

**PENGARUH RELIGIUSITAS, KELOMPOK ACUAN, DAN
PENGETAHUAN TERHADAP KEPUTUSAN INVESTASI
MAHASISWA FEBI UIN SUNAN AMPEL SURABAYA DI
PASAR MODAL SYARIAH DENGAN MINAT SEBAGAI
VARIABEL *INTERVENING***

TESIS

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Magister
dalam Program Studi Ekonomi Syariah**



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

Oleh

**MIFTACHUS SURUR
NIM. F02419128**

**PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA**

2021

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini saya:

Nama : Miftachus Surur

NIM : F02419128

Program : Magister (S-2)

Institusi : Pascasarjana UIN Sunan Ampel Surabaya

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa TESIS ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Lamongan, 9 Juli 2021

Saya yang menyatakan,



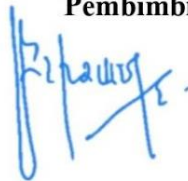
Miftachus Surur

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Tesis berjudul “Pengaruh Religiusitas, Kelompok Acuan dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa FEBI UIN Sunan Ampel Surabaya di Pasar Modal Syariah Dengan Minat Sebagai Variabel Intervening” yang ditulis oleh Miftachus Surur ini telah disetujui pada tanggal 9 Juli 2021

Oleh:

Pembimbing I



Dr. Hj. Fatmah, S.T., M.M.
NIP. 197507032007012020

Pembimbing II




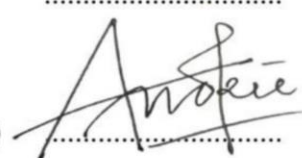


Dr. H. Abdul Hakim, M.E.I.
NIP. 197008042005011003

PENGESAHAN TIM PENGUJI TESIS

Tesis berjudul “Pengaruh Religiusitas, Kelompok Acuan, dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa FEBI UIN Sunan Ampel Surabaya di Pasar Modal syariah dengan Minat Sebagai Variabel *Intervening*” yang ditulis oleh Miftachus Surur ini telah diuji pada tanggal 28 Juli 2021

Tim Penguji

- | | | |
|---------------------------------------|--------------|--|
| 1. Dr. Hj. Fatmah, S.T., M.M. | (Ketua) | 
..... |
| 2. Dr. H. Abdul Hakim, M.E.I. | (Sekretaris) | 
..... |
| 3. Dr. Ir. Muhamad Ahsan, M.M. | (Penguji I) | 
..... |
| 4. Dr. Andriani Samsuri, S.Sos., M.M. | (Penguji II) | 
..... |

Surabaya, 29 Juli 2021

Direktur,



Prof. Dr. H. Aswadi, M.Ag.

NIP.196004121994031001



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
 E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
 KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : MIFTACHUS SURUR
 NIM : F02419128
 Fakultas/Jurusan : MAGISTER EKONOMI SYARIAH
 E-mail address : elshonick@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Pengaruh Religiusitas, Kelompok Acuan, dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa FEB1 UIN Sunan Ampel Surabaya di Pasar Modal Syariah dengan Minat Sebagai Variabel Intervening.

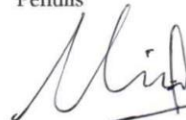
beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 07 Agustus 2021

Penulis



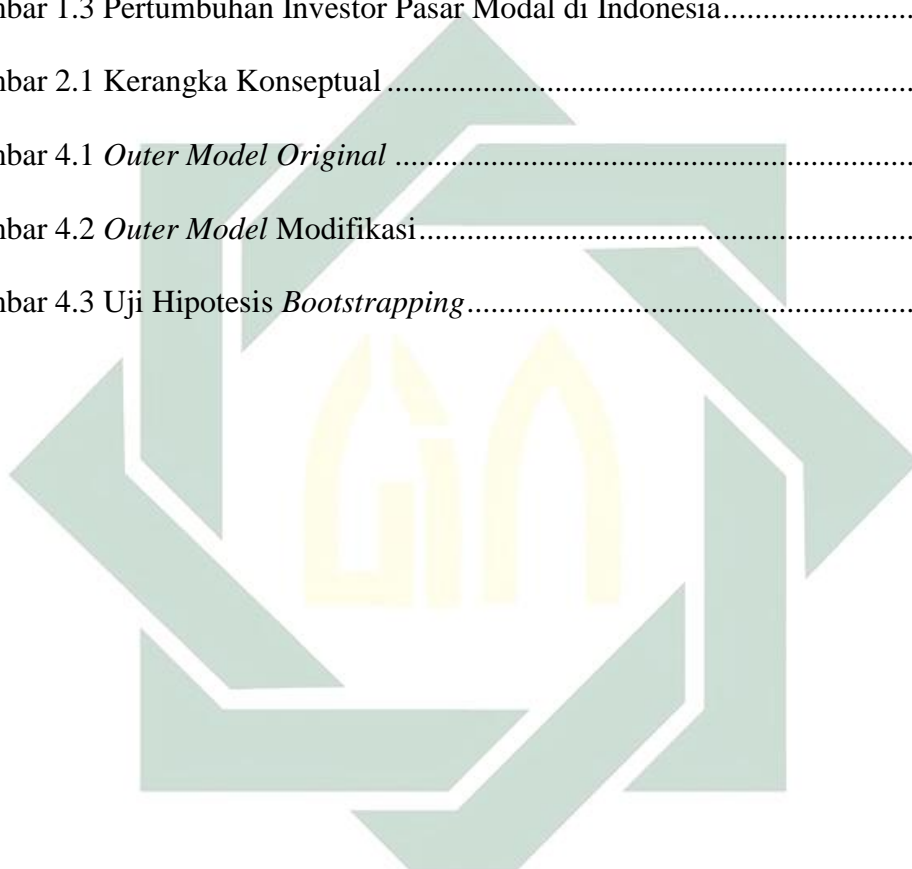
(MIFTACHUS SURUR)

nama terang dan tanda tangan

A. Jenis Penelitian.....	57
B. Waktu dan Tempat Penelitian	57
C. Populasi dan Sampel	68
D. Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data.....	59
E. Variabel Penelitian	60
F. Definisi Operasional.....	60
G. Teknik Analisis Data	62
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA.....	68
A. Deskripsi Umum Objek Penelitian.....	68
B. Analisis Data	75
BAB V PEMBAHASAN	91
A. Pengaruh Religiusitas (X1) Terhadap Keputusan (Y).....	91
B. Pengaruh Kelompok Acuan (X2) Terhadap Keputusan (Y)	93
C. Pengaruh Pengetahuan (X3) Terhadap Keputusan Investasi (Y).....	95
D. Pengaruh Minat (Z) Terhadap Keputusan (Y)	97
E. Pengaruh Religiusitas (X1) Terhadap Keputusan (Y) Dengan Minat (Z) Sebagai Variabel <i>Intervening</i>	99
F. Pengaruh Kelompok Acuan (X2) Terhadap Keputusan (Y) Dengan Minat (Z) Sebagai Variabel <i>Intervening</i>	100
G. Pengaruh Pengetahuan (X3) Terhadap Keputusan (Y) Dengan Minat (Z) Sebagai Variabel <i>Intervening</i>	102
BAB VI PENUTUP	104
A. Kesimpulan.....	104

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perkembangan Saham Syariah di Indonesia	2
Gambar 1.2 Perkembangan Sukuk dan Reksadana Syariah di Indonesia.....	3
Gambar 1.3 Pertumbuhan Investor Pasar Modal di Indonesia.....	4
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	55
Gambar 4.1 <i>Outer Model Original</i>	75
Gambar 4.2 <i>Outer Model Modifikasi</i>	75
Gambar 4.3 Uji Hipotesis <i>Bootstrapping</i>	86



diantaranya yang dilakukan oleh Widha Anggun Sulistya,²⁷ dan Nellyaningsih dan Rahmat Hidayat²⁸ menunjukkan bahwa kelompok acuan berpengaruh signifikan terhadap keputusan, namun penelitian lain yang dilakukan oleh Melina Agustina Rahayu, Mustika Widowati, dan Jati Handayani²⁹ menunjukkan bahwa kelompok acuan tidak berpengaruh terhadap keputusan

Mengingat UIN Sunan Ampel Surabaya merupakan salah satu perguruan tinggi islam besar di Jawa Timur dengan berbagai fakultas dan prodi keislaman yang ada, sudah selayaknya menjadi salah satu ujung tombak pengembangan industri keuangan syariah di Indonesia. Seperti yang kita tahu UIN Sunan Ampel Surabaya memiliki GIS yang diprakarsai oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, GIS tersebut berhasil menjuarai *challenge* kategori keaktifan dalam pengembangan dan inovasi yang diadakan oleh BEI secara 2 tahun beruntun, di antara pengembangan dan inovasinya adalah As Salam yakni gerakan nabung saham modal sampah yang dikembangkan pada tahun 2019,³⁰ kemudian pada tahun 2020 GIS FEBI UIN Sunan Ampel kembali launching SCALLA (*Sharia Capital Market Literacy*

²⁷ Widha Anggun Sulistya, "Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Promosi, dan Kelompok Acuan Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Handphone Android (Pada Mahasiswa Manajemen FEB UNDIP Semarang)" (Skripsi - Universitas Diponegoro, 2014), 91.

²⁸ Nellyaningsih dan Hidayat Rahmat, "Analisis Pengaruh Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Asuransi," *Journal of Chemical Information and Modeling* 53, no. 9 (2019): 154.

²⁹ Melina Agustina Rahayu, Mustika Widowati, dan Jati Handayani, "Analisis Pengaruh Perilaku Konsumtif, Motivasi, Kelompok Referensi dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Menabung," *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking* 2, no. 2 (2021): 157, <https://doi.org/10.31000/almaal.v2i2.3201>.

³⁰ rri.co.id, "Tingkatkan Jumlah Investor Aktif, BEI dan UINSA Kolaborasi melalui Program AsSALAM - Ekonomi |," diakses 7 Maret 2021, <https://rri.co.id/ekonomi/720022/tingkatkan-jumlah-investor-aktif-bei-dan-uinsa-kolaborasi-melalui-program-assalam>.

Application) yakni sebuah sistem aplikasi literasi pasar modal syariah terintegrasi berbasis teknologi, sistem aplikasi tersebut bertujuan untuk memberikan edukasi dan sosialisasi tentang pasar modal syariah kepada mahasiswa khususnya dan masyarakat pada umumnya.³¹ GIS FEBI UIN Sunan Ampel Surabaya juga selalu menjadi rujukan terdepan bagi berbagai GIS yang ada di Indonesia, track record yang bagus dan jumlah investor yang membludak hingga mencapai 9785 investor per tanggal 29 April 2021 menjadi poin tersendiri bagi GIS ini, namun miris, jumlah investor sebanyak itu ternyata didominasi oleh mahasiswa dari kampus lain sedangkan jumlah investor aktif dari mahasiswa FEBI UIN Sunan Ampel sendiri hanya sekitar 400 investor.³²

Mahasiswa FEBI UIN Sunan Ampel Surabaya memang lebih dekat dengan masalah keuangan terutama investasi yang berbasis syariah, berbagai edukasi terkait pengetahuan investasi baik dari kampus maupun BEI pasti telah menjadi konsumsi setiap hari, disamping itu ketaatan beragama dan pengaruh tokoh idolanya sedikit banyak pastinya mempengaruhi keputusan mereka untuk berinvestasi di pasar modal syariah apabila disertai juga dengan minat yang kuat, sebagaimana hasil penelitian dari Muhammad Fakhrol³³ dan

³¹ kabargress.com, “GIS BEI FEBI UINSA Launching Sharia Capital Market Literacy Application,” diakses 4 Maret 2021, <http://kabargress.com/2020/09/29/gis-bei-febi-uinsa-launching-sharia-capital-market-literacy-application/>.

³² Fatmah, Cerita Ketua Galeri Investasi Syariah dalam Ujian Proposal Miftachus Surur. 29 April 2021

³³ Muhammad Fakhrol, “Pengaruh Kelompok Rujukan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada Konsumen Produk Herbal” (Skripsi -- UIN Alauddin Makassar, 2018), 79.

4. Apakah minat berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi Mahasiswa FEBI UINSA di pasar modal syariah?
5. Apakah religiusitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi Mahasiswa FEBI UINSA di pasar modal syariah dengan minat sebagai variabel *intervening*?
6. Apakah kelompok acuan berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi Mahasiswa FEBI UINSA di pasar modal syariah dengan minat sebagai variabel *intervening*?
7. Apakah pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi Mahasiswa FEBI UINSA di pasar modal syariah dengan minat sebagai variabel *intervening*?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh religiusitas terhadap keputusan investasi Mahasiswa FEBI UINSA di pasar modal syariah.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kelompok acuan terhadap keputusan investasi Mahasiswa FEBI UINSA di pasar modal syariah.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pengetahuan terhadap keputusan investasi Mahasiswa FEBI UINSA di pasar modal syariah.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh minat terhadap keputusan investasi Mahasiswa FEBI UINSA di pasar modal syariah.

5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh religiusitas terhadap keputusan investasi Mahasiswa FEBI UINSA di pasar modal syariah dengan minat sebagai variabel *intervening*.
6. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kelompok acuan terhadap keputusan investasi Mahasiswa FEBI UINSA di pasar modal syariah dengan minat sebagai variabel *intervening*.
7. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pengetahuan terhadap keputusan investasi Mahasiswa FEBI UINSA di pasar modal syariah dengan minat sebagai variabel *intervening*.

D. Kegunaan Penelitian

1. Secara teoritis, dapat digunakan untuk menambah khazanah ilmu dalam dunia pendidikan, khususnya perilaku konsumen yang berkaitan dengan keputusan mahasiswa berinvestasi.
2. Secara praktis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat mempengaruhi keputusan para pembaca baik mahasiswa maupun masyarakat untuk melakukan investasi pada pasar modal syariah guna mengembangkan keuangan syariah di Indonesia.
 - b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi berbagai pihak baik perguruan tinggi, Bursa Efek Indonesia, dan pemerintah dalam menganalisis dan mengetahui faktor apa yang paling signifikan dalam

pembayaran sewa dan/atau upah (ujrah) tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan objek ijarah itu sendiri.

- 2) Istishna, yaitu perjanjian antara pihak pemesan atau pembeli dengan pihak pembuat atau penjual untuk membuat objek istishna yang dibeli oleh pihak pemesan atau pembeli dengan kriteria, persyaratan, dan spesifikasi yang telah disepakati kedua belah pihak.
- 3) Kafalah, yaitu perjanjian antara pihak penjamin dengan pihak yang dijamin untuk menjamin kewajiban pihak yang dijamin kepada pihak lain (makfuul lahu/orang yang berpiutang).
- 4) Mudharabah, yaitu perjanjian kerjasama antara pihak pemilik modal dan pihak pengelola usaha dengan cara pemilik modal menyerahkan modal dan pengelola usaha mengelola modal tersebut dalam suatu usaha.
- 5) Musyarakah, yaitu perjanjian kerjasama antara dua pihak atau lebih dengan cara menyertakan modal baik dalam bentuk uang maupun bentuk aset lainnya untuk melakukan suatu usaha.
- 6) Wakalah, yaitu perjanjian antara pihak pemberi kuasa dengan pihak penerima kuasa (wakil) dengan cara pihak pemberi kuasa (muwakkil) memberikan kuasa kepada pihak penerima kuasa (wakil) untuk melakukan tindakan atau perbuatan tertentu.

perusahaan efek, dan pihak lainnya yang melakukan kegiatan di sektor pasar modal.

- 7) Konsultan hukum, yaitu pihak yang memberikan pendapat hukum kepada pihak lain.
- 8) Penilai, yaitu pihak yang melakukan penilaian kegiatan di pasar modal, ruang lingkup kegiatan penilaian yang dilakukan penilai di pasar modal meliputi penilaian properti dan penilaian bisnis.
- 9) Notaris, yaitu pihak yang berperan memberikan jasa, khususnya dalam rangka pembuatan dokumen yang berkekuatan hukum (*legal document*) terkait kegiatan dan produk di pasar modal.
- 10) Manajer Investasi, yaitu Manajer investasi merupakan pihak di pasar modal yang berkegiatan dalam pengelolaan reksa dana termasuk reksa dana syariah.
- 11) Ahli Syariah Pasar Modal, yaitu pihak yang memiliki peran dalam memberikan nasihat, saran, dan mengawasi pemenuhan prinsip syariah terhadap pihak yang melakukan kegiatan syariah di pasar modal.

Para pelaku dalam pasar modal syariah harus benar-benar melakukan tugasnya berdasarkan prinsip syariah, karena seluruh aktivitas yang terjadi di pasar modal syariah merupakan aspek penting dalam rangka pemenuhan kriteria syariah di pasar modal. Aspek penting tersebut merupakan larangan yang harus dihindari dalam tata

- a. Merasa senang, apabila seorang investor memiliki perasaan senang terhadap hal-hal yang berkaitan dengan investasi di pasar modal syariah.
- b. Keterlibatan, ketertarikan seseorang akan obyek yang mengakibatkan orang tersebut senang dan tertarik untuk melakukan investasi di pasar modal syariah seperti mengikuti sekolah pasar modal syariah ataupun diskusi tentang investasi di pasar modal syariah.
- c. Ketertarikan, berhubungan dengan daya dorong seseorang terhadap ketertarikan pada sesuatu benda, orang, kegiatan atau bias berupa pengalaman afektif yang dirangsang oleh kegiatan itu sendiri. Seperti antusias untuk selalu mengikuti kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan pasar modal syariah.
- d. Perhatian, perhatian siswa merupakan konsentrasi seseorang terhadap pengamatan dan pengertian, dengan mengesampingkan yang lain. Seperti selalu update tentang hal-hal yang berhubungan dengan pasar modal syariah.

B. Penelitian Terdahulu

1. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan

a. Religiusitas

2) Siti Mar'atur Rosyidah dan Wiwik Lestari (2013)

Penelitian Siti Mar'atur Rosyidah dan Wiwik Lestari yang berjudul “Religiusitas dan Persepsi Risiko Dalam Pengambilan Keputusan Investasi Pada Perspektif *Gender*”, tujuan penelitian tersebut adalah untuk mengetahui pengaruh religiusitas dan persepsi risiko dalam pengambilan keputusan investasi pada perspektif *gender*. Hasil dari penelitian tersebut adalah religiusitas dan persepsi risiko tidak berpengaruh pada pengambilan keputusan investasi. Selain itu, jenis kelamin tidak terbukti sebagai moderator. Hal ini menunjukkan bahwa pria dan wanita memiliki persepsi yang sama terhadap risiko ketika mereka membuat keputusan investasi.

Persamaan tesis ini dengan penelitian Rosyidah dan Lestari adalah keduanya sama-sama membahas pengaruh religiusitas terhadap keputusan investasi, sedangkan perbedaannya adalah tesis ini membahas keputusan investasi pada pasar modal syariah yang dilihat dari religiusitas, kelompok acuan, pengetahuan dengan variabel mediasi minat sedangkan penelitian Rosyidah dan Lestari membahas keputusan investasi wirausahawan secara umum yang dilihat dari religiusitas dan persepsi risiko dengan variabel mediasi *gender*.

3) Fatmah (2005)

Penelitian yang dilakukan oleh fatmah (2005) yang berjudul “Pengaruh Persepsi Religiusitas, Kualitas Layanan dan Inovasi Produk Terhadap Kepercayaan dan Komitmen serta Loyalitas Nasabah Bank Umum Syariah di Jawa Timur.” Tujuan penelitian tersebut adalah untuk membuktikan dan menganalisis persepsi religiusitas, kualitas layanan dan inovasi produk terhadap kepercayaan dan komitmen serta loyalitas nasabah bank umum syariah di Jawa Timur. Hasil dari penelitian tersebut adalah secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara persepsi religiusitas, kualitas layanan dan inovasi produk terhadap kepercayaan dan komitmen serta loyalitas nasabah bank umum syariah di Jawa Timur.

Persamaan tesis ini dengan penelitian Fatmah adalah keduanya sama-sama membahas pengaruh konstruk religiusitas terhadap perilaku konsumen menggunakan analisis SEM. Sedangkan perbedaannya adalah (1) objek penelitian pada tesis ini adalah investor pasar modal syariah sedangkan objek penelitian Fatmah adalah nasabah bank umum syariah. (2) tesis ini membahas keputusan investasi pada pasar modal syariah yang dilihat dari religiusitas, kelompok acuan, pengetahuan dengan variabel mediasi minat sedangkan penelitian Fatmah membahas perilaku konsumen

(kepercayaan dan komitmen serta loyalitas) yang dilihat dari persepsi religiusitas, kualitas layanan dan inovasi produk.

4) Laila Nailul Fauziah (2019)

Penelitian Laila Nailul Fauziah pada tahun 2019 yang berjudul “Analisis Tingkat Literasi Keuangan dan Religiusitas Terhadap Keputusan Investasi Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang”, tujuan dari penelitian tersebut adalah untuk mengetahui pengaruh tingkat literasi dan religiusitas terhadap keputusan investasi yang dilakukan oleh mahasiswa fakultas ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Hasil dari penelitian tersebut adalah (1) secara parsial variabel literasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi. (2) secara parsial variabel religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi. (3) secara simultan variabel literasi dan religiusitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi yang dilakukan oleh mahasiswa fakultas ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

Persamaan tesis ini dengan penelitian Fauziah adalah keduanya membahas pengaruh religiusitas terhadap keputusan investasi, sedangkan perbedaannya adalah (1) tesis ini membahas keputusan investasi yang dipengaruhi oleh religiusitas, kelompok acuan dan pengetahuan melalui minat sedangkan penelitian Fauziah membahas keputusan investasi yang dipengaruhi religiusitas dan literasi. (2)

adalah asuransi syariah. (2) tesis membahas konstruk religiusitas, kelompok acuan dan pengetahuan terhadap keputusan investasi yang dimediasi oleh minat, sedangkan penelitian Sofhian dan Suleman membahas pengaruh secara langsung variabel religiusitas dan kualitas produk terhadap keputusan memilih asuransi syariah.

6) Muhammad Zuhirsyan dan Nurlinda (2018)

Penelitian berjudul ” Pengaruh Religiusitas dan Persepsi Nasabah terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah” yang dilakukan oleh Muhammad Zuhirsyan dan Nurlinda pada tahun 2018, tujuan dari penelitian tersebut adalah untuk mengetahui pengaruh religiusitas dan persepsi para nasabah Perbankan Syariah dalam menentukan pilihan menjadi nasabah di BRI Syariah. Hasil dari penelitian tersebut adalah (1) secara simultan religiusitas dan persepsi nasabah berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan memilih bank syariah. (2) secara parsial variabel religiusitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan memilih bank syariah.

Persamaan tesis ini dengan penelitian Zuhirsyan dan Nurlinda adalah sama-sama membahas pengaruh religiusitas terhadap keputusan, sedangkan perbedaannya adalah (1) objek penelitian tesis ini adalah pasar modal syariah sedangkan objek penelitian Zuhirsyan dan Nurlinda adalah bank syariah. (2) tesis ini menguji secara langsung dan tidak langsung pengaruh variabel independen terhadap

2) Nellyaningsih, Rahmat Hidayat (2019)

Penelitian yang dilakukan oleh Nellyaningsih dan Rahmat Hidayat pada tahun 2019 dengan judul "Analisis Pengaruh Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Asuransi", tujuan dari penelitian tersebut adalah untuk mengetahui ada tidaknya faktor kelompok referensi yang mempengaruhi keputusan pembelian masyarakat akan jasa asuransi. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa kelompok referensi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan dalam menggunakan jasa asuransi dengan nilai $t_{hitung} 10.647 > t_{tabel} 1.984$.

Persamaan tesis ini dengan penelitian Nellyaningsih dan Rahmat Hidayat adalah keduanya membahas pengaruh kelompok acuan terhadap keputusan, sedangkan perbedaannya adalah (1) objek penelitian pada tesis ini adalah pasar modal syariah sedangkan objek penelitian Nellyaningsih dan Rahmat Hidayat adalah asuransi. (2) responden pada tesis ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Sunan Ampel Surabaya sedangkan responden penelitian Nellyaningsih dan Rahmat Hidayat adalah warga civitas akademika Universitas Telkom. (3) tesis ini membahas keputusan yang dilihat dari religiusitas, kelompok acuan, pengetahuan dan minat sedangkan penelitian Nellyaningsih dan Rahmat Hidayat membahas keputusan yang dilihat dari kelompok referensi saja.

Persamaan tesis ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Firmansyah adalah keduanya membahas pengaruh pengetahuan terhadap keputusan, sedangkan perbedaannya adalah (1) objek penelitian pada tesis ini adalah pasar modal syariah sedangkan objek penelitian Firmansyah adalah bank syariah. (2) tesis ini membahas keputusan investasi yang dilihat dari religiusitas, kelompok acuan, pengetahuan dan minat sedangkan penelitian Firmansyah membahas keputusan menjadi nasabah yang dilihat dari pengetahuan dan kualitas pelayanan. (3) responden pada tesis ini adalah mahasiswa FEBI UIN Sunan Ampel Surabaya sedangkan responden pada penelitian Firmansyah adalah nasabah dan karyawan Bank BNI Syariah KC Surabaya.

2) Alfiatul Rohmaniah (2019)

Penelitian yang dilakukan oleh Alfiatul Rohmaniah pada tahun 2019 dengan judul “Pengaruh Pengetahuan, Promosi, Lokasi dan Brand Image Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Masyarakat Kota Salatiga)”, tujuan dari penelitian tersebut adalah untuk menjawab pengaruh pengetahuan, promosi, lokasi dan brand image terhadap keputusan nasabah menabung di bank syariah dengan religiusitas sebagai variabel *moderating* (studi kasus masyarakat kota Salatiga). Hasil uji T dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa pengetahuan, promosi dan lokasi tidak

menganalisis (1) pengaruh pengetahuan produk tabungan terhadap keputusan menabung nasabah pada bank X unit Y, (2) pengaruh reputasi bank terhadap keputusan menabung nasabah pada bank X unit Y, (3) pengaruh persepsi nasabah mengenai suku bunga simpanan terhadap keputusan menabung nasabah pada bank X unit Y, (4) pengaruh pengetahuan produk tabungan, reputasi bank, dan persepsi nasabah mengenai suku bunga simpanan terhadap keputusan menabung nasabah pada bank X unit Y. hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa (1) pengetahuan produk tabungan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung nasabah, (2) reputasi bank berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung nasabah, (3) persepsi nasabah mengenai suku bunga simpanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung nasabah, (4) pengetahuan produk tabungan, reputasi bank, dan persepsi nasabah mengenai suku bunga simpanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung nasabah.

Persamaan tesis ini dengan penelitian Ayun Sekar Widowati dan RR. Indah Mustikawati adalah keduanya sama-sama membahas pengaruh pengetahuan terhadap keputusan, sedangkan perbedaannya adalah (1) objek penelitian tesis ini adalah pasar modal syariah sedangkan objek penelitian Ayun Sekar Widowati dan RR. Indah Mustikawati adalah perbankan. (2) tesis ini membahas keputusan

yang dilihat dari religiusitas, kelompok acuan, pengetahuan dan minat sedangkan penelitian Ayun Sekar Widowati dan RR. Indah Mustikawati membahas keputusan yang dilihat dari pengetahuan produk tabungan, reputasi bank, dan persepsi nasabah mengenai suku bunga simpanan.

4) Mohammad Nasir, Fatmah, Ummiy Fauziyah Laili, dan Aris Fanani (2020)

Penelitian yang dilakukan oleh Mohammad Nasir, Fatmah, Ummiy Fauziyah Laili, dan Aris Fanani (2020) yang berjudul “Pengaruh *Product Knowledge*, *Orientations* dan *Capabilities* Tentang Ekonomi Islam Terhadap Perilaku Transaksi Ekonomi.” Tujuan penelitian tersebut adalah untuk mengetahui *product knowledge*, *orientations* dan *capabilities* Tentang Ekonomi Islam Terhadap Perilaku Transaksi Ekonomi. Hasil dari penelitian tersebut adalah secara parsial *product knowledge* dan *orientations* tidak berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Transaksi Ekonomi sedangkan secara parsial *capabilities* berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Transaksi Ekonomi

Persamaan tesis ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Nasir, Fatmah, Laili, dan Fanani adalah keduanya sama-sama membahas pengaruh variabel pengetahuan terhadap perilaku konsumen. Sedangkan tesis ini membahas keputusan investasi pada pasar modal syariah yang dilihat dari religiusitas, kelompok acuan,

membahas secara khusus keputusan mahasiswa FEBI dalam melakukan investasi di pasar modal syariah sedangkan penelitian Halimatus Sakdiyah DKK membahas keputusan mahasiswa FEBI UNISMA dalam melakukan investasi yang berisiko.

2) Riska Septifani, Fuad Achmadi, dan Imam Santoso (2014)

Penelitian yang dilakukan Riska Septifani, Fuad Achmadi, dan Imam Santoso yang berjudul "Pengaruh Green Marketing, Pengetahuan dan Minat Membeli terhadap Keputusan Pembelian" Tujuan dari penelitian tersebut adalah untuk mengetahui pengaruh green marketing, pengetahuan dan minat membeli terhadap keputusan pembelian minuman teh dalam kemasan *returnable glass bottling* (RGB). Hasil dari penelitian tersebut adalah green marketing, pengetahuan dan minat membeli memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian minuman teh dalam kemasan RGB.

Persamaan tesis ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Septifani Dkk adalah sama – sama membahas pengaruh konstruk pengetahuan dan minat terhadap keputusan menggunakan analisis PLS-SEM, sedangkan perbedaannya adalah (1) objek penelitian pada tesis ini adalah pasar modal syariah sedangkan objek penelitian Septifani Dkk adalah pembelian minuman teh. (2) tesis ini menggunakan variabel mediasi (minat) sedangkan penelitian Septifani Dkk tidak menggunakan variabel mediasi. (3) tesis ini

Minat Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus Masyarakat Non Muslim Kabupaten Boyolali)”, penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui pengaruh reputasi, pengetahuan dan *word of mouth* terhadap keputusan menabung masyarakat non muslim dengan minat sebagai variabel *intervening* (studi kasus masyarakat non muslim kabupaten Boyolali). Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa (1) reputasi, pengetahuan, dan *word of mouth* dan minat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung. (2) reputasi dan *word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat. (3) pengetahuan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap minat. (4) minat dapat memediasi reputasi dan *word of mouth* terhadap keputusan menabung. (5) minat tidak dapat memediasi pengetahuan terhadap keputusan menabung.

Persamaan tesis ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Maria Ulfah adalah keduanya sama-sama membahas pengaruh konstruk pengetahuan terhadap keputusan, sedangkan perbedaannya adalah (1) responden dalam tesis ini adalah mahasiswa FEBI UIN Sunan Ampel Surabaya sedangkan responden dalam penelitian Maria Ulfah adalah masyarakat non muslim Kabupaten Boyolali. (2) objek penelitian dalam tesis ini adalah pasar modal syariah sedangkan objek penelitian Maria Ulfah adalah bank syariah. (3) tesis ini menggunakan analisis PLS-SEM sedangkan penelitian Maria Ulfah menggunakan analisis jalur. (4) tesis ini membahas

konstruk keputusan yang dilihat dari religiusitas, kelompok acuan, pengetahuan dengan minat sebagai variabel *intervening* sedangkan penelitian Maria Ulfah membahas konstruk keputusan yang dilihat dari Reputasi, Pengetahuan dan *Word Of Mouth* dengan minat sebagai variabel *intervening*.

2) Zulfa Nur Laila (2018)

Penelitian yang dilakukan oleh Zulfa Nur Laila pada tahun 2018 dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Bank Syariah Melalui Minat Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus Pada Nasabah Bank BRI Syariah Kantor Cabang MT. Haryono Semarang)”, penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui pengaruh tingkat kualitas pelayanan, promosi & Pengetahuan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk melalui minat sebagai variabel mediasi. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, promosi dan pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap keputusan nasabah menggunakan produk bank syariah. Disamping itu variabel minat mampu memediasi kualitas pelayanan dan pengetahuan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk bank syariah. namun variabel minat tidak mampu memediasi promosi terhadap keputusan nasabah menggunakan produk bank syariah.

Persamaan tesis ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Zulfa Nur Laila adalah keduanya sama-sama membahas pengaruh konstruk pengetahuan terhadap keputusan, sedangkan perbedaannya adalah (1) objek penelitian pada tesis ini adalah pasar modal syariah sedangkan objek penelitian Zulfa Nur Laila adalah bank syariah. (2) tesis ini menggunakan analisis PLS-SEM sedangkan penelitian Zulfa Nur Laila menggunakan analisis jalur. (3) tesis ini membahas konstruk keputusan yang dilihat dari religiusitas, kelompok acuan, pengetahuan dengan minat sebagai variabel *intervening* sedangkan penelitian Zulfa Nur Laila membahas konstruk keputusan yang dilihat dari Kualitas Pelayanan, Promosi dan Pengetahuan dengan minat sebagai variabel *intervening*.

2. H_{a2} = Ada pengaruh yang signifikan dari kelompok acuan terhadap keputusan investasi Mahasiswa FEBI UINSA di pasar modal syariah.
3. H_{a3} = Ada pengaruh yang signifikan dari pengetahuan terhadap keputusan investasi Mahasiswa FEBI UINSA di pasar modal syariah.
4. H_{a4} = Ada pengaruh yang signifikan dari minat terhadap keputusan investasi Mahasiswa FEBI UINSA di pasar modal syariah.
5. H_{a5} = Religiusitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi mahasiswa FEBI UINSA di pasar modal syariah dengan minat sebagai variabel *intervening*.
6. H_{a6} = Kelompok acuan berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi mahasiswa FEBI UINSA di pasar modal syariah dengan minat sebagai variabel *intervening*.
7. H_{a7} = Pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi mahasiswa FEBI UINSA di pasar modal syariah dengan minat sebagai variabel *intervening*.

2. Jika nilai $T_{\text{statistik}}$ *indirect effect* ($X \rightarrow Z \rightarrow Y$) signifikan dan nilai $T_{\text{statistik}}$ *direct effect* ($X \rightarrow Y$) tidak signifikan, maka disebut variabel *intervening* penuh.
3. Jika nilai $T_{\text{statistik}}$ *indirect effect* ($X \rightarrow Z \rightarrow Y$) dan nilai $T_{\text{statistik}}$ *direct effect* ($X \rightarrow Y$) signifikan, namun nilai $T_{\text{statistik}}$ *direct effect* ($X \rightarrow Z$) > nilai $T_{\text{statistik}}$ *direct effect* ($X \rightarrow Y$), maka disebut variabel *intervening* parsial.
4. Jika nilai $T_{\text{statistik}}$ *direct effect* ($X \rightarrow Z$) atau ($Z \rightarrow Y$) atau keduanya tidak signifikan, maka Z bukan sebagai variabel *intervening*.
5. **Uji Hipotesis**, yaitu cara untuk menghasilkan nilai $T_{\text{statistik}}$ yang menggunakan metode *bootstrapping*. Kriteria yang digunakan adalah jika nilai $T_{\text{statistik}} < T_{\text{tabel}}$ dan $P_{\text{values}} > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, namun jika $T_{\text{statistik}} > T_{\text{tabel}}$ dan $P_{\text{values}} < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Diketahui nilai T_{tabel} dengan df 145 dan taraf signifikan 5% *two tailed* adalah 1.976.

0,375 < 1,976 dan $P_{values} 0,708 > 0,05$, artinya variabel minat tidak mampu memediasi pengaruh variabel kelompok acuan terhadap variabel keputusan. Dapat dilihat pula bahwa variabel minat dalam konstruk ini bukan merupakan variabel *intervening* karena nilai $T_{statistik}$ *direct effect* ($X_2 \rightarrow Z$) tidak signifikan yakni $0,355 < 1,976$ dan $0,723 > 0,05$. Kemudian yang terakhir adalah nilai pengaruh tidak langsung variabel pengetahuan terhadap variabel keputusan melalui variabel minat, nilainya sebesar 3,071 > 1,976 dan $P_{values} 0,002 < 0,05$, yang berarti bahwa variabel minat mampu memediasi pengaruh variabel pengetahuan terhadap variabel keputusan, sementara itu variabel *intervening* dalam konstruk ini merupakan variabel *intervening* parsial karena nilai $T_{statistik}$ *indirect effect* ($X_3 \rightarrow Z \rightarrow Y$) signifikan dan nilai $T_{statistik}$ *direct effect* ($X_3 \rightarrow Y$) juga signifikan, diketahui nilai $T_{statistik}$ *direct effect* ($X_3 \rightarrow Y$) adalah $5,836 > 1,976$ dan $P_{values} 0,000 < 0,05$.

c. Pengaruh Pengetahuan Terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa FEBI UINSA.

Berdasarkan nilai hasil uji hipotesis dalam tabel 4.17 diatas, dapat diketahui bahwa nilai $T_{\text{statistik}}$ variabel pengetahuan terhadap variabel keputusan adalah $2,772 > 1,976$ dan $P_{\text{values}} 0,006 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya pengetahuan secara langsung berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi mahasiswa FEBI UINSA di pasar modal syariah.

d. Pengaruh Minat Terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa FEBI UINSA.

Berdasarkan nilai hasil uji hipotesis dalam tabel 4.17 diatas, dapat diketahui bahwa nilai $T_{\text{statistik}}$ variabel minat terhadap variabel keputusan adalah $3,953 < 1,976$ dan $P_{\text{values}} 0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya pengetahuan secara langsung berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi mahasiswa FEBI UINSA di pasar modal syariah.

e. Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa FEBI UINSA Melalui Minat.

Berdasarkan nilai hasil uji hipotesis dalam tabel 4.17 diatas, dapat diketahui bahwa nilai $T_{\text{statistik}}$ variabel religiusitas terhadap variabel keputusan melalui minat adalah $2,355 < 1,976$ dan $P_{\text{values}} 0,019 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya religiusitas berpengaruh

mudah melakukan investasi dipasar modal syariah meskipun pengetahuan investasi mereka masih kurang, hal ini dikarenakan FEBI UINSA memiliki grup investor yang didalamnya terdapat orang-orang yang sangat profesional dalam hal investasi di pasar modal syariah yang setiap hari selalu *update* informasi seputar investasi yang berpeluang kuat untuk cuan, seperti halnya grup investor Kelompok Sekolah Pasar Modal Syariah UINSA (KSPMS UINSA) dan TRIF Academy .

C. Pengaruh Pengetahuan (X_3) Terhadap Keputusan Investasi (Y)

Pengetahuan secara langsung berpengaruh signifikan terhadap keputusan (H_0 ditolak dan H_a diterima). Pengetahuan menjadi variabel yang paling berpengaruh dalam keputusan investasi mahasiswa FEBI UINSA di pasar modal syariah, ini dibuktikan dengan nilai hasil uji *bootstrapping* pengetahuan yang lebih tinggi dari pada nilai variabel lain yang ada pada penelitian ini.

Tingkat pengetahuan investasi syariah yang didapat mahasiswa FEBI UINSA, sangat mempengaruhi keputusan mereka untuk berinvestasi di pasar modal syariah, hal ini karena pengetahuan merupakan dasar utama para investor sebelum melakukan investasi, biasanya para investor akan mencari informasi terkait keadaan pasar dan kondisi keuangan emiten yang akan dipilih. Selain itu pengetahuan tentang strategi, keuntungan dan risiko pun sangat penting untuk dimiliki para calon investor, dengan pengetahuan

ini dikarenakan minat untuk berinvestasi syariah hanya akan terbentuk jika mahasiswa FEBI UINSA mempunyai rasa ketertarikan ataupun perasaan senang terhadap berbagai hal yang berhubungan dengan pasar modal syariah, seperti selalu *update* informasi seputar pasar modal syariah dan selalu mengikuti kegiatan - kegiatan sekolah pasar modal syariah. Sedangkan peran yang dilakukan oleh kelompok acuan dalam pasar modal syariah ini terkadang menjadikan para investor pemula ini enak-enaknan, malas belajar dan malas mencari tahu karena sudah diberikan rekomendasi pemilihan investasi yang berpeluang cuan oleh kelompok acuan tersebut, sehingga untuk penelitian selanjutnya dapat mencari variabel lain yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan dengan minat sebagai variabel *interveningnya*.

Memang pada dasarnya kelompok acuan memiliki pengaruh yang sangat penting dalam proses keputusan mahasiswa FEBI UINSA dipasar modal syariah, namun ketika kelompok acuan menyampaikan promosi dan rekomendasi tentang pasar modal syariah secara terus menerus tanpa adanya sosialisasi dan edukasi yang memadai, bisa saja mahasiswa FEBI UINSA merasa bosan, sehingga bukannya menciptakan minat dan ketertarikan yang berakhir pada keputusan investasi, tapi malah menciptakan rasa terganggu dan lebih menjauh. Maka perlu adanya strategi yang optimal dari para kelompok acuan khususnya kelompok investor UINSA untuk lebih mempengaruhi minat mahasiswa FEBI UINSA yang nantinya dapat berakhir pada keputusan untuk berinvestasi di pasar modal syariah.

G. Pengaruh Pengetahuan (X3) Terhadap Keputusan (Y) Dengan Minat (Z) Sebagai Variabel *Intervening*

Berdasarkan hasil uji hipotesis pada tabel 4.17, pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi mahasiswa FEBI UINSA di pasar modal syariah dengan minat sebagai variabel *intervening* (H_0 ditolak dan H_a diterima). Hasil penelitian ini berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Maria Ulfah,¹⁴⁵ hasil penelitian Maria Ulfah menunjukkan bahwa variabel pengetahuan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan seseorang dengan minat sebagai variabel *intervening*.

Banyaknya edukasi yang didapat oleh mahasiswa FEBI UINSA, telah benar – benar membentuk minat investasi mahasiswa FEBI UINSA dan mendaratkan keputusannya untuk berinvestasi dipasar modal syariah, berbagai literasi dan informasi yang didapat, semakin membuat mahasiswa FEBI UINSA tertarik dengan investasi syariah, ini terjadi karena mereka juga sedang menempuh pendidikan di perguruan tinggi negeri islam, yang mana berbagai prodinya sedikit banyak akan menyinggung tentang ekonomi islam, sehingga pengetahuan yang mereka dapat tidak akan pernah lepas dari konsep dan prinsip dasar ekonomi islam, hal ini menjadikan minat mereka semakin mantab untuk berinvestasi di pasar modal syariah.

Pengetahuan investasi merupakan modal dasar para calon investor untuk berinvestasi, semakin banyak pengetahuan yang dimiliki calon investor tentang investasi, maka akan memudahkan calon investor tersebut dalam

¹⁴⁵ Ulfah, “Pengaruh Reputasi, Pengetahuan dan Word Of Mouth terhadap Keputusan Menabung Masyarakat Non Muslim dengan Minat Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Masyarakat Non Muslim Kabupaten Boyolali),” 103.

7. Pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi mahasiswa FEBI UINSA di pasar modal syariah dengan minat sebagai variabel *intervening* dan jenisnya adalah variabel *intervening* parsial.

B. **Saran**

1. Untuk BEI dan perguruan tinggi khususnya GIS FEBI UINSA, agar terus melanjutkan kegiatan edukasi dan sosialisasi pasar modal syariah melalui berbagai inovasi yang berkelanjutan karena selama ini terbukti berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi.
2. Untuk mahasiswa yang belum berinvestasi di pasar modal syariah, diharapkan untuk segera bergabung dengan grup investor KSPMS UINSA dan TRIF Academy lebih dulu untuk sharing ilmu dan pengetahuan, sehingga dapat memilih instrumen investasi yang tepat.
3. Untuk peneliti selanjutnya, hendaknya mencari faktor-faktor lain yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi di pasar modal syariah, sehingga dapat dibentuk beberapa strategi khusus dalam rangka pengembangan pasar modal syariah, khususnya di lingkungan PTKIN.
4. Untuk peneliti selanjutnya, hendaknya melakukan penelitian dengan ruang lingkup yang lebih luas dan menambah jumlah responden penelitian agar jumlah responden dapat benar-benar mewakili populasi yang diteliti.

- Fauziah, Laila Nailul. "Analisis Tingkat Literasi Keuangan dan Religiusitas Terhadap Keputusan Investasi Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang." Skripsi - UIN Malang, 2019.
- Firdy Firmansyah, Arief. "Pengaruh Pengetahuan dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Perbankan Syariah." *Jurnal Ekonomi Islam* 2, no. 3 (2019): 16–22.
<http://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jei/>.
- Firmansyah, M. Anang. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish, 2018.
- Ginting, Dahlia Br. "Structural Equation Model (SEM)." *Media Informatika* 8, no. 3 (2009).
- Hamid, Rahmad Solling, dan Suhardi M. Anwar. *Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis Varian: Konsep Dasar dan Aplikasi dengan Program SmartPLS 3.2.8 dalam Riset Bisnis*. Diedit oleh Abiratno, Sofa Nurdiyanti, dan Annis Diniati Raksanegara. Jakarta: PT. Inkubator Penulis Indonesia, 2019.
- Hasanah, Fadhilatul. "Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang Pada Bank Syariah." *BALANCE Jurnal Akuntansi dan Bisnis* 4, no. 1 (2019): 485.
<https://doi.org/10.32502/jab.v4i1.1815>.
- Hidayat, Lukman, Nusa Muktiadji, dan Yoyon Supriadi. "Pengaruh Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi Di Galeri Investasi Perguruan Tinggi." *JAS-PT (Jurnal Analisis Sistem Pendidikan Tinggi Indonesia)* 3, no. 2 (2019). <https://doi.org/10.36339/jaspt.v3i2.215>.
- idx.co.id. "PT Bursa Efek Indonesia." Diakses 3 Maret 2021.
<https://www.idx.co.id/data-pasar/data-saham/daftar-saham/>.
- . "PT Bursa Efek Indonesia." Diakses 4 Maret 2021.
<https://idx.co.id/berita/press-release-detail/?emitenCode=1444>.
- idxchannel.com. "Generasi Millennial Dominasi Investor Baru di Pasar Modal." Diakses 7 Maret 2021. <https://www.idxchannel.com/economics/generasi-millennial-dominasi-investor-baru-di-pasar-modal>.
- idxislamic. "IDX Islamic - Sistem Online Trading Syariah (SOTS)." Diakses 4 Maret 2021. <https://idxislamic.idx.co.id/investor-syariah/sistem-online-trading-syariah-sots/>.
- Isnawan, Ganjar. *Jurus Cerdas Investasi Syariah*. Diedit oleh Pupung Ratnapuri. Jakarta Timur: Laskar Aksara, 2012.

- Dapiyanta. Yogyakarta: Sanata Dharma University Press, 2021.
- Safitri, Aris. "Pengaruh Harga, Promosi dan Religiusitas Terhadap Keputusan Masyarakat Dalam Memilih Bank Syariah Dengan Minat Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Boyolali)." Skripsi -- IAIN Salatiga, 2019.
- Sakdiyah, Halimatus, Abdul Wahid Mahsuni, dan Cholid Mawardi. "Pengaruh minat dan perilaku investor terhadap pilihan keputusan pada investasi beresiko." *E-Jra* 07, no. 01 (2019): 101–12.
- Sarwono, Jonathan. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. 2 ed. Yogyakarta: Suluh Media, 2018.
- Septiani, Irma, Albertus Djoko Lesmono, dan Arif Harimukti. "Analisis Minat Belajar Siswa Menggunakan Model Problem Based Learning Dengan Pendekatan STEM Pada Materi Vektor di Kelas X MIPA 3 SMAN 2 Jember." *JURNAL PEMBELAJARAN FISIKA* 9, no. 2 (2020).
<https://doi.org/10.19184/jpf.v9i1.17969>.
- Septifani, Riska, Fuad Achmadi, dan Imam Santoso. "Pengaruh Green Marketing, Pengetahuan." *Jurnal Manajemen Teknologi* 13, no. 2 (2014): 201–18.
- Soemitra, Andri. *Masa Depan Pasar Modal Syariah di Indonesia*. Edisi Revi. Jakarta: Kencana, 2014.
- Sofhian, dan Sri Nur Ain Suleman. "Pengaruh Kualitas Produk dan Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Asuransi Syariah di PT. Prudential Life Assurance Cabang Kota Gorontalo." *Li Falah Jurnal Studi Ekonomi dan Bisnis Islam* 1 (2017): 155–82.
<http://ejournal.iainkendari.ac.id/lifalah/article/view/608/569%0A>.
- Solimun, Adji Achmad Rinaldo Fernandes, dan Nurjannah. *Metode Statistika Multivariat Pemodelan Persamaan Struktural (SEM) Pendekatan WarpPLS*. Malang: UB Press, 2017.
- Sriyanto, Agus, dan Aris Wahyu Kuncoro. "Pengaruh Brand Ambassador, Minat Beli dan Testimoni terhadap Keputusan Pembelian." *Jurnal Ekonomika dan Manajemen* 8, no. 1 (2019): 21–34.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Sulistya, Widha Anggun. "Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Promosi, dan Kelompok Acuan Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Handphone Android (Pada Mahasiswa Manajemen FEB UNDIP Semarang)." Skripsi - Universitas Diponegoro, 2014.
- Suryadi, Bambang, dan Bahrul Hayat. *Religiusitas: Konsep, Pengukuran dan*

- Implementasi di Indonesia*. Jakarta: Bibliosma Karya Indonesia, 2021.
- Syahrir, Danial, Eni Yulinda, dan Muhammad Yusuf. *Aplikasi Metode SEM-PLS Dalam Pengelolaan Sumberdaya Pesisir dan Lautan*. Diedit oleh Lukman Daris dan Andi Dyna Riana. Bogor: IPB Press, 2020.
- Tandelilin, Eduardus. *Pasar Modal: Manajemen Portofolio dan Investasi*. Yogyakarta: PT Kanisius, 2017.
- Tumewu, Ferdinand J. "Minat Investor Muda Untuk Berinvestasi di Pasar Modal Melalui Teknolgi Fintech." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 7, no. 4 (2019).
- Ulfah, Maria. "Pengaruh Reputasi, Pengetahuan dan Word Of Mouth terhadap Keputusan Menabung Masyarakat Non Muslim dengan Minat Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Masyarakat Non Muslim Kabupaten Boyolali)." Skripsi -- IAIN Salatiga, 2020.
- Undang-Undang Tentang Pasar Modal (1995).
- "Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya – Building Character Qualities: For the Smart, Pious, Honorable Nation." Diakses 29 Mei 2021. <https://w3.uinsby.ac.id/>.
- Wahid, Soleh Hasan. "Dinamika Fatwa Dari Klasik ke Kontemporer (Tinjauan Karakteristik Fatwa Ekonomi Syariah Dewan Syariah Nasional Indonesia (DSN-MUI)." *YUDISIA : Jurnal Pemikiran Hukum dan Hukum Islam* 10, no. 2 (2019): 193. <https://doi.org/10.21043/yudisia.v10i2.5831>.
- Widowati, Ayun Sekar, dan RR Indah Mustikawati. "Pengaruh Pengetahuan Produk Tabungan, Reputasi Bank, dan Persepsi Nasabah Mengenai Suku Bunga Simpanan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah." *Nominal, Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen* 7, no. 2 (2018). <https://doi.org/10.21831/nominal.v7i2.21643>.
- Wijaya, Andreas. *Metode Penelitian Menggunakan Smart PLS 03*. Yogyakarta: Innosain, 2019.
- Zuhirsyan, Muhammad, dan Nurlinda Nurlinda. "Pengaruh Religiusitas dan Persepsi Nasabah terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah." *Al-Amwal : Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syari'ah* 10, no. 1 (2018): 48. <https://doi.org/10.24235/amwal.v10i1.2812>.