

PERAN MINAT PADA PEGADAIAN *DIGITAL SERVICE* (PDS) CABANG MOJOSARI: ANALISIS PERSEPSI KEPERCAYAAN DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP KEPUTUSAN INVESTASI

Alvionita Zakiyatur Rahma¹, Tri Kartika Pertiwi^{2*}

^{1,2} Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Email: alvinita1007@gmail.com¹, tri.pertiwi.mnj@upnjatim.ac.id^{2*}

Informasi Naskah	Abstrak
Diterima: 04-09-2025 Revisi: 09-09-2025 Terbit: 22-09-2025 Kata Kunci: Keputusan Investasi; Literasi Keuangan; Minat; Persepsi Kepercayaan	Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengidentifikasi pengaruh variabel persepsi kepercayaan dan literasi keuangan terhadap keputusan investasi melalui variabel minat. Data penelitian terdiri atas data primer yang didapat dari penyebaran kuesioner serta data sekunder yang dihimpun dari instansi terkait dan situs web. Pengukuran variabel dilakukan mempergunakan skala Likert 1–5. Populasi penelitian mencakup nasabah Pegadaian Cabang Mojosari yang menabung emas melalui aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS) pada periode 2022–2024. Teknik sampling yang digunakan adalah purposive sampling dengan jumlah 130 responden. Analisis data dilakukan mempergunakan Partial Least Squares (PLS) 3 untuk menguji keterkaitan antarvariabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nasabah menilai menabung emas melalui aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS) sangat efisien, sehingga mendorong mereka untuk terus berminat menggunakan aplikasi tersebut secara berulang dalam berinvestasi emas.
Keywords: Investment Decisions; Financial Literacy; Interest; Perception of Trust	Abstract <i>This study aims to analyze and identify the influence of trust perception and financial literacy variables on investment decisions through interest. The research data consist of primary data obtained from questionnaires and secondary data collected from related institutions and websites. The variables were measured using a Likert scale ranging from 1 to 5. The study population includes customers of Pegadaian Mojosari Branch who save gold through the Pegadaian Digital Service (PDS) application during the 2022–2024 period. The sampling technique applied was purposive sampling with a total of 130 respondents. Data analysis was conducted utilizing a Partial Least Squares (PLS) 3 to examine the relationships between variables. The findings shows that customers consider saving gold through the Pegadaian Digital Service (PDS) application to be highly efficient, which encourages them to maintain their interest in repeatedly using the application for gold investment.</i>

PENDAHULUAN

Teknologi informasi telah berkembang menjadi komponen penting dari kehidupan sehari-hari manusia saat ini, laju perkembangan yang pesat di bidang ini terus mengubah struktur sosial, dan dampaknya diperkirakan akan terus berlanjut. Perubahan tersebut membawa keuntungan khusus bagi sektor bisnis. Sebagai bentuk adaptasi, PT. Pegadaian (Persero) menciptakan layanan Pegadaian *Digital Service* (PDS) guna mempertahankan daya saing sekaligus mempertahankan kenyamanan pelanggan. Meskipun aplikasi ini sudah lama diluncurkan, beberapa pengguna masih ragu untuk mengunduhnya karena takut mengalami kerugian finansial atau kesulitan dalam memahami cara menggunakannya.

Tabel 1.

**Tren Jumlah Nasabah Online versus Offline Pegadaian
Cabang Mojosari pada Periode 2022–2024**

Tahun	Jumlah Nasabah Keseluruhan	Jumlah Nasabah Pengguna PDS	Persentase Jumlah Nasabah PDS	Jumlah Nasabah Offline	Persentase Jumlah Nasabah Offline
2022	49.986	4.286	8,57%	45.700	91,43%
2023	53.836	4.696	8,72%	49.140	91,28%
2024	59.971	5.749	9,59%	54.222	90,41%

Sumber: Data MIS, pegadaian.co.id

Secara umum, jumlah pelanggan Cabang Mojosari yang menggunakan PDS memang mengalami peningkatan, namun tingkat pertumbuhannya tidak menunjukkan kenaikan yang signifikan. Sebaliknya, proporsi nasabah yang memilih transaksi secara luring justru menurun setiap tahunnya, meskipun total pengguna jalur luring masih bertambah. Akibatnya, meskipun aplikasi PDS telah mendapatkan cukup banyak penggemar, mayoritas pelanggan masih menganggap pembayaran langsung di loket kasir sebagai opsi utama. Nasabah memperoleh peluang untuk menanamkan modal pada instrumen emas berbasis *digital* melalui skema tabungan emas yang ditawarkan aplikasi PDS. Fasilitas ini dirancang guna meningkatkan minat berinvestasi, khususnya di kalangan akademisi muda seperti mahasiswa. Jaminan proteksi yang kokoh, aksesibilitas yang ringkas, serta biaya administrasi yang relatif ringan menjadi deretan keuntungan yang melekat pada aplikasi PDS.

Tingkat kepercayaan, motivasi pribadi, serta luasnya pengetahuan dan kemampuan dalam berinvestasi menjadi beberapa faktor yang mendorong nasabah memilih tabungan emas dengan menggunakan platform PDS. Meskipun demikian, tabungan emas sering dianggap sebagai instrumen investasi jangka panjang sekaligus alternatif pengganti tabungan konvensional. Seperti yang dijelaskan oleh Nurfadilah *et al.* (2022), tingkat minat berinvestasi memiliki peran penting dalam pengambilan keputusan keuangan, sebagian besar individu menggunakan tabungan emas sebagai alat investasi jangka panjang. Namun, Aziza (2024) menegaskan bahwa keinginan tidak selalu menjadi faktor penentu utama dalam memilih instrumen investasi. Dalam konteks tabungan emas dengan memanfaatkan layanan aplikasi PDS, minat dapat dipahami sebagai dorongan yang mendorong seseorang untuk membeli, menyimpan, atau memanfaatkan emas secara keseluruhan. Oleh karena itu, ketertarikan terhadap emas yang dikelola lewat PDS berpotensi menjadi motivasi bagi seseorang untuk melakukan pembelian, menabung, atau menggunakan emas sebagai bentuk investasi.

Kepercayaan memiliki peran yang signifikan dalam menentukan keputusan investasi, setara dengan aspek literasi keuangan. Keberhasilan sebuah bisnis sering kali bergantung pada tingkat kepercayaan nasabah, karena persepsi mereka terhadap kualitas layanan dan rasa percaya yang terbentuk akan memengaruhi kecenderungan untuk terus bertransaksi atau beralih ke penyedia lain. Menurut Putri *et al.* (2023), kepercayaan merupakan unsur dasar dalam proses investasi, meskipun hasil penelitian Lasfiana (2023) menunjukkan bahwa faktor ini tidak selalu berdampak signifikan pada pengambilan keputusan. Dalam konteks layanan PDS, konsumen diharapkan memiliki kepercayaan penuh terhadap *platform* tersebut. Oleh sebab itu, perusahaan

harus memperkuat legitimasi dan kredibilitasnya melalui praktik transparansi, perlindungan data pribadi, serta jaminan keamanan setiap transaksi keuangan.

Berdasarkan uraian sebelumnya, penulis terdorong untuk meneliti sejauh mana minat nasabah memengaruhi pengambilan keputusan investasi tabungan emas melalui aplikasi PDS, sekaligus melihat faktor yang mendorong loyalitas nasabah dalam berinvestasi emas di Pegadaian Cabang Mojosari. Dengan demikian, penelitian ini diberi judul “Peran Minat Pada Pegadaian *Digital Service* (PDS) Cabang Mojosari: Analisis Persepsi Kepercayaan Dan Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Investasi”.

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

***Theory of Planned Behavior* (TPB)**

Ajzen, melalui karyanya di tahun 1985 yang berjudul *From Intention to Action: A Theory of Planned Behavior*, menyusun kerangka teori perilaku terencana yang membahas keterkaitan antara proses kognitif dan realisasi perilaku individu. Gagasan teori ini berasumsi bahwasanya keinginan untuk berperilaku terbentuk oleh tiga aspek pokok, yaitu sikap terhadap perilaku, norma subjektif, beserta persepsi individu terkait kontrol atas tindakannya. Lebih lanjut, Ajzen menekankan bahwa motivasi internal serta konsekuensi yang muncul, baik dari perilaku yang dilakukan maupun diabaikan, turut membentuk sikap terhadap perilaku.

***Technology Acceptance Model* (TAM)**

Sejumlah peneliti merancang sebuah kerangka konseptual yang dikenal sebagai *Technology Acceptance Model* (TAM) guna menelaah determinan yang memengaruhi penerimaan teknologi informasi serta pola pemanfaatannya secara luas. Model ini juga berfungsi sebagai lensa analitis untuk menyingkap bagaimana para pengguna akhir mengadopsi dan mengoperasikan teknologi tersebut dalam ragam konteks maupun latar demografis yang berbeda.

Persepsi kepercayaan

Menurut temuan Sahriani (2020), variabel semisal keterbukaan, konsistensi mutu layanan, pengalaman pengguna, serta kepastian keamanan sistem terbukti memengaruhi derajat kepercayaan pelanggan terhadap layanan digital. Dalam konteks ini, aplikasi PDS menempatkan reliabilitas, kerahasiaan, dan proteksi keamanan sebagai prioritas utama. Indikator persepsi kepercayaan Setiari (2021), yaitu: 1) *Security*; 2) *Information*; 3) *Quality*.

Literasi Keuangan

Nadhifah & Anwar (2021), literasi keuangan yakni kecakapan dalam menguasai sekaligus mengartikulasikan konsep serta isu-isu finansial dalam ruang yang aman, serta kapabilitas untuk mengelola beragam peristiwa kehidupan yang berimplikasi pada keputusan sehari-hari dan peran individu dalam sistem ekonomi secara menyeluruh. Tingkat pemahaman finansial tersebut menjadi krusial dalam menentukan pilihan atas produk maupun layanan digital yang paling sesuai. Indikator literasi keuangan menurut Nirmala *et al.*, (2024), yaitu: 1) *Financial Knowledge*; 2) *Financial Attitude*.

Minat

Minat dipengaruhi oleh faktor-faktor semisal kepuasan nasabah, intensitas perhatian yang diberikan, serta kecakapan produk dalam menopang aktivitas dan aspirasi pelanggan, berperan dalam membentuk minat terhadap tabungan emas pada aplikasi PDS. Dalam konteks ini, kepuasan konsumen dapat dimaknai sebagai derajat kepuasan yang dialami individu ketika suatu layanan atau produk sanggup mengakomodasi kebutuhan, menjawab keinginan, sekaligus menopang pencapaian tujuan

personal. Indikator minat Menurut Fadilah & Fazizah (2023), yaitu: 1) Ketertarikan; 2) Keinginan; 3) Keyakinan.

Keputusan Investasi

Keputusan berinvestasi sering didasari oleh tingkat literasi seseorang, semakin luas wawasan yang dimiliki, semakin tepat pula keputusan yang diambil. Apabila dipandang mampu mendongkrak potensi pendapatan di masa mendatang, tabungan emas dapat ditafsirkan sebagai salah satu opsi investasi yang prospektif dan menguntungkan. Indikator keputusan investasi dalam Mumtazah & Anwar (2022), ialah: 1) Kepuasan terhadap investasi sebelumnya; 2) Tingkat risiko; 3) Waktu investasi.

Pengembangan Hipotesis

Hubungan Persepsi Kepercayaan terhadap Keputusan Investasi

Persepsi kepercayaan sering kali berkaitan dengan bagaimana seseorang membentuk opini atau sikap terhadap sesuatu, yang dapat memengaruhi perilaku dan keputusan mereka. Apabila seseorang percaya dengan efektivitas suatu aplikasi maka mereka memiliki persepsi kepercayaan yang positif terhadap aplikasi tersebut sehingga mereka ingin menggunakan aplikasi terkait. Bersesuaian dengan hasil penelitian Pratama & Yuliafitri (2024), yang mengindikasikan bahwasanya persepsi kepercayaan berdampak positif terhadap keputusan investasi. Dengan kata lain, makin besar keyakinan seseorang terhadap aplikasi PDS, maka semakin besar kemungkinan mereka untuk berinvestasi tabungan emas menggunakan aplikasi tersebut.

H1: Persepsi Kepercayaan Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Keputusan Investasi

Hubungan Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Investasi

Literasi keuangan (*financial literacy*) mempunyai kontribusi besar dalam proses penentuan keputusan investasi tabungan emas, guna meningkatkan pemahaman individu mengenai produk investasi dan risiko yang terkait. Ini mencakup pengetahuan tentang konsep keuangan dasar seperti pengelolaan keuangan pribadi, pemahaman tentang investasi emas, dan risiko. Penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan yang baik mampu mendorong minat dan kepercayaan nasabah dalam membuat keputusan investasi tabungan emas pada aplikasi PDS. Hal ini selaras dengan hasil penelitian Siswoyo & Agus (2022), yang mengindikasikan bahwasanya literasi keuangan secara bersama-sama memberi pengaruh positif dan signifikan pada keputusan investasi tabungan emas, dengan demikian mampu ditarik kesimpulan bahwasanya literasi keuangan memiliki peranan yang signifikan dalam investasi tabungan emas melalui aplikasi PDS dan bertambahnya literasi keuangan pada individu dapat mendukung dalam mengambil keputusan investasi yang lebih tepat serta lebih terinformasi.

H2: Literasi Keuangan Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Keputusan Investasi

Hubungan Persepsi Kepercayaan terhadap Minat

Persepsi kepercayaan berpengaruh terhadap minat nasabah dalam memanfaatkan aplikasi PDS untuk berinvestasi tabungan emas, di mana semakin tinggi tingkat kepercayaan, semakin besar pula minat mereka dalam penggunaannya. Hal tersebut sejalan dengan pendapat Nasih *et al.* (2024) dapat diartikan bahwa persepsi kepercayaan memiliki dampak positif dan signifikan secara parsial terhadap minat. Selanjutnya, hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Pertiwi *et al.* (2022), bahwa ada pengaruh positif kepercayaan terhadap minat, sehingga kepercayaan memiliki pengaruh terhadap minat. Artinya, bahwa seseorang memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap layanan digital tersebut aman dan bermanfaat, maka nasabah cenderung memiliki persepsi kepercayaan yang positif.

H3: Persepsi Kepercayaan Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Minat

Hubungan Literasi Keuangan terhadap Minat

Tingkat literasi keuangan individu pada suatu instrumen investasi dalam sebuah aplikasi dapat berdampak pada minat mereka dalam memanfaatkan aplikasi tersebut. Perihal ini selaras dengan hasil penelitian Ristiana & Widyastuti (2022), menjelaskan bahwasannya literasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap minat. Selaras dengan penelitian Kholbi *et al.* (2023), literasi keuangan memiliki kontribusi pengaruh yang positif dan berbanding lurus terhadap minat. Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu dapat diketahui bahwa ada kecenderungan hubungan yang positif antara literasi keuangan pada minat seseorang dalam menggunakan suatu aplikasi untuk berinvestasi di mana pada penelitian ini yaitu aplikasi PDS dan instrumen investasi yaitu tabungan emas. Artinya, makin tinggi tingkat literasi keuangan seseorang, makin besar pula dampaknya terhadap minat individu untuk berinvestasi emas melalui aplikasi tersebut.

H4: Literasi Keuangan Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Minat

Hubungan Minat terhadap Keputusan Investasi

Nasabah yang memiliki minat tinggi dalam menggunakan layanan digital dan investasi berupa tabungan emas, maka cenderung lebih termotivasi untuk mencari informasi tentang investasi, potensi keuntungan, dan risiko menabung emas melalui layanan digital. Dalam penelitian Ayumi (2024), minat berpengaruh terhadap keputusan investasi, yang artinya seseorang yang tertarik untuk menggunakan layanan digital investasi, cenderung lebih minat untuk melakukan keputusan investasi melalui platform digital. Serupa dengan penelitian Savanah & Takarini (2021), yang menegaskan bahwasanya minat memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan investasi.

H5: Minat Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Keputusan Investasi

Hubungan Minat dalam memediasi Persepsi Kepercayaan terhadap Keputusan Investasi

Dalam kerangka TPB yang dikemukakan oleh Ajzen (1991), persepsi kepercayaan sebagai bagian dari *attitude toward the behavior* yang artinya persepsi kepercayaan mencerminkan penilaian positif terhadap objek atau instrumen investasi. Ketika seseorang memiliki kepercayaan yang tinggi, maka mereka akan membentuk sikap positif terhadap keputusan berinvestasi (Natalie & Listen, 2021). Dalam kerangka TPB yang dikemukakan oleh Ajzen (1991), minat berperan penting dalam membentuk persepsi kepercayaan individu terhadap keputusan investasi. Hal ini memengaruhi keputusan investasi, di mana sikap dan persepsi kontrol perilaku dapat meningkatkan kepercayaan dan niat untuk berinvestasi. Secara logis persepsi kepercayaan yang tinggi dan minat yang tinggi terhadap keputusan investasi, menunjukkan bahwa individu tersebut merasa yakin dan percaya diri dalam mengambil keputusan untuk berinvestasi.

H6: Persepsi Kepercayaan Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Keputusan Investasi Melalui Minat

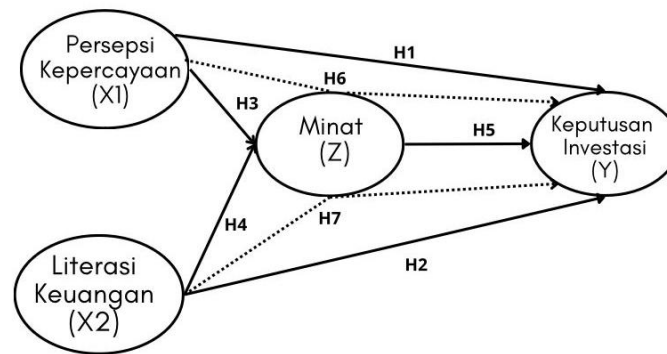
Hubungan Minat dalam memediasi Literasi Keuangan terhadap Keputusan Investasi

Dalam teori Ajzen (1991), mengemukakan bahwa teori tersebut relevan dengan seseorang yang mempunyai literasi keuangan yang baik karena mampu memiliki minat kembali untuk melakukan keputusan dalam berinvestasi pada layanan aplikasi PDS. Literasi keuangan seseorang dalam pengambilan keputusan investasi tabungan emas menggunakan aplikasi PDS akan dipengaruhi oleh minat yang dimilikinya, jika seseorang memiliki literasi yang tinggi maka minat investasi terhadap keputusan investasi tersebut juga tinggi. Pada penelitian Yani & Cerya (2024), menyatakan bahwa minat mampu memediasi pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan investasi. Hal ini sesuai

dengan teori Ajzen (1991), bahwa minat berfungsi selaku penghubung antara faktor latar belakang beserta tindakan atau perilaku seseorang. Sama halnya dengan penelitian Pramesti & Sugiastuti (2024), yang menemukan bahwa minat memediasi pengaruh literasi keuangan pada keputusan investasi.

H7: Literasi Keuangan Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Keputusan Investasi Melalui Minat

Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka Konseptual

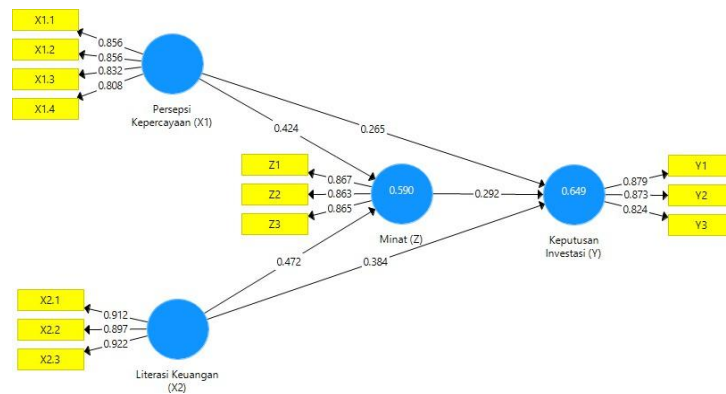
Metode Penelitian

Data penelitian ini diperoleh tidak hanya dari penyebaran kuesioner, tetapi juga melalui observasi lapangan dan kajian literatur. Pendekatan yang digunakan bersifat kuantitatif, dengan pengukuran variabel mengandalkan skala likert 1 sampai 5. Melalui pemanfaatan aplikasi Pegadaian *Digital Service* (PDS), Pegadaian Cabang Mojosari memfasilitasi aktivitas investasi emas sepanjang periode 2022–2024. Sampel penelitian ditentukan secara *purposive* dan mencakup 130 responden. Adapun keterhubungan antar variabel dianalisis menggunakan teknik *Partial Least Squares* (PLS).

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL PENELITIAN

Outer Model



Gambar 2. Model PLS

Sumber: Hasil Penelitian (Data diolah, 2025)

Output PLS pada gambar diatas, menyajikan besaran nilai *factor loading* dari tiap indikator yang terletak segaris dengan tanda panah yang menghubungkan variabel dan indicator, juga menampilkan besaran koefisien jalur (*path coefficient*) yang terletak segaris dengan tanda panah yang menghubungkan variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai dari *R-Square* juga nampak, tepatnya pada lingkaran variabel endogen, yaitu Keputusan Investasi (Y).

Tabel 2. Outer Loading

	PERSEPSI KEPERCAYAAN	LITERASI KEUANGAN	MINAT	KEPUTUSAN INVESTASI
X1.1	0,856			
X1.2	0,856			
X1.3	0,832			
X1.4	0,808			
X2.1		0,912		
X2.2		0,897		
X2.3		0,922		
Y1			0,897	
Y2			0,873	
Y3			0,824	
Z1				0,867
Z2				0,863
Z3				0,865

Berdasarkan dari tabel diatas seluruh indikator pada masing-masing variabel menunjukkan nilai *factor loading* > 0,50, yang berarti konstruk tersebut menunjukkan validitas konvergen yang baik.

Tabel 3. Cross Loading

	PERSEPSI KEPERCAYAAN	LITERASI KEUANGAN	MINAT	KEPUTUSAN INVESTASI
X1.1	0,856			
X1.2	0,856			
X1.3	0,832			
X1.4	0,808			
X2.1		0,912		
X2.2		0,897		
X2.3		0,922		
Y1			0,867	
Y2			0,863	
Y3			0,865	
Z1				0,879
Z2				0,873
Z3				0,824

Indikator maupun variabel laten dinyatakan sah apabila nilai *factor loading*-nya melampaui ambang 0,50. Pencapaian nilai ini merefleksikan bahwasanya konstruksi model sudah memiliki validitas konvergen yang memadai. Rincian nilai *loading* tersebut dapat diamati pada tabel yang telah dipaparkan sebelumnya.

Tabel 4. Average Variance Extracted (AVE)

	(AVE)
Persepsi Kepercayaan (X1)	0,702
Literasi Keuangan (X2)	0,829
Minat (Z)	0,748
Keputusan Investasi (Y)	0,738

Seluruh variabel pada penelitian ini dinyatakan valid, mengingat hasil uji Average Variance Extracted (AVE) memperlihatkan nilai 0,702 pada konstruk Persepsi Kepercayaan (X1), Literasi Keuangan (X2), Keputusan Investasi (Y), serta Minat. Rincian capaian AVE untuk masing-masing konstruk tersaji pada tabel 4.

Tabel 5. R-Square

	R Square
Keputusan Investasi (Y)	0,649
Minat (Z)	0,590

Merujuk pada tabel, dapat dipahami bahwa konstruk Persepsi Kepercayaan (X1), Literasi Keuangan (X2), beserta Keputusan Investasi (Y) mampu menerangkan variabel penelitian (Z) dengan nilai sebesar 0,649 atau setara 64,9%. Di sisi lain, variabel (Z) sendiri mencatatkan koefisien determinasi senilai 0,590, yang ekuivalen dengan 59%.

Tabel 6. Path Coefficients Efek Langsung

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
(X1) -> (Y)	0,265	0,268	0,072	3,678	0,000
(X2) -> (Y)	0,384	0,382	0,056	6,849	0,000
(X1) -> (Z)	0,424	0,432	0,065	6,533	0,000
(X2) -> (Z)	0,472	0,465	0,066	7,146	0,000
(Z) -> (Y)	0,292	0,293	0,084	3,502	0,001

Hipotesis 1 (H1) menegaskan bahwa Persepsi Kepercayaan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Investasi (Y). Selanjutnya, Hipotesis 2 (H2) menyatakan bahwa Literasi Keuangan (X2) memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Investasi (Y). Hipotesis 3 (H3) menegaskan bahwa Persepsi Kepercayaan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat (Z). Hipotesis 4 (H4) menyatakan bahwasanya Literasi Keuangan (X2) memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat (Z). Hipotesis 5 (H5) menyatakan bahwasanya Minat (Z) berpegaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Investasi (Y). Dapat di lihat pada tabel diatas bahwa tiap hubungan antar variabel memiliki nilai P values < skor $\alpha = 0,05$, karenanya masing-masing hubungan antar variabel membawa pengaruh positif dan signifikan.

Tabel 7. Path Coefficients Efek Tidak Langsung

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
(X1) -> (Z) -> (Y)	0,124	0,127	0,043	2,890	0,004
(X2) -> (Z) -> (Y)	0,138	0,137	0,045	3,044	0,002

Berdasarkan Hipotesis 6, diperoleh nilai koefisien jalur sebesar 0,124 dengan signifikansi $p = 0,004$, yang nilainya < 0,05. Hal tersebut mengindikasikan bahwasannya Persepsi Kepercayaan (X1) memengaruhi Keputusan Investasi (Y) melalui mekanisme mediasi tidak langsung oleh variabel Minat (Z). Selanjutnya, Hipotesis 7 memperlihatkan bahwa Literasi Keuangan (X2) melalui dengan Minat (Z) memberikan pengaruh positif dan signifikan pada proses pengambilan Keputusan Investasi (Y).

PEMBAHASAN

Pengaruh Persepsi Kepercayaan terhadap Keputusan Investasi

Sebagaimana yang ditunjukkan pada Hipotesis 1, persepsi kepercayaan berdampak besar dan positif pada keputusan investasi. Menurut TPB, persepsi kepercayaan adalah bagian dari sikap terhadap tindakan yang membentuk nilai positif, yang mendorong orang untuk berinvestasi dalam tabungan emas melalui layanan PDS. Namun, menurut TAM, persepsi kepercayaan adalah komponen utama yang membentuk keyakinan orang untuk berinvestasi dalam tabungan emas. Pengguna cenderung melakukan investasi yang lebih rasional ketika aplikasi dianggap dapat diandalkan menurut (Mujityara & Purwanto, 2021). Akibatnya, kepercayaan pelanggan Pegadaian cabang Mojosari terhadap penggunaan PDS berdampak langsung pada keputusan investasi mereka.

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Keputusan Investasi

Hasil uji Hipotesis 2 menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap proses pengambilan keputusan investasi. Aplikasi PDS berperan dalam memfasilitasi masyarakat untuk berinvestasi melalui produk tabungan emas. Dalam kerangka TPB, literasi keuangan diasosiasikan dengan dorongan positif terhadap manajemen risiko. Sementara itu, TAM menegaskan pentingnya pengetahuan mengenai layanan investasi *digital*, karena persepsi akan manfaat serta kemudahan penggunaan menjadi faktor penentu penerimaannya. Nasabah yang memahami instrumen investasi cenderung mengambil keputusan yang lebih menguntungkan. Temuan ini selaras pada hasil penelitian Pertiwi *et al.* (2020), yang menegaskan bahwasannya literasi keuangan memengaruhi perilaku investasi. Dengan demikian, para penabung emas melalui aplikasi PDS di Cabang Mojosari mempunyai kemampuan yang lebih unggul dalam berinvestasi sekaligus mengatur keuangan mereka dengan lebih optimal.

Pengaruh Persepsi Kepercayaan terhadap Minat

Hasil pengujian Hipotesis 3 memperlihatkan bahwasanya persepsi kepercayaan memengaruhi minat secara positif dan signifikan. Berdasarkan teori TPB, persepsi kepercayaan merupakan bagian dari sikap terhadap perilaku dan membentuk nilai positif yang mempengaruhi seseorang untuk tertarik menabung emas di aplikasi PDS secara berulang. Dalam teori TAM, persepsi kepercayaan berperan penting dalam menentukan apakah seseorang percaya pada layanan *digital* dan akan memengaruhi minat mereka untuk menggunakan layanan tersebut secara berulang. Ketika nasabah merasa yakin dan percaya menggunakan aplikasi PDS untuk menabung emas, mereka akan lebih mendukung keputusan investasi. Hal ini sesuai dengan penelitian (Savanah & Takarini, 2021). Jadi, jika nasabah pegadaian cabang Mojosari memilih menabung emas melalui aplikasi PDS karena merasa percaya pada aplikasi tersebut, maka mereka akan lebih tertarik untuk kembali berinvestasi emas.

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Minat

Hasil uji Hipotesis 4 memperlihatkan bahwa literasi keuangan memberikan pengaruh positif dan signifikan pada tingkat minat. Individu yang menabung emas melalui aplikasi PDS umumnya memiliki kecakapan keuangan yang memadai, sebagaimana dijelaskan dalam kerangka teori TPB. Namun, dari sudut pandang teori TAM, pengetahuan tentang layanan investasi *digital* merupakan faktor penentu utama yang memicu timbulnya niat berulang dalam penggunaannya. Pemahaman yang lebih baik terhadap mekanisme instrumen investasi akan memperkuat komitmen pengguna untuk tetap memanfaatkannya. Temuan ini sejalan dengan Qowiyamatin & Yuniningsih (2021), yang menegaskan adanya keterkaitan erat antara literasi keuangan dan minat. Dengan demikian, nasabah Pegadaian Cabang Mojosari menunjukkan antusiasme tinggi dalam mengakses aplikasi PDS sebagai sarana menabung emas.

Pengaruh Minat terhadap Keputusan Investasi

Uji Hipotesis 5 menegaskan bahwa keputusan investasi memperoleh pengaruh signifikan dari faktor minat. Dalam kerangka teori TPB, sikap positif dalam mengelola risiko menjadi faktor pendorong utama yang membuat individu tetap konsisten menabung emas. Sementara itu, menurut teori TAM, variabel minat memiliki peran penting dalam membangun tingkat pemahaman individu terhadap instrumen investasi *digital*, yang pada akhirnya berpengaruh terhadap keberlanjutan penggunaan layanan tersebut. Nasabah yang memiliki literasi keuangan umumnya menunjukkan konsistensi dalam

penggunaan instrumen investasi. Temuan ini selaras dengan penelitian Pertiwi & Warmana (2025), yang menggaris bawahi peranan dominan minat dalam memengaruhi keputusan investasi. Oleh karenanya, nasabah di Pegadaian Cabang Mojosari memperlihatkan kecenderungan kuat untuk terus memanfaatkan aplikasi PDS dalam aktivitas menabung emas.

Pengaruh Persepsi Kepercayaan terhadap Keputusan Investasi melalui Minat

Hasil uji hipotesis 6 memperlihatkan bahwasanya persepsi kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi melalui minat. Dalam kerangka teori TPB, persepsi kepercayaan membentuk nilai positif yang mendorong minat individu untuk mengambil keputusan investasi tabungan emas melalui aplikasi PDS. Sedangkan dalam teori TAM, persepsi kepercayaan dipandang sebagai faktor kunci yang menumbuhkan minat terhadap suatu layanan digital, yang pada gilirannya mendorong individu untuk melakukan keputusan investasi. Apabila nasabah merasa sangat percaya dalam menggunakan aplikasi tersebut, mereka akan lebih cenderung memiliki sikap yang mendukung pengambilan keputusan investasi, sejalan dengan penelitian (Natalie & Listen, 2021). Dengan demikian, nasabah Pegadaian Cabang Mojosari yang menabung emas melalui aplikasi PDS karena dilandasi rasa percaya terhadap aplikasi tersebut akan terdorong untuk mengambil keputusan berinvestasi.

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Keputusan Investasi melalui Minat

Pengujian Hipotesis 7 memperlihatkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif sekaligus signifikan terhadap munculnya dorongan minat maupun pada pengambilan keputusan investasi. Individu yang memiliki kesadaran finansial lebih matang cenderung menyalurkan preferensi investasinya ke dalam produk tabungan emas melalui aplikasi PDS, sebagaimana dijelaskan dalam kerangka teori TPB. Sementara itu, pada teori TAM menegaskan bahwa kapasitas pemahaman finansial merupakan penyebab utama dalam penerimaan seseorang terhadap layanan investasi *digital*. Pemahaman yang lebih luas terhadap instrumen investasi tidak hanya menumbuhkan minat, tetapi juga mendorong individu untuk membuat keputusan investasi yang lebih bijak dan rasional. Kesimpulan ini bersesuaian dengan hasil kajian Pramesti & Sugiastuti (2024) dan penelitian Yani & Cerya (2024) yang mengidentifikasi minat sebagai mekanisme mediasi antara faktor-faktor latar belakang dengan perilaku aktual individu.

PENUTUP

Hasil pengujian dan analisis menunjukkan bahwa persepsi kepercayaan berdampak pada keputusan investasi, literasi keuangan memengaruhi keputusan investasi, serta minat juga berperan dalam membentuk keputusan investasi. Selain hal tersebut, persepsi kepercayaan berdampak pada minat, literasi keuangan memengaruhi minat, serta persepsi kepercayaan dan literasi keuangan secara tidak langsung memengaruhi keputusan investasi melalui minat.

Saran untuk perusahaan, sebaiknya terus meningkatkan keamanan dan keandalan aplikasi Pegadaian *Digital Service* (PDS) guna memperkuat persepsi kepercayaan nasabah. Upaya ini dapat dilakukan dengan menyempurnakan fitur keamanan, menjaga transparansi informasi, serta memberikan respons cepat terhadap kendala teknis. Peningkatan tersebut berpotensi mendorong keputusan investasi pada tabungan emas melalui aplikasi PDS. Saran untuk peneliti berikutnya, disarankan agar penelitian selanjutnya memasukkan faktor-faktor tambahan yang berpotensi memengaruhi keputusan investasi, misalnya tingkat pendidikan, pendapatan, pengaruh sosial, atau faktor psikologis lain yang belum dibahas dalam penelitian ini. Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi variabel-variabel tambahan yang ikut berperan dalam memengaruhi keputusan investasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179-211.
- Ayumi, R. N. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Pengetahuan Investasi Melalui Minat Investasi Sebagai Variabel Intervening Terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa. *Jurnal Manajemen, Hukum dan Sosial*, 2(1).
- Aziza, N., & Aviola, N. K. (2024). The influence of corporate governance on financial performance with risk management as mediating variable. *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen (JABM)*, 10(1), 11-11.
- Fadilah, K., & Fazizah, A. (2023). Pengaruh Fluktuasi Harga Emas, Promosi, Dan Resiko Investasi Terhadap Minat Masyarakat Pada Produk Tabungan Emas. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 2(3), 164-175.
- Kholbi, A. N., Sopingi, I., & Kusuma, K. C. Y. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Personal Religius Terhadap Minat Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia. *Journal of Institution and Sharia Finance*, 6(2), 75-88.
- Lasfiana, E. (2023). Pengaruh Harga, Kepercayaan, Dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Tiktok Shop (Doctoral dissertation, Universitas Bina Darma).
- Mujityara, E., & Purwanto, E. (2021). Analisa Keputusan Investasi Keuangan Ada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UPN Veteran Jawa Timur. *Revitalisasi: Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(2), 169-176.
- Mumtazah, M. R., & Anwar, M. (2022). Analisis pengaruh herding behavior dalam memoderasi keputusan investasi saham pada Mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 5(1), 115-123.
- Nadhifah, R., & Anwar, M. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Toleransi Risiko Terhadap Keputusan Investasi (Studi Pada Warga Desa Sekapuk Kabupaten Gresik). *E-Bisnis: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 14(2), 1-11.
- Nasih, A. M. N., Gati, V., & Rahayu, S. (2024). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, Persepsi Kepercayaan, Persepsi Risiko Dan Persepsi Hambatan Terhadap Minat Menggunakan QRIS yang Dimediasi Oleh Sikap Terhadap QRIS. *Jurnal Akuntansi AKUNESA*, 12(3), 302-316.
- Natalie, T., & Listen, G. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan dan Persepsi Risiko pada Pemabayaran Elektronik Terhadap Minat Menggunakan Ulang Gopay (Studi Kasus di Kalangan Mahasiswa Fakultas Bisnis Universitas Buddhi Dharma). 1(1).
- Nirmala, A. N., Agustina, Y., Subagyo, S., & Istanti, L. N. (2024). Pengaruh Hedonic Lifestyle, Literasi Keuangan dan Sikap Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan pada Generasi Z dengan Gender sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ekonomi Akuntansi dan Manajemen*, 23(2), 155-176.
- Nurfadilah, N., Wahyuni, I., & Subaida, I. (2022). Pengaruh Pengetahuan Investasi Dan Kemajuan Teknologi Terhadap Keputusan Investasi Dengan Minat Investasi Sebagai Variabel Intervening (Studi Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Abdurachman Saleh

Situbondo). *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 1(8), 1630.
<https://doi.org/10.36841/jme.v1i8.2209>

- Nurfadilah, N., Wahyuni, I., & Subaida, I. (2022). Pengaruh Pengetahuan Investasi Dan Kemajuan Teknologi Terhadap Keputusan Investasi Dengan Minat Investasi Sebagai Variabel Intervening (Studi Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Abdurachman Saleh Situbondo). *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 1(8), 1630-1644.
- Pertiwi, T. K., & Warmana, G. O. (2025). The Impact of Behavioral Biases with Investment Interest as a Mediating Variabel on Online Investment Decition Making Among Generation Z. *Management Science Research Journal*, 4(1), 51-64.
- Pertiwi, T. K., Purwanto, E., Kusuma, I. D., Dewi, S., & Kisdayanti, L. (2022). Impact of perceived benefits, security, and privacy on interest in using e-wallet in millennial generation. *International Journal of Multidisciplinary Research and Analysis*, 5(05), 1051-1057.
- Pertiwi, T. K., Wardani, N. I. K., & Septentia, I. (2020). Knowledge, experience, financial satisfaction, and investment decisions: Gender as a moderating variable. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 22(1), 57-64.
- Pramesti, R., & Sugiastuti, R. H. (2024). Dampak Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Investasi Saham: Peran Minat Investasi sebagai Variabel Intervening pada Komunitas Pasar Modal Muda Malang. *SKETSA BISNIS*, 11(02), 336-358.
- Pratama, N. D., & Yuliafitri, I. (2024). Pengaruh Kemudahan dan Tingkat Kepercayaan pada Platform Investasi Online serta Literasi Keuangan terhadap Minat Berinvestasi di Pasar Modal Syariah. *Jurnal Alwatzikhoebillah: Kajian Islam, Pendidikan, Ekonomi, Humaniora*, 10(1), 18-28.
- Putri, S. H. D. E., & Saputra, A. (2023). Pengaruh citra merek, kepercayaan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Pixy Two Way Cake di Kota Batam.
- Qowiyamin, H., & Yuniningsih, Y. (2021). Literasi Keuangan, Motivasi, Preferensi Risiko Terhadap Minat Investasi Saham Mahasiswa FEB UPN "Veteran" Jawa Timur. Diss. UPN "Veteran" Jawa Timur.
- Ristiana, N., & Widyastuti, E. (2022). Analisis pengaruh literasi keuangan digital terhadap minat mahasiswa dalam penggunaan layanan e-banking. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 7(1), 425-444.
- Sahriani, P. (2020). Pengaruh persepsi dan kepercayaan nasabah terhadap keputusan pembelian Produk Amanah pada PT. Pegadaian (Persero) cabang syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan (Doctoral dissertation, IAIN Padangsidimpuan).
- Savanah, A. N., & Takarini, N. (2021). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat investasi keuangan pada mahasiswa manajemen UPN "Veteran" Jawa Timur. *Jurnal Sosial Ekonomi dan Politik (JSEP)*, 2(2).
- Setiarini, N. (2021). Pengaruh Kualitas Website, Persepsi Kepercayaan, Kualitas Produk, Harga Dan Variasi Produk Terhadap Minat Pembelian Secara Online Pada Situs Belanja Online Blibli (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia).

- Siswoyo, R. R., & Agus, R. (2022). Pengaruh Digitalisasi, Motivasi Dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Berinvestasi Tabungan Emas Di Pegadaian. Prosiding Konferensi Nasional Social & Engineering Polmed (KONSEP), 3(1), 653-662.
- Yani, R., & Cerya, E. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pengetahuan Investasi Terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Negeri Padang Melalui Minat Investasi Sebagai Variabel Intervening. Wawasan: Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi dan Kewirausahaan, 2(1), 201-216.