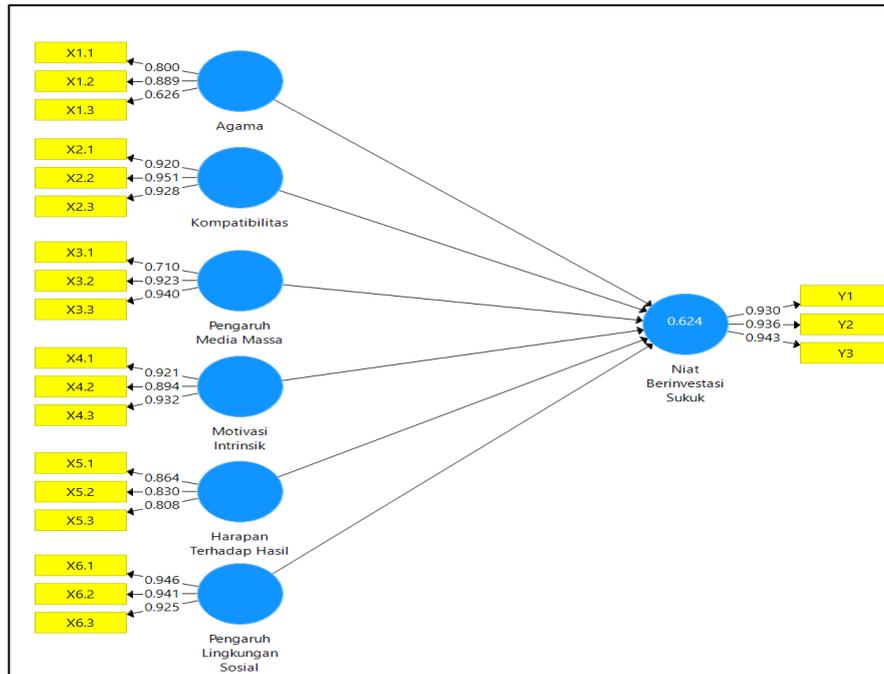
Uji Validitas (*Convergent Validity*)

Hasil pengujian dari *convergent validity* melalui aplikasi SmartPLS dapat dilihat pada Tabel 2 dan Gambar 2.

Tabel 2 *Convergent Validity*

Indikator	Convergent Validity	Indikator	Indikator Validity
X1.1	0,800	X5.1	0,864
X1.2	0,889	X5.2	0,830
X1.3	0,626	X5.3	0,808
X2.1	0,920	X6.1	0,946
X2.2	0,951	X6.2	0,941
X2.3	0,928	X6.3	0,925
X3.1	0,710	Y1	0,930
X3.2	0,923	Y2	0,936
X3.3	0,940	Y3	0,943
X4.1	0,921		
X4.2	0,894		
X4.3	0,932		

Sumber: Olah data hasil SmartPLS 3.3.9, 2022



Sumber: output SmartPLS 3.3.9, 2022

Gambar 2. Outer Model (Convergent Validity)

Berdasarkan hasil pengujian *outer loading* diketahui bahwa *convergent validity* seluruh indikator memiliki nilai $> 0,6$ dan melebihi ambang batas syarat validitas sebesar $0,4$. Nilai terendah *convergent validity* adalah indikator X1.3 dengan nilai $0,626$ dan nilai tertinggi adalah indikator X6.1 dengan nilai $0,946$. Dengan demikian, seluruh indikator dari semua variabel telah valid sebagai instrumen penelitian.

Uji Validitas (Average Variance Extracted)

Hasil pengujian dari pengujian AVE dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3 Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	AVE
Niat Investasi Sukuk	0,877
Agama	0,607
Kompabilitas	0,871
Media Massa	0,747
Motivasi Intrinsik	0,838
Harapan Terhadap Hasil	0,696
Pengaruh Lingkungan Sosial	0,879

Sumber: Olah data hasil SmartPLS 3.3.9, 2022

Berdasarkan hasil pengujian diketahui bahwa seluruh variabel memiliki nilai AVE $> 0,50$. Nilai AVE terendah adalah variabel agama dengan nilai sebesar $0,607$ dan nilai tertinggi adalah variabel pengaruh lingkungan sosial dengan nilai $0,879$. Variabel yang memiliki nilai AVE $> 0,5$ menunjukkan bahwa indikator berkorelasi baik dengan indikator lainnya. Hasil tersebut menunjukkan bahwa seluruh indikator memiliki validitas

untuk digunakan sebagai instrumen penelitian.

Uji Reliabilitas (*Cronbach's Alpha*)

Hasil pengujian dari *Cronbach's Alpha* dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4 *Cronbach's Alpha*

Variabel	Conbrach's Alpha
Niat Investasi Sukuk	0,930
Agama	0,689
Kompabilitas	0,926
Media Massa	0,833
Motivasi Intrinsik	0,904
Harapan Terhadap Hasil	0,782
Pengaruh Lingkungan Sosial	0,931

Sumber: Olah data hasil SmartPLS 3.3.9, 2022

Hasil pengujian untuk mengetahui *cronbach's alpha* melalui aplikasi SmartPLS sebagaimana tersaji pada Tabel 4. Dari tabel tersebut diketahui bahwa nilai *cronbach's alpha* seluruh variabel berada di atas 0,60. Nilai *cronbach's alpha* terendah adalah variabel agama dengan nilai 0,689 dan nilai tertinggi oleh variabel pengaruh lingkungan sosial sebesar 0,931. Dengan hasil tersebut maka seluruh indikator memenuhi syarat reliabilitas.

Uji Reliabilitas (*Composite Reliability*)

Hasil pengujian nilai *composite reliability* diketahui sebagaimana pada Tabel 5.

Tabel 5 *Composite Reliability*

Variabel	Conbrach's Alpha
Niat Investasi Sukuk	0,955
Agama	0,820
Kompabilitas	0,953
Media Massa	0,897
Motivasi Intrinsik	0,940
Harapan Terhadap Hasil	0,873
Pengaruh Lingkungan Sosial	0,956

Sumber: Olah data hasil SmartPLS 3.3.9, 2022

Dari hasil pengujian diketahui bahwa seluruh variabel memiliki nilai *composite reliability* di atas 0,80 dan melebihi ambang batas persyaratan reliabel yaitu 0,70. Nilai terendah *composite reliability* adalah variabel agama dengan nilai 0,820 dan nilai tertinggi adalah variabel pengaruh lingkungan sosial dengan nilai 0,956. Berdasarkan hal tersebut maka seluruh variabel telah reliabel untuk dijadikan instrumen penelitian.

Uji Multikolinieritas (*Variance Inflation Factor*)

Hasil pengujian *Variance Inflated Factor* (VIF) pada penelitian ini menggunakan aplikasi SmartPLS 3.3.9 adalah sebagai berikut:

Tabel 6 *Variance Inflated Factor* (VIF)

Variabel	Indikator	VIF
Niat Berinvestasi Sukuk	Y1	3,472
	Y2	3,789
	Y3	4,093
Agama	X1.1	1,393
	X1.2	1,465
	X1.3	1,250
Kompatibilitas	X2.1	3,104
	X2.2	4,818
	X2.3	3,757
Media Massa	X3.1	1,474
	X3.2	3,175
	X3.3	2,934
Motivasi Intrinsik	X4.1	2,867
	X4.2	2,678
	X4.3	3,323
Harapan Terhadap Hasil	X5.1	1,870
	X5.2	1,790
	X5.3	1,432
Pengaruh Lingkungan Sosial	X6.1	4,249
	X6.2	3,987
	X6.3	3,378

Sumber: Olah data hasil SmartPLS 3.3.9, 2022

Berdasarkan hasil pengujian *Variance Inflated Factor* (VIF) sebagaimana tersaji pada Tabel 6, diketahui bahwa seluruh indikator memiliki nilai VIF < 5,0. Nilai tersebut masih jauh di bawah atau belum melampaui batas indikasi terjadi multikolinieritas yaitu 10 (sepuluh). Nilai VIF terendah terdapat pada indikator X1.3 dengan nilai 1,25 dan nilai tertinggi terdapat pada indikator X2.2 dengan nilai 4,81. Hasil tersebut menunjukkan bahwa seluruh variabel terbebas dari permasalahan multikolinieritas.

Pengujian *Inner Model* atau pengujian model struktural digunakan untuk mengukur hubungan antar variabel laten atau variabel yang tidak bisa diukur secara langsung. Pada penelitian ini, pengujian *inner model* dilakukan dengan melihat nilai *R Square* (R^2). Besaran kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen dapat diketahui dengan pengujian R^2 . Variabel independen memiliki hubungan yang sangat kuat terhadap variabel dependen apabila nilai R^2 mendekati 1. Sebaliknya, variabel independen dapat disimpulkan memiliki hubungan yang sangat lemah terhadap variabel dependen apabila nilai R^2 mendekati 0. Adapun hasil pengujian *R Square* menggunakan aplikasi SmartPLS 3.3.9 dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 7 Nilai R Square

Variabel	R Square	R Square Adjusted
Niat Investasi Sukuk	0,642	0,613

Sumber: Olah data hasil SmartPLS 3.3.9, 2022

Berdasarkan hasil pengujian sebagaimana pada Tabel 7, diketahui bahwa nilai *R square* dan *R square adjusted* variabel dependen sebesar 0,624 dan 0,613. Nilai 0,624 merupakan kategori hubungan moderat mendekati kuat (Ghozali, 2008). Dengan nilai

tersebut berarti variabel agama, kompatibilitas, pengaruh media massa, motivasi intrinsik, harapan terhadap hasil, dan pengaruh lingkungan sosial dapat menjelaskan variabel niat berinvestasi sukuk sebesar 62,4%. Adapun sisanya yaitu sebesar 37,6% dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Hasil Dan Pembahasan

Data responden yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 215 responden. Karakteristik responden yang diteliti pada penelitian ini meliputi jenis kelamin, usia, latar belakang pendidikan, pendapatan, dan pengalaman sebagai investor sukuk. Adapun data masing-masing karakteristik responden adalah sebagaimana Tabel 8.

Dari tabel tersebut diketahui bahwa mayoritas responden berjenis kelamin laki-laki yaitu sejumlah 143 orang atau 66,51%. Adapun responden perempuan berjumlah 72 orang atau 33,49% dari total responden. Berdasarkan klasifikasi usia responden, secara ringkas klasifikasi responden diketahui bahwa terdapat 50 responden berusia antara 20-30 tahun (23,26%), 145 responden berusia 31-40 tahun (67,44%), 16 responden berusia 41-50 tahun (7,44%), dan hanya 4 responden yang berusia di atas 50 tahun (1,86%). Hal ini menggambarkan bahwa mayoritas responden berusia menengah yaitu rentang 31 tahun sampai 40 tahun.

Tabel 8 Karakteristik Responden

Jenis Kelamin dan Usia	Responden	%
Laki-laki	143	66,51
20 - 30 tahun	27	12,56
31 - 40 tahun	104	48,37
41 - 50 tahun	10	4,65
>50 tahun	2	0,93
Perempuan	72	33,49
20 - 30 tahun	23	10,70
31 - 40 tahun	41	19,07
41 - 50 tahun	6	2,79
>50 tahun	2	0,93
Jumlah	215	100,00
Pendidikan	Responden	%
SMA	3	1,40
Diploma (DI/II/III)	39	18,14
Sarjana (DIV/S1)	123	57,21
Master	45	20,93
Doktoral	5	2,33
Jumlah	215	100,00
Pendapatan	Responden	%
<5.000.000	10	4,65
5.000.000 – 10.000.000	51	23,72
10.000.001 – 20.000.000	115	53,49
20.000.001 – 30.000.000	31	14,42
>30.000.000	8	3,72
Jumlah	215	100,00
Investor Sukuk	Responden	%
Tidak	141	65,58
Ya	74	34,42
Jumlah	215	100,00

Sumber: Olah data responden, 2022

Selain itu, mayoritas responden memiliki latar belakang pendidikan perguruan tinggi terutama tingkat Strata 1 (S1). Dari sisi pendapatan, mayoritas responden memiliki penghasilan pada tingkat 10 juta hingga 20 juta. Dari sisi pengalaman berinvestasi sukuk, terdapat sejumlah 74 responden atau 34,42% dari keseluruhan responden telah berinvestasi sukuk. Adapun sejumlah 141 responden atau 65,58% berinvestasi selain sukuk.

Penilaian persepsi responden terhadap masing-masing variabel dilakukan dengan menggunakan skala likert dengan rentang 1-5. Pernyataan mengenai masing-masing variabel pada kuesioner diwakili oleh 3 (tiga) pernyataan. Berdasarkan pengembalian kuesioner yang diterima dan diolah menggunakan SmartPLS 3.3.9 diperoleh hasil sebagai mana pada Tabel 9.

Tabel 9 Statistik Deskriptif

Faktor Yang Mempengaruhi Investor Untuk Berinvestasi Sukuk Di Indonesia

Variabel	Kode	Pernyataan	Mean	Median	Min	Max	SD
Niat Berinvestasi Sukuk	Y1	Saya berniat untuk berinvestasi sukuk	3.716	4.000	1.000	5.000	1.124
	Y2	Saya memperkirakan akan berinvestasi sukuk secara rutin	3.256	3.000	1.000	5.000	1.080
	Y3	Untuk investasi saya, saya akan berinvestasi sukuk	3.433	3.000	1.000	5.000	1.118
Agama	X1.1	Sukuk menyediakan alternatif yang sesuai dengan syariah terhadap obligasi konvensional	4.353	5.000	1.000	5.000	0,892
	X1.2	Saya suka investasi sukuk karena motivasi agama	3.940	4.000	1.000	5.000	1.079
	X1.3	Saya lebih suka menghindari investasi riba	4.419	5.000	1.000	5.000	0,965
Kompatibilitas	X2.1	Berinvestasi sukuk akan sesuai dengan gaya hidup saya	3.535	4.000	1.000	5.000	1.073
	X2.2	Berinvestasi sukuk akan cocok dengan investasi yang ingin saya lakukan	3.563	4.000	1.000	5.000	1.097
	X2.3	Berinvestasi sukuk akan sesuai dengan sebagian besar aspek aktivitas investasi saya	3.540	4.000	1.000	5.000	1.086
Media Massa	X3.1	Saya memperoleh informasi tentang sukuk dari media massa	3.935	4.000	1.000	5.000	1.046
	X3.2	Informasi media tentang sukuk mempengaruhi keputusan saya	3.507	4.000	1.000	5.000	1.082
	X3.3	Informasi dari media massa akan mendorong saya untuk mencoba sukuk	3.540	4.000	1.000	5.000	1.111
Motivasi Intrinsik	X4.1	Investasi syariah seperti sukuk adalah bagian dari cara saya dalam menjalani hidup	3.577	4.000	1.000	5.000	1.113
	X4.2	Saya mendapatkan banyak kenyamanan dari berinvestasi dan mengadopsi produk-produk Islami seperti sukuk	3.786	4.000	1.000	5.000	1.003
	X4.3	Untuk kepuasan, saya berinvestasi pada produk syariah seperti sukuk	3.721	4.000	1.000	5.000	1.090
Harapan Terhadap Hasil	X5.1	Saya memilih sukuk untuk mengurangi risiko investasi	3.921	4.000	1.000	5.000	1.034
	X5.2	Saya berinvestasi sukuk untuk mendapatkan keuntungan	3.828	4.000	1.000	5.000	1.040
	X5.3	Saya lebih memilih investasi sukuk daripada saham umum jika menguntungkan	3.795	4.000	1.000	5.000	1.207
Pengaruh Lingkungan Sosial	X6.1	Rekan/rekan/teman saya berpikir bahwa saya perlu berinvestasi sukuk	3.312	3.000	1.000	5.000	1.181
	X6.2	Orang yang saya kenal berpikir bahwa menggunakan sukuk adalah ide yang bagus	3.488	4.000	1.000	5.000	1.145
	X6.3	Orang yang saya kenal, mempengaruhi saya untuk mencoba berinvestasi sukuk	3.330	3.000	1.000	5.000	1.172

Sumber: Data diolah menggunakan SmartPLS 3.3.9, 2022

Berdasarkan Tabel 9, diketahui bahwa rata-rata skor *mean* untuk variabel niat berinvestasi sukuk adalah 3,47. Hal ini menunjukkan secara umum persepsi responden masuk ke dalam kategori tinggi untuk melakukan investasi sukuk. Nilai *mean* tertinggi adalah pada pernyataan Y1 yaitu “Saya berniat untuk berinvestasi sukuk” dengan skor *mean* sebesar 3,72. Adapun skor *mean* terendah sebesar 3,26 terdapat pada pernyataan Y2 yaitu “Saya memperkirakan akan berinvestasi sukuk secara rutin”. Dari dua pernyataan tersebut terdapat persepsi bahwa responden banyak yang berniat investasi sukuk namun tidak secara rutin.

Rata-rata skor untuk variabel agama adalah 4,24. Hal ini menunjukkan secara umum persepsi responden masuk ke dalam kategori sangat tinggi untuk perspektif agama dalam berinvestasi. Nilai *mean* tertinggi adalah pada pernyataan X1.3 yaitu “Saya lebih suka menghindari investasi riba” dengan skor *mean* sebesar 4,42. Adapun skor *mean*

terendah sebesar 3,94 terdapat pada pernyataan X1.2 yaitu “Saya suka investasi sukuk karena motivasi agama”. Pernyataan tersebut juga memiliki nilai di bawah skor rata-rata variabel. Dari dua pernyataan dengan nilai *mean* tertinggi dan terendah, terdapat persepsi bahwa responden lebih suka investasi yang bebas riba namun terdapat motivasi lain (tidak hanya motivasi agama) ketika berinvestasi sukuk.

Diketahui bahwa rata-rata skor untuk variabel kompatibilitas adalah 3,55. Hal ini menunjukkan secara umum persepsi responden masuk ke dalam kategori tinggi untuk perspektif kompatibilitas dalam berinvestasi sukuk. Nilai *mean* ketiga indikator hampir sama, yaitu X2.1 sebesar 3,54, X2.2 sebesar 3,56, dan X2.3 sebesar 3,54. Nilai *mean* tertinggi adalah pada pernyataan X2.2 yaitu “Berinvestasi sukuk akan cocok dengan investasi yang ingin saya lakukan” dengan skor *mean* sebesar 3,56. Adapun skor *mean* terendah sebesar 3,54 terdapat pada pernyataan X2.1 dan X2.3.

Diketahui bahwa rata-rata skor untuk variabel pengaruh media massa adalah 3,66. Hal ini menunjukkan secara umum persepsi responden masuk ke dalam kategori tinggi untuk perspektif pengaruh media massa dalam berinvestasi. Nilai *mean* tertinggi adalah pada pernyataan X3.1 yaitu “Saya memperoleh informasi tentang sukuk dari media massa” dengan skor *mean* sebesar 3,94. Adapun skor *mean* terendah sebesar 3,51 terdapat pada pernyataan X3.2 yaitu “Informasi media tentang sukuk mempengaruhi keputusan saya”. Pernyataan tersebut juga memiliki nilai di bawah skor rata-rata variabel. Dari dua pernyataan dengan nilai *mean* tertinggi dan terendah, terdapat persepsi bahwa responden mengetahui sukuk dari media massa namun belum tentu terpengaruh untuk berinvestasi sukuk karena informasi dari media massa.

Diketahui bahwa rata-rata skor untuk variabel motivasi intrinsik adalah 3,69. Hal ini menunjukkan secara umum persepsi responden masuk ke dalam kategori tinggi untuk perspektif motivasi intrinsik dalam berinvestasi sukuk. Nilai *mean* tertinggi adalah pada pernyataan X4.2 yaitu “Saya mendapatkan banyak kenyamanan dari berinvestasi dan mengadopsi produk-produk islami seperti sukuk” dengan skor *mean* sebesar 3,79. Adapun skor *mean* terendah sebesar 3,58 terdapat pada pernyataan X4.1 yaitu “Investasi syariah seperti sukuk adalah bagian dari cara saya dalam menjalani hidup”. Pernyataan tersebut juga memiliki nilai di bawah skor rata-rata variabel. Dari dua pernyataan dengan nilai *mean* tertinggi dan terendah, terdapat persepsi bahwa responden mendapatkan kenyamanan dalam berinvestasi sukuk namun belum tentu menjadikan sukuk sebagai *way of life* dalam berinvestasi.

Berdasarkan Tabel 9, diketahui bahwa rata-rata skor untuk variabel harapan terhadap hasil adalah 3,85. Hal ini menunjukkan secara umum persepsi responden masuk ke dalam kategori tinggi untuk perspektif harapan terhadap hasil dalam berinvestasi sukuk. Nilai *mean* tertinggi adalah pada pernyataan X5.1 yaitu “Saya memilih sukuk untuk mengurangi risiko investasi” dengan skor *mean* sebesar 3,92. Adapun skor *mean* terendah sebesar 3,80 terdapat pada pernyataan X5.3 yaitu “Saya lebih memilih investasi sukuk daripada saham umum jika menguntungkan”. Pernyataan tersebut juga memiliki nilai di bawah skor rata-rata variabel. Dari dua pernyataan dengan nilai *mean* tertinggi dan terendah, terdapat persepsi bahwa responden memilih sukuk untuk menghindari

risiko investasi namun masih mempertimbangkan saham sebagai investasi yang menguntungkan.

Diketahui bahwa rata-rata skor *mean* untuk variabel pengaruh lingkungan sosial adalah 3,38. Hal ini menunjukkan secara umum persepsi responden masuk ke dalam kategori tinggi untuk perspektif pengaruh lingkungan sosial terhadap investasi sukuk. Nilai *mean* tertinggi adalah pada pernyataan X6.2 yaitu “Orang yang saya kenal berpikir bahwa menggunakan sukuk adalah ide yang bagus” dengan skor *mean* sebesar 3,49. Adapun skor *mean* terendah sebesar 3,31 terdapat pada pernyataan X6.1 yaitu “Rekan/rekan/teman saya berpikir bahwa saya perlu berinvestasi sukuk”. Dari dua pernyataan tersebut terdapat persepsi bahwa responden merasa orang-orang terdekat responden menganggap investasi sukuk adalah bagus namun belum tentu responden menganggap investasi tersebut perlu dilakukan.

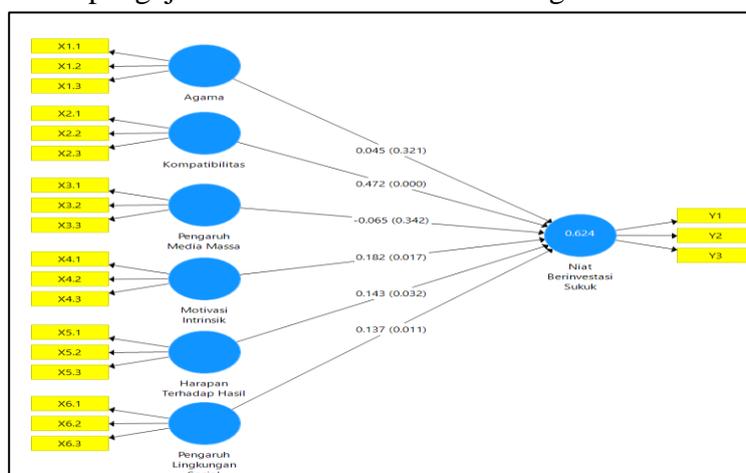
Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan analisis *path coefficients* hasil *output* aplikasi SmartPLS yang meliputi *Original Sample (O)* dan *P Values*. Adapun pengujian akan menjelaskan analisis hubungan langsung antara variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil pengujian hipotesis hubungan langsung antara variabel independen dengan variabel dependen yang diteliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 10 Hasil Pengujian Hipotesis

Hubungan Variabel	Original Sample (O)	P Values	Simpulan
Agama -> Niat Investasi Sukuk	0,045	0,321	Tidak Signifikan
Kompatibilitas -> Niat Investasi Sukuk	0,472	0,000	Signifikan
Media Massa -> Niat Investasi Sukuk	-0,065	0,342	Tidak Signifikan
Motivasi Intrinsik -> Niat Investasi Sukuk	0,182	0,017	Signifikan
Harapan Terhadap Hasil -> Niat Investasi Sukuk	0,143	0,032	Signifikan
Pengaruh Lingkungan Sosial -> Niat Investasi Sukuk	0,137	0,011	Signifikan

Sumber: Olah data hasil SmartPLS 3.3.9, 2022

Adapun hasil pengujian secara model adalah sebagai berikut:



Sumber: *output* SmartPLS 3.3.9, 2022

Gambar 3. Analisis *Path* dan *P Values*

Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan *output* dari aplikasi SmartPLS. Alat yang digunakan untuk menentukan pengujian hipotesis adalah *P Value*. Adapun *Original Sample* digunakan untuk mengetahui arah dan besaran pengaruh suatu variabel terhadap variabel lain. Kriteria yang digunakan ialah apabila signifikansi *P Value* di bawah 0,05 maka hubungan antar variabel yang diteliti bersifat signifikan (hipotesis didukung).

Pada penelitian ini, hasil pengujian sebagaimana pada Tabel 10 menunjukkan bahwa pengaruh variabel agama terhadap niat berinvestasi sukuk bernilai positif namun tidak signifikan. Pengaruh positif didasarkan pada nilai *Original Sample* yang positif yaitu 0,045. Namun demikian pengaruh tersebut tidak signifikan karena nilai signifikansi *P Value* variabel agama sebesar 0,321 atau melebihi nilai kriteria signifikansi 0,05. Berdasarkan hasil tersebut, maka hipotesis 1 (H_1) yang menyatakan bahwa agama memiliki pengaruh signifikan dengan niat berinvestasi sukuk pada penelitian ini ditolak.

Temuan pada penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian Khan, Khan, et al (2020) yang menyatakan bahwa selain menjadi variabel independen yang menentukan niat investasi sukuk, variabel agama juga menjadi variabel moderasi yang bersifat signifikan. Atribut keagamaan tidak memiliki pengaruh signifikan dalam keputusan investasi sukuk karena karakteristik dari investor saat ini yang tidak memandang atribut keagamaan sebagai suatu aspek penting dalam melakukan investasi meskipun pada produk syariah. Dalam melakukan investasi, investor mempertimbangkan banyak aspek dan kriteria, tidak hanya karena keyakinan agamanya. Pada penelitian ini, variabel-variabel lain lebih berpengaruh dalam niat berinvestasi sukuk daripada aspek agama.

Faktor lain yang menyebabkan variabel agama dalam penelitian ini tidak berpengaruh signifikan dalam berinvestasi sukuk antara lain karena karakteristik responden yang merupakan investor pasar modal secara umum. Responden sebagai pelaku pasar modal tidak hanya berinvestasi produk syariah saja namun juga produk-produk investasi lain yang tidak memandang faktor agama. Pelaku pasar modal yang berinvestasi sukuk pada penelitian ini hanya 34% dari jumlah keseluruhan responden.

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 10, variabel kompatibilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat berinvestasi sukuk. Pengaruh positif kompatibilitas tercermin dari nilai *Original Sample* yang positif yaitu 0,472. Adapun pengaruh yang signifikan digambarkan oleh nilai signifikansi *P Value* sebesar 0,000 atau di bawah kriteria signifikansi yang ditetapkan sebesar 0,05. Semakin di bawah batas kriteria *P Values* maka semakin signifikan pengaruhnya. Dengan demikian, hipotesis 2 (H_2) yang menyatakan bahwa kompatibilitas memiliki pengaruh signifikan dengan niat berinvestasi sukuk diterima.

Temuan pada penelitian ini sesuai dengan penelitian Khan, Khan, et al (2020) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara kompatibilitas dengan niat berinvestasi sukuk di Pakistan. Kompatibilitas yang dimaksud adalah ketika seseorang menganggap investasi yang dilakukan telah sesuai dengan tindakan, gaya hidup, dan cara berpikir mereka. Sebagian investor memiliki gaya hidup berinvestasi sesuai dengan prinsip syariah. Sukuk memberikan peluang bagi investor yang menginginkan investasi

sesuai gaya hidup tersebut. Kompatibilitas ini akan mempengaruhi niat investor di negara mayoritas muslim.

Selain itu, gaya hidup berinvestasi meningkatkan potensi investor untuk melakukan diversifikasi investasi salah satunya terhadap investasi yang bersifat aman seperti sukuk negara. Dalam rangka kompatibilitas, untuk menyesuaikan dengan gaya hidup saat ini, para penerbit sukuk berupaya memberi kemudahan dalam bertransaksi investasi sukuk. Diantara upaya tersebut adalah kemudahan bertransaksi sukuk secara *online*, proyek sukuk untuk tema lingkungan (*green* sukuk), sukuk tabungan, sukuk infrastruktur, sukuk wakaf.

Pada penelitian ini, hasil pengujian sebagaimana pada Tabel 10 menunjukkan bahwa pengaruh variabel pengaruh media massa terhadap niat berinvestasi sukuk bernilai negatif dan tidak signifikan. Pengaruh negatif didasarkan pada nilai *Original Sample* yang minus yaitu -0,065. Namun demikian pengaruh tersebut tidak signifikan karena nilai signifikansi *P Value* variabel pengaruh media massa sebesar 0,342 atau melebihi nilai kriteria signifikansi 0,05. Dalam hal ini, semakin besar nilai *P Value* melebihi kriteria maka semakin kecil signifikansi pengaruhnya. Berdasarkan hasil tersebut, maka hipotesis 3 (H_3) yang menyatakan bahwa pengaruh media massa memiliki pengaruh signifikan dengan niat berinvestasi sukuk pada penelitian ini ditolak.

Hasil pada penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian Khan, Khan, et al (2020) yang mendokumentasikan pengaruh signifikan media massa terhadap niat investasi sukuk. Temuan pada penelitian ini mengindikasikan bahwa informasi dari media massa bukan merupakan sarana utama yang mempengaruhi investor dalam niat berinvestasi sukuk. Sosialisasi penerbitan sukuk dan informasi investasi tidak hanya dapat diketahui dari media massa tetapi dari sarana lain seperti pengaruh lingkungan atau komunitas, layanan perbankan, dan aplikasi investasi *online*.

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 10, variabel motivasi intrinsik memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat berinvestasi sukuk. Pengaruh positif kompatibilitas tercermin dari nilai *Original Sample* yang positif yaitu 0,182. Adapun pengaruh yang signifikan digambarkan oleh nilai signifikansi *P Value* sebesar 0,017 atau di bawah kriteria signifikansi yang ditetapkan sebesar 0,05. Semakin di bawah batas kriteria *P Value* maka semakin signifikan pengaruhnya. Dengan demikian, hipotesis 4 (H_4) yang menyatakan bahwa motivasi intrinsik memiliki pengaruh signifikan dengan niat berinvestasi sukuk diterima.

Temuan pada penelitian ini sesuai dengan riset Khan, Khan, et al., (2020) yang menunjukkan bahwa motivasi intrinsik memiliki pengaruh signifikan terhadap niat investor untuk berinvestasi sukuk. Motivasi intrinsik investor sukuk diantaranya karena mendapat kepuasan, kenyamanan, dan kemudahan dalam berinvestasi. Metode penjualan sukuk secara *online* saat ini dan melalui perbankan mitra distribusi sukuk negara semakin memberi kemudahan dan kenyamanan investor dalam bertansaksi. Kemudahan dalam berinvestasi dan keuntungan yang lain akan meningkatkan kepuasan bagi investor. Adanya beberapa fitur sukuk juga meningkatkan kepuasan dan ketertarikan bagi investor (Duqi & Al-Tamimi, 2019). Terkait dengan hal tersebut, fitur sukuk negara seperti sukuk

ritel, sukuk tabungan, dan sukuk wakaf dapat meningkatkan niat investor dalam berinvestasi sukuk.

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 10, variabel harapan terhadap hasil memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat berinvestasi sukuk. Pengaruh positif harapan terhadap hasil tercermin dari nilai *Original Sample* yang positif yaitu 0,143. Adapun pengaruh yang signifikan digambarkan oleh nilai signifikansi *P Value* sebesar 0,032 atau di bawah kriteria signifikansi yang ditetapkan sebesar 0,05. Semakin di bawah dari batas kriteria *P Value* maka semakin signifikan pengaruhnya. Dengan demikian, hipotesis 5 (H_5) yang menyatakan bahwa harapan terhadap hasil memiliki pengaruh signifikan dengan niat berinvestasi sukuk diterima.

Salah satu tujuan investasi adalah untuk memperoleh keuntungan atau imbal hasil. Untuk mendapatkan tujuan tersebut, investor akan mempertimbangkan *risk and return* atas investasi yang dilakukan. Perlunya diversifikasi investasi, membuat investor akan menaruh sebagian investasinya pada produk yang aman sebagai *buffer* investasi lain yang berisiko. Sukuk memiliki kecenderungan risiko yang relatif rendah dengan pengembalian yang stabil (Duqi & Al-Tamimi, 2019). Investor juga cenderung membandingkan *risk* dan *yield* antara obligasi konvensional dan obligasi syariah (sukuk). Beberapa pertimbangan tersebut menjadikan harapan terhadap hasil sebagai faktor penentu signifikan dalam niat berinvestasi sukuk.

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 10, variabel pengaruh lingkungan sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat berinvestasi sukuk. Pengaruh positif variabel pengaruh lingkungan sosial tercermin dari nilai *Original Sample* yang positif yaitu 0,137. Adapun pengaruh yang signifikan digambarkan oleh nilai signifikansi *P Value* sebesar 0,011 atau di bawah kriteria signifikansi yang ditetapkan sebesar 0,05. Semakin di bawah batas kriteria *P Value* maka semakin signifikan pengaruhnya. Dengan demikian, hipotesis 6 (H_6) yang menyatakan bahwa pengaruh lingkungan sosial memiliki pengaruh signifikan dengan niat berinvestasi sukuk diterima.

Hasil pada penelitian ini sesuai dengan penelitian Khan, Khan, et al (2020) yang membuktikan bahwa pengaruh lingkungan sosial berdampak positif dan signifikan pada niat berinvestasi sukuk. Pengaruh komunitas sosial sangat memberikan pertimbangan pada keinginan melakukan sesuatu termasuk dalam hal investasi. Fenomena saat ini membuktikan bahwa kekuatan jejaring dan lingkungan sosial sangat kuat mempengaruhi individu atau kelompok. Beberapa perusahaan investasi memanfaatkan para *social influencer* yang memiliki *follower* berjumlah banyak untuk melakukan persuasi. Pengaruh dari *social influencer* dapat mempengaruhi kelompok terdekat dan juga masyarakat yang berinteraksi untuk melakukan investasi. Di sisi lain, pengaruh lingkungan sosial berguna bagi investor pemula yang belum memiliki pengalaman. Dengan adanya saran dan pertimbangan dari lingkungan sosial, investor dapat mengambil keputusan *take it or leave it* dalam berinvestasi.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dan pembahasan sebelumnya, terdapat beberapa

kesimpulan sebagai berikut:

1. Agama memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap niat berinvestasi sukuk.
2. Kompatibilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan dengan niat berinvestasi sukuk.
3. Pengaruh media massa memiliki pengaruh negatif namun tidak signifikan dengan niat berinvestasi sukuk.
4. Motivasi intrinsik memiliki pengaruh positif dan signifikan dengan niat berinvestasi sukuk.
5. Harapan terhadap hasil memiliki pengaruh positif dan signifikan dengan niat berinvestasi sukuk.
6. Pengaruh lingkungan sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan dengan niat berinvestasi sukuk.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulkareem, I. A., Mahmud, M. S., & Oyetunji, A. M. (2021). Factors influencing Nigerians to invest in Sukuk for infrastructure development. *Journal of Emerging Economies and Islamic Research*, 9(2), 57. <https://doi.org/10.24191/jeeir.v9i2.13212>
- Ahmed, E. R., Islam, M. A., Alabdullah, T. T. Y., & Amran, A. bin. (2019). A qualitative analysis on the determinants of legitimacy of sukuk. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 10(3). <https://doi.org/10.1108/JIABR-01-2016-0005>
- Aloui, C., Hammoudeh, S., & Hamida, H. ben. (2015). Co-movement between sharia stocks and sukuk in the GCC markets: A time-frequency analysis. *Journal of International Financial Markets, Institutions and Money*, 34. <https://doi.org/10.1016/j.intfin.2014.11.003>
- Ashidiqi, C., & Arundina, T. (2017). Indonesia Students's intention to invest in Sukuk: Theory of planned behaviour approach. *International Journal of Economic Research*, 14(15), 395-407. https://www.researchgate.net/publication/321704998_Indonesia_Students's_intention_to_invest_in_Sukuk_Theory_of_planned_behaviour_approach
- Azis, M. A., Wardhani, A. M., Pradivta, I. W. N. B., & Prahasto, S. (2021). ANALYSIS OF FACTORS AFFECTING THE DEMAND OF RETAIL SUKUK. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IJJSE)*, 3(2), 149–164. <https://doi.org/10.31538/ijse.v3i2.1074>
- Boateng, H., Adam, D. R., Okoe, A. F., & Anning-Dorson, T. (2016). Assessing the determinants of internet banking adoption intentions: A social cognitive theory perspective. *Computers in Human Behavior*, 65. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.09.017>
- DJPPR. (2020). *Buletin Sahabat Sukuk Negara*. 1(1). <https://www.djppr.kemenkeu.go.id/page/load/3183>
- Duqi, A., & Al-Tamimi, H. (2019). Factors affecting investors' decision regarding investment in Islamic Sukuk. *Qualitative Research in Financial Markets*, 11(1), 60–

72. <https://doi.org/10.1108/QRFM-01-2018-0009>
- Fitriati, R., & Fathurahman, H. (2013). Comparative analysis of return on sukuk and conventional bonds. *American Journal of Economics*, 2013(3), 159–163. <https://doi.org/10.5923/j.economics.20130303.05>
- Gu, D., Khan, S., Khan, I. U., & Khan, S. U. (2019). Understanding mobile tourism shopping in Pakistan: An integrating framework of innovation diffusion theory and technology acceptance model. *Mobile Information Systems*, 2019. <https://doi.org/10.1155/2019/1490617>
- Gunawan, D. D., & Huarng, K. H. (2015). Viral effects of social network and media on consumers' purchase intention. *Journal of Business Research*, 68(11). <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.06.004>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Second Edition. In *California: Sage*.
- Himel, Md. T. A., Ashraf, S., Bappy, T. A., Abir, M. T., Morshed, M. K., & Hossain, Md. N. (2021). Users' attitude and intention to use mobile financial services in Bangladesh: an empirical study. *South Asian Journal of Marketing*, 2(1), 72–96. <https://doi.org/10.1108/sajm-02-2021-0015>
- Ghozali, I. (2008). *Strutural Equation Modeling (edisi ke-2)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haryono, S. (2016). Metode SEM Untuk Penelitian Manajemen dengan AMOS 22.00, LISREL 8.80 dan Smart PLS 3.0. Bekasi: PT Intermedia Personalia Utama
- KBBI. (2021). <https://kbbi.web.id/religiositas>.
- KBBI. (2022a). <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/media%20massa>.
- KBBI. (2022b). <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/niat>.
- Khan, A., Rashid, H.A., Yaqub, R., M., S., & Abbas, S. (2020). Determinants of Customer Perception about adoption of Islamic Insurance (Takaful) in Pakistan. *Journal of Business and Social Review in Emerging Economies*, 6(4), 1505–1516. <https://doi.org/10.26710/jbsee.v6i4.1485>
- Khan, Khan, I. U., Khan, I., Din, S. U., & Khan, A. U. (2020). Evaluating şukūk investment intentions in Pakistan from a social cognitive perspective. *ISRA International Journal of Islamic Finance*, 12(3), 347–365. <https://doi.org/10.1108/IJIF-12-2019-0194>
- Khan, Liu, X., Khan, I. U., Liu, C., & Hameed, Z. (2020). Measuring the Effects of Risk and Cultural Dimensions on the Adoption of Online Stock Trading. In *Foreign Direct Investments* (pp. 1219–1243). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-2448-0.ch053>
- Ladamay, A. Z. F., Supriyanto, T., & Nugraheni, S. (2021). Pengaruh Media Sosial, Literasi Keuangan, Risiko, Imbal Hasil, dan Religiusitas Terhadap Minat Berinvestasi Sukuk Generasi Z di Jakarta. *Islamic Economics Journal*, 7(2). <https://doi.org/10.21111/iej.v7i2.6552>
- Mindra, R., Bananuka, J., Kaawaase, T., Namaganda, R., & Teko, J. (2022). Attitude and

- Islamic banking adoption: moderating effects of pricing of conventional bank products and social influence. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 13(3). <https://doi.org/10.1108/JIABR-02-2021-0068>
- Mohammadi, H. (2015). A study of mobile banking usage in Iran. *International Journal of Bank Marketing*, 33(6). <https://doi.org/10.1108/IJBM-08-2014-0114>
- Njuguna, P. K., Namusonge, G. S., & Kanali, C. (2016). Determinant of investment intention: An individual retail investor's perspective from Nairobi Securities Exchange. *International Journal of Arts and Commerce*, 5(6), 120–132. https://www.ijac.org.uk/images/frontImages/gallery/Vol._5_No._6/11._120-132.PDF
- Rana, N. P., & Dwivedi, Y. K. (2015). Citizen's adoption of an e-government system: Validating extended social cognitive theory (SCT). *Government Information Quarterly*, 32(2), 172–181. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2015.02.002>
- Ratten, V. (2012). Social Cognitive Theory in Mobile Banking Innovations. In *Mobile Applications and Knowledge Advancements in E-Business*. <https://doi.org/10.4018/978-1-4666-1960-9.ch003>
- Riaz, U., Khan, M., & Khan, N. (2017). An Islamic banking perspective on consumers' perception in Pakistan. *Qualitative Research in Financial Markets*, 9(4). <https://doi.org/10.1108/QRFM-03-2017-0020>
- Saputri, W., & Nurwahidin. (2021). FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN INVESTASI GENERASI MILENIAL PADA PRODUK SYARIAH DI PASAR MODAL. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 4(2), 423–430. [https://doi.org/10.25299/jtb.2021.vol4\(2\).7805](https://doi.org/10.25299/jtb.2021.vol4(2).7805)
- Schmidt, A. (2019). The impact of cognitive style, consumer demographics and cultural values on the acceptance of Islamic insurance products among American consumers. *International Journal of Bank Marketing*, 37. <https://doi.org/10.1108/IJBM-02-2018-0033>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tauni, M. Z., Fang, H. X., & Iqbal, A. (2017). The role of financial advice and word-of-mouth communication on the association between investor personality and stock trading behavior: Evidence from Chinese stock market. *Personality and Individual Differences*, 108. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2016.11.048>
- Yoo, S. J., Han, S., & Huang, W. (2012). The roles of intrinsic motivators and extrinsic motivators in promoting e-learning in the workplace: A case from South Korea. *Computers in Human Behavior*, 28(3), 942–950. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2011.12.015>
- Zamani, A., Bagher, M., & Talatapeh, B. (2014). Discussion of the Motivation in the Islamic and Non-Islamic Worlds. *J. Appl. Environ. Biol. Sci*, 4(4). [https://www.textroad.com/pdf/JAEBS/J.%20Appl.%20Environ.%20Biol.%20Sci.,%204\(4\)68-73,%202014.pdf](https://www.textroad.com/pdf/JAEBS/J.%20Appl.%20Environ.%20Biol.%20Sci.,%204(4)68-73,%202014.pdf)

