

ABSTRACT

In the modern era like today, economic development requires someone to think progressively in meeting long-term financial needs and investment can be one of the main choices. One investment that can be used is gold investment whose value is resistant to inflation. One of the companies in Indonesia that has a gold investment product is PT. Bank Syari'ah Indonesia, namely gold installment products, such as BSI KC Jombang. Based on the Theory of Planned Behavior, there are several factors that can influence investment decisions such as investment knowledge, financial literacy, and promotion. This study aims to determine the Effect of Investment Knowledge, Financial Literacy, and Promotion on Investment Decisions of gold installment customers of Bank Syari'ah Indonesia KC Jombang.

The research method used in this study is a descriptive method with a quantitative approach. The types of data used are primary and secondary data. The population in this study were gold installment customers of Bank Syari'ah Indonesia KC Jombang. The sampling method uses the Slovin Formula with a purposive sampling technique which produces a sample of 89 respondents. This study uses a data collection technique in the form of distributing questionnaires with data measurement using a Likert scale.

The results of the study indicate that partially (separately) Investment Knowledge and Promotion have a significant effect on Investment Decisions, while Financial Literacy does not have a significant effect on Investment Decisions. Based on the study, the R Square value was obtained at 0.505 or 50.5%. This shows that Investment Knowledge, Financial Literacy, and Promotion simultaneously (together) have an effect on the Gold Installment Investment Decision of Bank Syari'ah Indonesia KC Jombang Customers by 50.5%. While the remaining 49.5% is influenced by other factors not explained in this study.

Keywords : Investment, Gold Installments, Bank Syari'ah Indonesia

ABSTRAK

Di era modern seperti sekarang ini, perkembangan ekonomi menuntut seseorang untuk berpikir progresif dalam memenuhi kebutuhan finansial jangka panjang dan investasi bisa menjadi salah satu pilihan utama. Salah satu investasi yang bisa digunakan adalah investasi emas yang nilainya tahan terhadap inflasi. Salah satu perusahaan di Indonesia yang memiliki produk investasi emas adalah PT. Bank Syari'ah Indonesia yaitu produk cicil emas, seperti BSI KC Jombang. Berdasarkan *Theory of Planned Behavior* terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan investasi seperti pengetahuan investasi, literasi keuangan, dan promosi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Pengetahuan Investasi, Literasi Keuangan, dan Promosi Terhadap Keputusan Investasi nasabah cicil emas Bank Syari'ah Indonesia KC Jombang.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Jenis data yang digunakan berupa data primer dan sekunder. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah cicil emas Bank Syari'ah Indonesia KC Jombang. Metode penentuan sampel menggunakan Rumus *Slovin* dengan teknik *purposive sampling* yang menghasilkan sampel sejumlah 89 responden. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa penyebaran kuesioner dengan pengukuran data menggunakan skala *likert*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial (terpisah) Pengetahuan Investasi dan Promosi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Investasi, sedangkan Literasi Keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Investasi. Berdasarkan penelitian didapatkan nilai *R Square* sebesar 0,505 atau 50,5%. Hal ini menunjukkan bahwa Pengetahuan Investasi, Literasi Keuangan, dan Promosi secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap Keputusan Investasi Cicil Emas Nasabah Bank Syari'ah Indonesia KC Jombang sebesar 50,5%. Sedangkan sisanya sebesar 49,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Investasi, Cicil Emas, Bank Syari'ah Indonesia