



Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kebermanfaatan, dan Kepatuhan Syariah terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Investasi Emas Digital

Gilang Syahananta Putra^{1*}, Rachma Indrarini²,

¹⁻²Ekonomi Islam, Universitas Negeri Surabaya, Indonesia

*Penulis Korespondensi: gilang.23185@mhs.unesa.ac.id

Abstract. *The development of financial technology has given rise to digital gold investment applications that make it easier for people to invest in gold in varying amounts. However, sharia financial literacy and inclusion in Indonesia remain relatively low. Previous studies have also focused mainly on knowledge, risk, and attitude, leaving limited research that examines perceived ease of use, perceived usefulness, and sharia compliance simultaneously. This study aims to analyze the effect of these three variables on the intention to use digital gold investment applications. A quantitative associative approach was employed. Data were collected through an online Likert-scale questionnaire from 170 prospective users selected by purposive sampling and analyzed using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) with SmartPLS 4. The results show that perceived ease of use and sharia compliance have a positive and significant effect on intention to use, whereas perceived usefulness has no significant effect. The three variables explain 54.2% of the variation in intention to use, with sharia compliance having the strongest effect. These findings suggest that application providers should communicate their sharia compliance transparently and simplify the user process for beginners*

Keywords: *Digital Gold Investment; Intention to Use; Perceived Ease of Use; Perceived Usefulness; Sharia Compliance.*

Abstrak. Perkembangan teknologi finansial telah melahirkan aplikasi investasi emas digital yang memudahkan masyarakat berinvestasi emas, dengan jumlah yang bervariasi. Namun, tingkat literasi dan inklusi keuangan syariah di Indonesia masih tergolong rendah. Penelitian terdahulu juga lebih banyak menyoroti faktor pengetahuan, risiko, dan sikap, sehingga kajian yang menguji persepsi kemudahan, persepsi kebermanfaatan, dan kepatuhan syariah secara bersamaan masih terbatas. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh ketiga variabel tersebut terhadap minat penggunaan aplikasi investasi emas digital. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif. Data dikumpulkan melalui kuesioner daring berskala Likert dari 170 calon pengguna yang dipilih dengan teknik *purposive sampling*, lalu dianalisis menggunakan *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan SmartPLS 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan dan kepatuhan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan, sedangkan persepsi kebermanfaatan tidak berpengaruh signifikan. Ketiga variabel mampu menjelaskan 54,2% variasi minat penggunaan, dan kepatuhan syariah menjadi faktor dengan pengaruh terbesar. Temuan ini menunjukkan bahwa penyedia aplikasi perlu menyampaikan aspek kepatuhan syariah secara transparan dan menyederhanakan proses penggunaan bagi pengguna pemula.

Kata kunci: Investasi Emas Digital; Kepatuhan Syariah; Minat Penggunaan; Persepsi Kebermanfaatan; Persepsi Kemudahan.

1. LATAR BELAKANG

Transformasi digital telah mengubah pola interaksi masyarakat dengan lembaga keuangan, termasuk dalam aktivitas investasi. Pertumbuhan teknologi finansial (*fintech*) di Indonesia telah meningkatkan akses masyarakat ke berbagai layanan keuangan yang berbasis digital. Peningkatan akses tersebut terlihat dalam Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2026, yang mencatat indeks inklusi keuangan nasional di angka 93,61% dan tingkat literasi keuangan di 69,57%. Namun, pada sektor syariah angkanya masih jauh lebih rendah: literasi baru mencapai 43,07% dan inklusi 13,24% (Otoritas Jasa Keuangan [OJK], 2026). Fenomena ini menunjukkan bahwa akses masyarakat terhadap layanan keuangan

sudah luas, tetapi pemahaman dan pemanfaatan produk keuangan syariah masih perlu ditingkatkan. Di sisi lain, masyarakat semakin terbuka terhadap layanan keuangan digital, yang tampak dari tingginya minat menggunakan dompet elektronik seperti LinkAja karena didorong oleh promosi dan fitur layanan (Endriyanto & Indrarini, 2022). Keterbukaan ini turut mendorong lahirnya berbagai instrumen investasi berbasis digital, salah satu bentuk investasi digital adalah emas, yang dikenal sebagai instrumen aman (*safe haven*) karena nilainya relatif stabil terhadap inflasi.

Seiring dengan kemajuan dalam dunia digital, minat masyarakat mengenai investasi meningkat secara signifikan. Jumlah peserta di pasar modal tumbuh dari 14,87 juta di tahun 2024 menjadi 20,35 juta pada tahun 2025, dan diperkirakan akan mencapai 27,75 juta pada Mei 2026. Dari keseluruhan angka tersebut, 54,37% berasal dari individu yang berusia di bawah 30 tahun (Kustodian Sentral Efek Indonesia [KSEI], 2026) Berdasarkan laporan dari World Gold Council (2026), permintaan untuk emas batangan dan koin di Indonesia pada kuartal kedua tahun 2026 telah mencapai 14,5 ton, yang menunjukkan peningkatan sebesar 40% dibandingkan dengan tahun sebelumnya pada periode yang sama

Ketertarikan terhadap emas kini juga diimplementasikan melalui platform investasi emas digital seperti Tring by Pegadaian, Treasury, dan Pluang. Platform-platform ini memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk membeli, menyimpan, dan menjual emas dengan jumlah yang bervariasi, sehingga membuat investasi emas menjadi lebih terbuka dan mudah diakses. Pertumbuhan ini dapat dilihat dari total nilai transaksi emas digital pada tahun 2024 yang mencapai Rp58,3 triliun, meningkat sebesar 466%, dengan volume mencapai 47,4 ton. Bagi umat muslim, transaksi emas dengan cara tidak tunai diizinkan selagi sesuai dengan ketentuan Fatwa DSN-MUI Nomor 77/DSN-MUI/V/2010. Oleh karena itu, di samping kemudahan dan keuntungan dari aplikasi, kesesuaian layanan dengan prinsip syariah menjadi faktor utama yang dipertimbangkan oleh para calon pengguna.

Kajian mengenai minat berinvestasi emas sesungguhnya pernah dilakukan oleh Rahma dan Canggih (2021), yang menemukan bahwa pengetahuan dan latar belakang pendidikan berhubungan positif dengan minat masyarakat berinvestasi emas. Dalam kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM), Ariyanti, Muyassarrah, dan Mardhiyaturrositaningsih (2026) telah membuktikan bahwa kemudahan dalam penggunaan berpengaruh signifikan terhadap minat investasi emas digital. Sementara itu, Astuti dan Saputra (2022) menemukan bahwa kepatuhan syariah berpengaruh terhadap minat bertransaksi menggunakan layanan perbankan digital syariah. Kajian tentang niat berinvestasi emas digital syariah pada pemuda muslim (Luthfi & Hati, 2025) serta penerimaan aplikasi emas digital melalui model TAM (Kurniawan, Milanda,

& Primastiwi, 2022) juga mulai berkembang. Namun, kajian tentang minat investasi emas digital selama ini cenderung berfokus pada faktor pengetahuan, risiko, atau sikap (Kurniawan, Maulana, & Shihab, 2023; Manik, Fadillah, & Jannah, 2021). Penelitian yang menguji persepsi kemudahan, kebermanfaatan, dan kepatuhan syariah secara bersamaan masih jarang dijumpai.

Berdasarkan uraian, kesenjangan penelitian (*research gap*) yang teridentifikasi adalah perlunya kajian yang secara khusus menguji pengaruh persepsi kemudahan, kebermanfaatan, dan kepatuhan syariah terhadap minat penggunaan aplikasi investasi emas digital. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan guna memberikan kontribusi empiris sekaligus rekomendasi praktis bagi penyedia layanan dalam menyusun strategi pemasaran dan pengembangan aplikasi investasi emas digital. Kebaruan penelitian ini terletak pada pengintegrasian persepsi kemudahan, persepsi kebermanfaatan, dan kepatuhan syariah ke dalam satu model penelitian untuk menjelaskan minat penggunaan aplikasi investasi emas digital pada calon pengguna yang belum pernah bertransaksi. Pendekatan ini menjembatani aspek fungsional dalam *Technology Acceptance Model* dengan aspek normatif kepatuhan syariah dalam konteks instrumen investasi emas digital. Berdasarkan latar belakang tersebut, tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan, persepsi kebermanfaatan, dan kepatuhan syariah terhadap minat penggunaan aplikasi investasi emas digital.

1. KAJIAN TEORITIS

Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989) merupakan salah satu model yang paling banyak digunakan untuk menjelaskan penerimaan dan adopsi teknologi informasi oleh pengguna. TAM menjelaskan bahwa penerimaan suatu teknologi ditentukan oleh dua konstruk utama, yaitu *perceived usefulness* (persepsi kebermanfaatan) dan *perceived ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan), yang keduanya secara bersama-sama membentuk sikap dan pada akhirnya memengaruhi minat perilaku (*behavioral intention*) untuk menggunakan suatu sistem. Dalam perkembangannya, model ini banyak diadaptasi dan diperluas pada konteks layanan keuangan digital dan *fintech* syariah dengan menambahkan konstruk lain seperti kepercayaan (*trust*) dan kepatuhan syariah (*sharia compliance*) sebagai faktor tambahan yang turut membentuk minat penggunaan (Winarto & Parwoto 2024). Relevansi TAM juga terbukti pada berbagai konteks aplikasi lain, termasuk aplikasi kesehatan (Park, Lee, & Choi, 2025), yang menunjukkan generalisasi model ini lintas jenis layanan digital.

Minat Penggunaan (*Behavioral Intention to Use*)

Minat penggunaan lazim diposisikan sebagai *behavioral intention*, yaitu kesiapan atau kecenderungan seseorang untuk menggunakan suatu teknologi. Dalam kerangka TAM dan berbagai kajian *fintech* syariah, minat penggunaan dipengaruhi oleh persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan, sikap, dan kepercayaan pengguna. Kajian pada layanan perbankan syariah menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah turut membentuk sikap dan norma subjektif yang pada akhirnya memperkuat minat penggunaan (Safitri, Wuryaningsih, Amrullah, & Novianti, 2025). Demikian pula pada aplikasi berbasis maqashid syariah, kesesuaian prinsip syariah terbukti memperkuat relevansi TAM dalam menjelaskan minat penggunaan (Sahroni, Hasanah, & Arifin, 2022). Indikator minat penggunaan pada penelitian ini merujuk pada Astuti dan Saputra (2022), yang meliputi: (1) konsistensi; (2) sesuai; (3) kepuasan; dan (4) rekomendasi.

Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*)

Persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai tingkat keyakinan seseorang bahwa penggunaan suatu sistem teknologi tidak memerlukan usaha yang besar (Davis, 1989). Pada aplikasi keuangan digital, kemudahan penggunaan tercermin dari kejelasan tata fungsi, kemudahan navigasi, serta antarmuka yang ramah pengguna (*user-friendly*). Kemudahan penggunaan juga terbukti berkontribusi terhadap pembentukan sikap positif, persepsi kebermanfaatan, dan pada akhirnya minat penggunaan suatu aplikasi (Winarto & Parwoto, 2024). Merujuk pada Davis (1989) sebagaimana dikutip dalam Ristiyantina, Sulistiyani, dan Taviyastuti (2022), persepsi kemudahan penggunaan dapat diukur melalui indikator: (1) mudah untuk dioperasikan; (2) jelas dan mudah dimengerti; (3) fleksibel dalam berinteraksi; (4) mudah digunakan secara keseluruhan; dan (5) mudah dipelajari.

Persepsi Kebermanfaatan (*Perceived Usefulness*)

Persepsi kebermanfaatan adalah keyakinan individu bahwa penggunaan suatu sistem akan meningkatkan kinerja dan memberikan manfaat nyata bagi penggunanya (Davis, 1989). Dalam berbagai kajian mengenai adopsi teknologi keuangan, persepsi kebermanfaatan secara konsisten terbukti menjadi salah satu pendorong terkuat minat penggunaan, karena pengguna cenderung mengadopsi teknologi yang dipandang mampu mempermudah dan mempercepat aktivitas transaksi maupun investasi mereka. Pada konteks *fintech* syariah, persepsi kebermanfaatan bahkan turut memperkuat kepercayaan dan sikap positif pengguna terhadap layanan (Winarto & Parwoto, 2024). Indikator persepsi kebermanfaatan yang digunakan dalam penelitian ini merujuk pada Davis (1989) dalam Ristiyantina, Sulistiyani, dan Taviyastuti

(2022), meliputi: (1) mempercepat pekerjaan; (2) peningkatan kinerja; (3) mempermudah pekerjaan; (4) peningkatan produktivitas; dan (5) keterampilan pengguna akan bertambah.

Kepatuhan Syariah (*Sharia Compliance*)

Kepatuhan syariah merupakan konstruk yang mencerminkan sejauh mana suatu produk atau layanan keuangan telah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, seperti larangan *riba*, *gharar*, dan *maisir*. Kepatuhan syariah merupakan konstruk penting dalam adopsi *fintech* syariah karena berperan dalam membentuk kepercayaan (*trust*) dan sikap penggunaan layanan digital berbasis Islam (Astuti & Saputra, 2022). Pada layanan keuangan syariah digital, integrasi prinsip syariah dalam sistem turut mendukung tumbuhnya kepercayaan dan minat adopsi masyarakat (Winarto & Parwoto, 2024). Indikator kepatuhan syariah dalam penelitian ini mengacu pada Astuti dan Saputra (2022), yaitu: (1) tampilan sistem sesuai syariah; (2) produk sesuai prinsip syariah; dan (3) pengelolaan secara syariah.

Penelitian Terdahulu dan Pengembangan Hipotesis

Ariyanti, Muyassarrah, dan Mardhiyaturrositaningsih (2026) menemukan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi emas digital pada nasabah perbankan syariah di Kota Semarang. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin mudah suatu aplikasi digunakan, semakin besar minat seseorang untuk berinvestasi melaluinya.

Pada aspek kebermanfaatan, Atieq dan Azizah (2022) membuktikan bahwa persepsi kebermanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan syariah digital di Pegadaian Syariah Indramayu. Temuan ini diperkuat oleh Muthi'ah dan Indrarini (2023), yang menunjukkan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan dompet digital syariah.

Selain faktor teknologi, Astuti dan Saputra (2022) menemukan bahwa kepatuhan syariah berpengaruh signifikan terhadap minat transaksi menggunakan BSI Mobile. Pentingnya aspek keagamaan juga tampak dalam penelitian Revonnarta dan Indrarini (2021), yang menemukan bahwa religiusitas dan citra bank syariah berpengaruh signifikan terhadap minat menabung di bank syariah. Temuan serupa ditunjukkan oleh Andini dan Indrarini (2024): religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan mobile banking bank syariah.

Kerangka Pemikiran

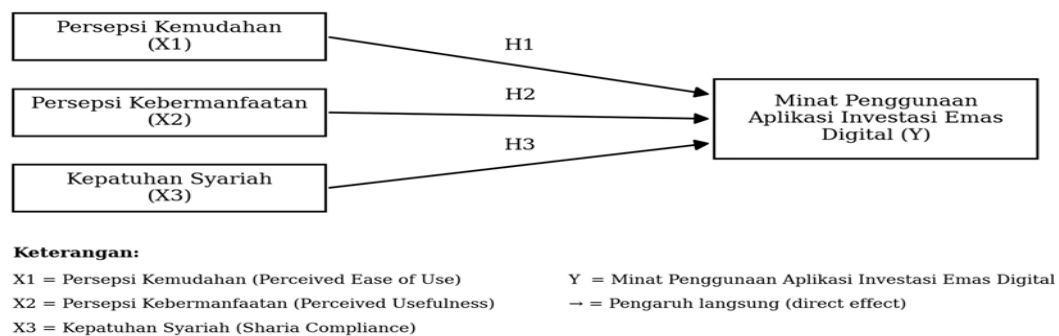
Berdasarkan kajian teoritis di atas, penelitian ini menyusun kerangka pemikiran bahwa persepsi kemudahan (X1), persepsi kebermanfaatan (X2), dan kepatuhan syariah (X3) memengaruhi minat penggunaan aplikasi investasi emas digital (Y). Berdasarkan kerangka pemikiran tersebut, hipotesis yang dibangun dalam penelitian ini adalah:

H1: Persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi investasi emas digital.

H2: Persepsi kebermanfaatan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi investasi emas digital.

H3: Kepatuhan syariah berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi investasi emas digital.

Kerangka pemikiran dan hipotesis tersebut secara ringkas digambarkan pada Gambar 1



Gambar 1. Model Penelitian.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif asosiatif untuk menganalisis pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kebermanfaatan, dan Kepatuhan Syariah terhadap Minat Penggunaan aplikasi investasi emas digital. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner tertutup berskala Likert 1–5 yang disebarakan secara daring melalui platform, WhatsApp, Instagram, dan X, kemudian diolah menggunakan pendekatan Structural Equation Modeling berbasis Partial Least Squares (PLS-SEM) dengan perangkat lunak SmartPLS 4 (Ringle, Wende, & Becker, 2024). Populasi penelitian ini adalah masyarakat yang berminat menggunakan aplikasi investasi emas digital, dengan teknik *non-probability sampling* melalui metode *purposive sampling*. Mengacu pada pedoman Hair, Hult, Ringle, dan Sarstedt (2017), yang menyarankan ukuran sampel sebesar 5–10 kali jumlah indikator, ditetapkan jumlah sampel sebanyak 170 responden (10×17 indikator). Kriteria responden meliputi: berusia minimal 17 tahun, mengetahui aplikasi investasi emas digital seperti Tring by Pegadaian dan sejenisnya, serta belum pernah bertransaksi tetapi berminat menggunakan aplikasi tersebut dalam waktu dekat.

Analisis dilakukan dengan mengevaluasi model pengukuran (*outer model*), meliputi uji validitas konvergen (*outer loading* dan *Average Variance Extracted/AVE*), uji reliabilitas (*Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*), serta uji validitas diskriminan (*Heterotrait-*

Monotrait Ratio/HTMT). Selanjutnya dilakukan evaluasi model struktural (*inner model*) melalui uji multikolinearitas (VIF), R-Square (R^2), dan F-Square (F^2) (Hair & Alamer, 2022). Pengujian hipotesis dilakukan dengan metode bootstrapping untuk memperoleh nilai koefisien jalur (*path coefficient*), t-statistic, dan p-value pada tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$). Hipotesis diterima apabila nilai t-statistic lebih besar dari 1,96 dan nilai p-value lebih kecil dari 0,05.

Tabel 1. Definisi Operasional dan Indikator Variabel Penelitian.

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala Likert
Persepsi Kemudahan (X1)	Tingkat keyakinan individu bahwa penggunaan aplikasi investasi emas digital tidak memerlukan upaya yang besar, mudah dipelajari, dan memiliki tata fungsi yang jelas (Davis, 1989; Ristiyantina, Sulistiyani, & Taviyastuti, 2022).	1. Mudah dioperasikan 2. Jelas dan mudah dimengerti 3. Fleksibel dalam berinteraksi 4. Mudah digunakan secara keseluruhan 5. Mudah dipelajari	1-5
Persepsi Kebermanfaatan (X2)	Tingkat keyakinan individu bahwa penggunaan aplikasi investasi emas digital dapat meningkatkan kinerja, produktivitas, dan efektivitas dalam berinvestasi (Davis, 1989; Ristiyantina, Sulistiyani, & Taviyastuti, 2022)	1. Mempercepat pekerjaan 2. Peningkatan kinerja 3. Mempermudah pekerjaan 4. Peningkatan produktivitas 5. Keterampilan pengguna bertambah	1-5
Kepatuhan Syariah (X3)	Tingkat keyakinan pengguna bahwa sistem, produk, dan pengelolaan pada aplikasi investasi emas digital telah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah (Astuti & Saputra, 2022).	1. Tampilan sistem sesuai syariah 2. Produk sesuai prinsip syariah 3. Pengelolaan dilakukan secara syariah	1-5
Minat Penggunaan (Y)	Kecenderungan perilaku (<i>behavioral intention</i>) atau kesiapan individu untuk mulai menggunakan aplikasi investasi emas digital di masa mendatang (Astuti & Saputra, 2022).	1. Konsistensi 2. Kesesuaian 3. Kepuasan 4. Rekomendasi	1-5

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 170 orang, didominasi oleh perempuan (53,5%), berusia 17–25 tahun (45,3%), berstatus pelajar/mahasiswa (45,3%), dan berpendapatan Rp5.000.001–Rp10.000.000 (31,2%). Rincian karakteristik responden disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Rincian Karakteristik Responden.

Karakteristik	Kategori	Jumlah (n)	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Perempuan	91	53,5%
	Laki-laki	79	46,5%
Usia	17–25 tahun	77	45,3%
	26–35 tahun	49	28,8%
	36–45 tahun	29	17,1%
	>45 tahun	15	8,8%
Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	77	45,3%

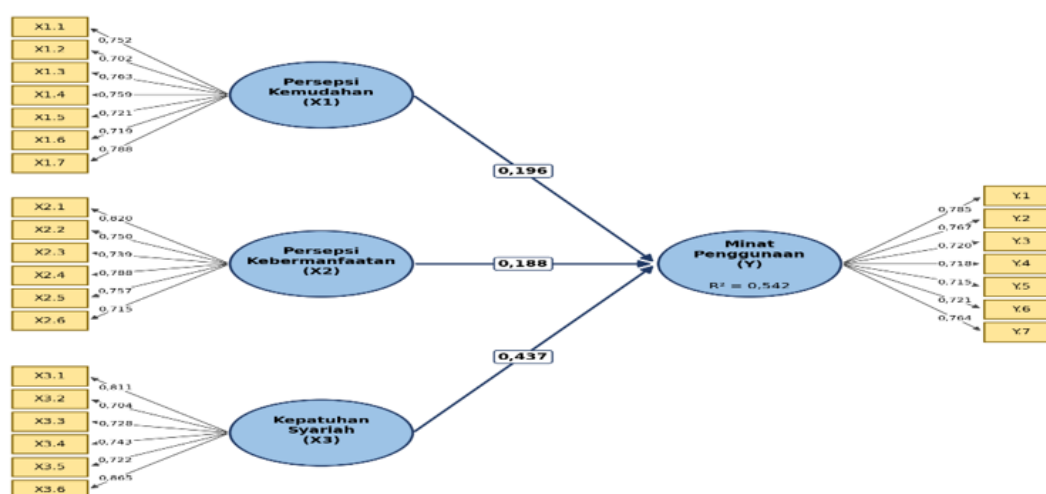
Karakteristik	Kategori	Jumlah (n)	Persentase (%)
Pendapatan	Pegawai Swasta	33	19,4%
	Wiraswasta	29	17,1%
	Pegawai Negeri (PNS/BUMN)	22	12,1%
	Ibu Rumah Tangga	9	4,1%
	Lainnya	2	1,2%
	Rp5.000.001–Rp10.000.000	53	31,2%
	< Rp2.000.000	50	29,4%
	Rp2.000.000–Rp5.000.000	46	27,1%
	> Rp10.000.000	21	12,4%

Sumber: Output SmartPLS 4, diolah (2026).

Convergent Validity (Outer Loading)

Pengujian *convergent validity* dinilai berdasarkan nilai *outer loading*, dengan ketentuan nilai di atas 0,70 dinyatakan valid (Hair & Alamer, 2022).

Gambar 2 menunjukkan bahwa seluruh indikator (X1.1–X1.7, X2.1–X2.6, X3.1–X3.6, dan Y.1–Y.7) memiliki nilai *outer loading* di atas 0,70 dengan rentang 0,702–0,865, sehingga sesuai dengan kriteria yang disarankan Hair dan Alamer (2022), seluruh indikator dinyatakan valid secara konvergen dan layak dipertahankan dalam model.



Gambar 2. Model Struktural PLS-SEM.

Reliabilitas dan Validitas Konvergen

Uji reliabilitas dinilai melalui nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* (ρ_a dan ρ_c) dengan ambang batas 0,70 (Hair & Alamer, 2022), sedangkan validitas konvergen dinilai melalui *Average Variance Extracted* (AVE) dengan ambang batas 0,50

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas dan Validitas Konvergen.

Konstruk	Cronbach's Alpha	Composite Reliability (ρ_a)	Composite Reliability (ρ_c)	AVE
Persepsi Kemudahan (X1)	0,8655	0,8685	0,8966	0,5535
Persepsi Kebermanfaatan (X2)	0,8555	0,8597	0,8925	0,5810

Kepatuhan Syariah (X3)	0,8570	0,8716	0,8934	0,5841
Minat Penggunaan (Y)	0,8636	0,8637	0,8955	0,5507

Sumber: Output SmartPLS 4, 2026.

Tabel 3 menunjukkan bahwa seluruh nilai *Cronbach's Alpha* (0,8555–0,8655) dan *Composite Reliability* (0,8597–0,8966) berada di atas ambang 0,70, sehingga seluruh konstruk dinyatakan reliabel. Nilai AVE keempat konstruk berkisar antara 0,5507 (Minat Penggunaan) hingga 0,5841 (Kepatuhan Syariah), seluruhnya di atas 0,50, sehingga validitas konvergen model terpenuhi.

Validitas Diskriminan (HTMT)

Validitas diskriminan diuji menggunakan kriteria Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT) untuk membuktikan bahwa setiap konstruk laten benar-benar berbeda secara empiris dari konstruk lainnya, dengan ambang batas nilai HTMT di bawah 0,90 (Roemer et al., 2021).

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Diskriminan Berdasarkan HTMT.

Konstruk	X1	X2	X3	Y
Persepsi Kemudahan Persepsi Kebermanfaatan	-	-		
Kepatuhan Syariah	0,716	0,808	-	
Minat Penggunaan	0,701	0,743	0,785	-

Sumber: Output SmartPLS 4, 2026.

Tabel 4 menunjukkan bahwa seluruh nilai HTMT berada di bawah 0,90, dengan rentang 0,701 hingga 0,887, sehingga validitas diskriminan model terpenuhi (Roemer et al., 2021)..

Evaluasi *Inner Model* (Model Struktural)

R-Square (R^2)

Nilai R-square digunakan untuk mengukur proporsi variasi variabel endogen yang mampu dijelaskan oleh variabel eksogen, dengan ketentuan 0,75 kuat, 0,50 moderat, dan 0,25 lemah (Hair et al., 2019).

Tabel 5. R-Square.

Variabel Endogen	R-square	R-square adjusted
Minat Penggunaan (Y)	0,542	0,534

Sumber: Output SmartPLS 4, 2026.

Tabel 5 menunjukkan nilai R-square sebesar 0,542 (R-square adjusted 0,534), yang berarti Persepsi Kemudahan, Persepsi Kebermanfaatan, dan Kepatuhan Syariah secara bersama-sama mampu menjelaskan 54,2% variasi Minat Penggunaan aplikasi investasi emas digital, sedangkan 45,8% sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar model. Nilai tersebut tergolong dalam kategori moderat.

F-Square (f^2)

Nilai f-square digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh suatu variabel eksogen terhadap variabel endogen, dengan ketentuan 0,02 pengaruh kecil, 0,15 pengaruh sedang, dan 0,35 pengaruh besar (Hair et al., 2019).

Tabel 6. F-Square.

Hubungan Antar Variabel	f-square	Keterangan
Persepsi Kemudahan (X1) → Minat Penggunaan (Y)	0,034	Kecil
Persepsi Kebermanfaatan (X2) → Minat Penggunaan (Y)	0,026	Kecil
Kepatuhan Syariah (X3) → Minat Penggunaan (Y)	0,205	Sedang

Sumber: Output SmartPLS 4, 2026.

Tabel 6 menunjukkan bahwa pengaruh Persepsi Kemudahan ($f^2 = 0,034$) dan Persepsi Kebermanfaatan ($f^2 = 0,026$) terhadap Minat Penggunaan tergolong kecil, sedangkan pengaruh Kepatuhan Syariah ($f^2 = 0,205$) tergolong sedang. Hal ini menunjukkan bahwa Kepatuhan Syariah merupakan variabel eksogen dengan kontribusi terbesar dalam menjelaskan Minat Penggunaan aplikasi investasi emas digital.

Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan melalui prosedur *bootstrapping* dengan 5.000 subsampel untuk memperoleh nilai koefisien jalur (*path coefficient*), t-statistic, dan p-value. Hipotesis dinyatakan diterima (signifikan) apabila nilai t-statistic lebih besar dari 1,96 dan p-value lebih kecil dari 0,05 pada taraf signifikansi 5% (Hair & Alamer, 2022). Hasil *bootstrapping* disajikan pada Tabel 7

Tabel 7. Hasil Uji Hipotesis (*Path Coefficient*).

Hipotesis	Hubungan Antar Variabel	OriginSample (O)	STDEV	T Statistics	P Values	Keterangan
H1	Persepsi Kemudahan (X1) → Minat Penggunaan (Y)	0,196	0,091	2,148	0,032	Signifikan (Diterima)
H2	Persepsi Kebermanfaatan (X2) → Minat Penggunaan (Y)	0,188	0,098	1,918	0,055	Tidak Signifikan (Ditolak)
H3	Kepatuhan Syariah (X3) → Minat Penggunaan (Y)	0,437	0,085	5,150	0,000	Signifikan (Diterima)

Sumber: Output SmartPLS 4, 2026.

Tabel 7 menunjukkan bahwa dua dari tiga jalur struktural terbukti signifikan pada taraf 5%, yaitu Persepsi Kemudahan ($\beta = 0,196$; $t = 2,148$; $p = 0,032$) dan Kepatuhan Syariah ($\beta = 0,437$; $t = 5,150$; $p = 0,000$). Dengan demikian, H1 dan H3 diterima, yang berarti Persepsi Kemudahan dan Kepatuhan Syariah masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Penggunaan aplikasi investasi emas digital. Sebaliknya, Persepsi

Kebermanfaatan memiliki koefisien positif ($\beta = 0,188$), tetapi tidak signifikan ($t = 1,918 < 1,96$; $p = 0,055 > 0,05$), dan interval kepercayaan 95% hasil bootstrapping ($-0,005$ hingga $0,376$) masih memuat nilai nol, sehingga H2 ditolak.

Pembahasan

Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Investasi Emas Digital

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi investasi emas digital, sehingga H1 diterima. Hal ini terjadi karena responden merupakan calon pengguna yang belum pernah bertransaksi, sehingga investasi emas digital masih kerap dipandang sebagai aktivitas yang rumit, mulai dari proses pendaftaran dan pemahaman harga beli dan jual hingga mekanisme penyimpanan emas. Aplikasi yang dinilai mudah digunakan dapat menurunkan hambatan awal tersebut, sehingga niat untuk mulai berinvestasi lebih mudah terbentuk. Kondisi ini diperkuat oleh karakteristik responden yang didominasi kelompok usia 17–25 tahun dan pelajar/mahasiswa, yaitu kelompok yang terbiasa menggunakan aplikasi digital dan cenderung mengharapkan pengalaman penggunaan yang praktis. Meskipun demikian, besaran pengaruhnya tergolong kecil, yang menunjukkan bahwa kemudahan lebih berperan sebagai prasyarat dasar daripada pendorong utama minat.

Hasil ini sejalan dengan temuan Ariyanti, Muyassarah, dan Mardhiyaturrositaningsih (2026), Atieq dan Azizah (2022), serta Adite dan Pancawati (2025) yang sama-sama membuktikan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap minat investasi/penggunaan layanan syariah digital. Namun, temuan ini berbeda dengan Manik, Fadillah, dan Jannah (2021) yang menemukan bahwa persepsi kemudahan justru tidak signifikan bagi Generasi Z dalam berinvestasi tabungan emas, sementara pengetahuan dan persepsi risiko lebih berpengaruh. Perbedaan ini diduga dipengaruhi oleh karakteristik responden: penelitian ini menyasar calon pengguna dengan latar belakang lebih beragam yang belum pernah bertransaksi, sehingga kemudahan aplikasi masih menjadi pertimbangan awal yang penting. Temuan ini memperluas bukti mengenai peran persepsi kemudahan dalam konteks aplikasi investasi emas digital bagi calon pengguna.

Dalam kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM), temuan ini mengonfirmasi peran *perceived ease of use* sebagai salah satu determinan minat perilaku (*behavioral intention*) untuk menggunakan suatu sistem teknologi (Davis, 1989). Semakin kecil usaha yang dipersepsikan untuk menggunakan aplikasi investasi emas digital, semakin besar kecenderungan calon pengguna untuk berniat menggunakannya.

Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Investasi Emas Digital

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa persepsi kebermanfaatan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi investasi emas digital, sehingga H2 ditolak. Hal ini disebabkan karena responden penelitian merupakan calon pengguna yang belum pernah bertransaksi, sehingga mereka belum merasakan secara langsung keuntungan yang ditawarkan oleh aplikasi. Di samping itu, keuntungan utama dari investasi emas, seperti mempertahankan nilai aset dan berfungsi sebagai simpanan jangka panjang, pada dasarnya juga dapat diperoleh dengan cara konvensional melalui pembelian emas. Oleh karena itu, keuntungan tersebut belum dianggap sebagai fitur unggulan yang khas dari aplikasi investasi emas digital. Untuk calon pengguna, keputusan untuk mulai menggunakan aplikasi lebih banyak dipengaruhi oleh kenyamanan penggunaan dan keyakinan bahwa transaksi yang dilakukan sesuai dengan prinsip syariah, dibandingkan dengan manfaat yang baru akan dirasakan setelah aplikasi mulai dipakai.

Hasil penelitian tidak sejalan dengan penelitian Atieq dan Azizah (2022) serta Winarto dan Parwoto (2024) yang menemukan bahwa persepsi kebermanfaatan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan layanan keuangan digital syariah. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa pengaruh persepsi kebermanfaatan tidak bersifat universal dan dapat melemah pada kelompok calon pengguna yang belum memiliki pengalaman langsung dengan layanan. Perlu dicatat pula bahwa nilai p yang berada di dekat batas signifikansi dan post-hoc power jalur ini yang sebesar 0,79 (sedikit di bawah standar 0,80) mengindikasikan bahwa hasil ini perlu diuji ulang dengan ukuran sampel yang lebih besar sebelum ditarik kesimpulan bahwa persepsi kebermanfaatan benar-benar tidak berperan.

Dalam kerangka TAM, persepsi kemudahan penggunaan dipandang turut membentuk persepsi kebermanfaatan, dan keduanya bersama-sama memengaruhi minat perilaku (Davis, 1989). Kedekatan kedua konstruk yang tampak dalam penelitian ini sejalan dengan logika tersebut. Oleh karena itu, tidak signifikannya jalur langsung persepsi kebermanfaatan tidak serta-merta berarti manfaat aplikasi tidak penting, melainkan dapat mengindikasikan bahwa peranannya berjalan melalui atau bersamaan dengan persepsi kemudahan, yang belum diuji secara langsung dalam model penelitian ini.

Pengaruh Kepatuhan Syariah terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Investasi Emas Digital

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kepatuhan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi investasi emas digital, sehingga H3 diterima. Hal ini terjadi karena transaksi emas memiliki ketentuan syariah yang khusus,

sehingga calon pengguna yang peduli terhadap prinsip syariah perlu memastikan bahwa sistem, produk, dan pengelolaan aplikasi terbebas dari unsur riba, *gharar*, dan *maisir* sebelum memutuskan untuk berinvestasi. Kepastian mengenai akad, kepemilikan emas, dan transparansi pengelolaan menjadi sumber rasa aman yang mendorong calon pengguna untuk berniat menggunakan aplikasi. Kebutuhan akan kepastian tersebut semakin relevan karena transaksi emas secara tidak tunai telah memiliki landasan dalam Fatwa DSN-MUI Nomor 77/DSN-MUI/V/2010 tentang Jual-Beli Emas secara Tidak Tunai (Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia, 2010), sehingga kesesuaian aplikasi dengan ketentuan fatwa dapat menjadi pertimbangan penting bagi calon pengguna.

Hasil penelitian sejalan dengan penelitian Astuti dan Saputra (2022) yang menemukan bahwa kepatuhan syariah berpengaruh signifikan terhadap minat transaksi menggunakan BSI Mobile, serta Winarto & Parwoto (2024) yang menegaskan bahwa integrasi prinsip syariah mendukung tumbuhnya kepercayaan dan minat adopsi *fintech* syariah. Temuan ini juga selaras dengan Sahroni, Hasanah, dan Arifin (2022) yang menggabungkan TAM dengan perspektif *maqashid* syariah dan menemukan bahwa keduanya berpengaruh terhadap minat penggunaan aplikasi Flip.id. Penelitian ini memperluas temuan tersebut dari konteks perbankan dan layanan pembayaran syariah ke konteks aplikasi investasi emas digital, serta menunjukkan bahwa pada konteks tersebut kepatuhan syariah justru menjadi pertimbangan yang lebih kuat dibandingkan persepsi kemudahan dan kebermanfaatan.

Dalam kerangka TAM, kepatuhan syariah dapat diposisikan sebagai variabel eksternal yang memperluas model penerimaan teknologi pada konteks layanan keuangan berbasis Islam (Winarto & Parwoto, 2024). Temuan ini menunjukkan bahwa pada layanan keuangan syariah digital, minat penggunaan tidak hanya dibentuk oleh pertimbangan fungsional berupa kemudahan dan manfaat, tetapi juga oleh pertimbangan normatif mengenai kesesuaian layanan dengan prinsip syariah.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa persepsi kemudahan dan kepatuhan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi investasi emas digital, sedangkan persepsi kebermanfaatan tidak berpengaruh signifikan. Ketiga variabel secara bersama-sama mampu menjelaskan 54,2% variasi minat penggunaan. Kepatuhan syariah memberikan pengaruh paling kuat, yang menandakan bahwa keyakinan terhadap kesesuaian aplikasi dengan prinsip syariah menjadi pertimbangan utama calon pengguna sebelum mulai berinvestasi. Tidak signifikannya persepsi kebermanfaatan harus dipahami dengan cermat.

Hasil ini tidak serta-merta berarti manfaat aplikasi tidak penting, sebab responden belum melakukan transaksi sehingga belum merasakan manfaatnya secara langsung, dan nilai p jalur ini berada di dekat batas signifikansi. Mengingat sampel diambil dengan teknik *non-probability sampling* melalui *purposive sampling*, generalisasi hasil penelitian ini terbatas pada calon pengguna aplikasi investasi emas digital yang menjadi responden, serta pada kelompok dengan karakteristik serupa.

Secara teoretis, temuan ini mendukung penerapan *Technology Acceptance Model* (TAM) pada layanan investasi emas digital. Temuan ini juga menunjukkan bahwa kepatuhan syariah layak diposisikan sebagai variabel eksternal yang memperluas TAM pada konteks layanan keuangan syariah. Secara praktis, penyedia aplikasi disarankan menampilkan informasi kepatuhan syariah secara jelas, seperti akad yang digunakan, kepemilikan dan penyimpanan emas fisik, serta kesesuaian dengan Fatwa DSN-MUI Nomor 77/DSN-MUI/V/2010. Penyedia aplikasi juga perlu menyederhanakan proses pendaftaran dan memperjelas informasi harga beli dan jual bagi pengguna pemula. Selain itu, penyedia layanan dan lembaga pendidikan perlu memperkuat edukasi mengenai manfaat investasi emas digital, mengingat literasi keuangan syariah masyarakat masih tergolong rendah. Bagi calon pengguna, disarankan memastikan legalitas dan kesesuaian syariah aplikasi sebelum mulai berinvestasi.

Penelitian ini terbatas pada satu kali pengumpulan data melalui kuesioner daring, melibatkan responden yang merupakan calon pengguna saja, serta tiga variabel independen, sehingga beberapa faktor lain tetap belum terjaga, sehingga masih terdapat faktor lain yang belum tercakup. Model penelitian ini juga hanya menguji pengaruh langsung, sehingga hubungan antara persepsi kemudahan dan persepsi kebermanfaatan belum dianalisis. Penelitian selanjutnya disarankan menambahkan variabel seperti kepercayaan, persepsi risiko, religiusitas, atau literasi keuangan syariah. Penelitian berikutnya juga disarankan menguji peran mediasi persepsi kebermanfaatan, menggunakan sampel yang lebih besar dan merata, membandingkan calon pengguna dengan pengguna aktif, serta memakai wawancara untuk menelusuri mengapa persepsi kebermanfaatan belum mendorong minat penggunaan.

DAFTAR REFERENSI

- Adite, K. A., & Pancawati, N. L. P. A. (2025). Pengaruh kemudahan transaksi dan kepuasan nasabah terhadap penggunaan aplikasi Tring by Pegadaian. *Jurnal Economic Resource*, 9(1), 537–546. <https://doi.org/10.57178/jer.v9i1.2105>
- Andini, A. P., & Indrarini, R. (2024). Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, religiusitas, dan kepercayaan terhadap minat penggunaan mobile banking pada masyarakat Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 7(2), 158–171.

<https://doi.org/10.26740/jekobi.v7n2.p158-171>

- Ariyanti, R. D., Muyassarrah, & Mardhiyaturrositaningsih. (2026). Pengaruh kemudahan penggunaan terhadap minat investasi emas digital dengan sikap sebagai variabel mediasi pada perbankan syariah di Kota Semarang. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi (Jebma)*, 6(1), 200–211. <https://doi.org/10.47709/jebma.v6i1.8108>
- Astuti, C., & Saputra, M. (2022). Pengaruh keuntungan relatif, fitur layanan, risiko, dan kepatuhan syariah terhadap minat transaksi menggunakan BSI Mobile di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi*, 7(3), 441–452. <https://doi.org/10.24815/jimeka.v7i3.21923>
- Atieq, M. Q., & Azizah, M. (2022). Pengaruh persepsi kebermanfaatan dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan layanan syariah digital di Pegadaian Syariah Indramayu. *Optimal: Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 15(1), 1–17. <https://doi.org/10.33558/optimal.v15i1.3009>
- Davis, F. D. (1989). *Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology*. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia. (2010). Fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia Nomor: 77/DSN-MUI/V/2010 tentang jual-beli emas secara tidak tunai. Jakarta: DSN-MUI. Retrieved from https://ditbinganis.badilag.net/ekonomisyariah/dokumen_kompilasi/81.pdf
- Endriyanto, R., & Indrarini, R. (2022). Pengaruh promosi dan fitur layanan terhadap minat menggunakan e-wallet LinkAja (Studi kasus di Surabaya). *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 5(1), 67–80. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v5n1.p67-80>
- Kurniawan, D., Maulana, A., & Shihab, M. S. (2023). Faktor-faktor yang mempengaruhi niat beli emas melalui mobile banking. *Referensi: Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi*, 11(2), 35–49. Retrieved from <https://jurnal.unitri.ac.id/index.php/refrensi/article/view/4786>
- Kurniawan, T. A., Milanda, D. P., & Primastiwi, A. (2022). Norma subyektif dalam penerimaan aplikasi emas digital dengan menggunakan model TAM. *Jurnal Akuntansi Keuangan dan Bisnis*, 15(2), 637–646. <https://doi.org/10.35143/jakb.v15i2.5771>
- Kustodian Sentral Efek Indonesia. (2026). Statistik pasar modal Indonesia Mei 2026. Jakarta: KSEI. Retrieved from https://web.ksei.co.id/files/Statistik_Publik_Mei_2026.pdf
- Luthfi, A. A., & Hati, S. R. H. (2025). *Determinants of sharia digital gold investment intention among Jabodetabek Muslim youth*. *Asian Journal of Islamic Management*, 7(1), 41–57. <https://doi.org/10.20885/AJIM.vol7.iss1.art3>
- Manik, N. N. A., Fadillah, P. I., & Jannah, N. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat generasi Z dalam berinvestasi tabung emas pada Pegadaian Digital Syariah. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 1(4), 637–646. <https://doi.org/10.53625/jcijurnalcakrawailmiah.v1i4.847>
- Muthi'ah, F., & Indrarini, R. (2023). Pengaruh literasi, kegunaan, dan kemudahan terhadap minat masyarakat menggunakan dompet digital syariah. *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 7(1), 179–196. <https://doi.org/10.30868/ad.v7i01.3987>

- Otoritas Jasa Keuangan. (2026). Hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) tahun 2026. Jakarta: OJK. Retrieved from <https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/Hasil-SNLIK-Tahun-2026.aspx>
- Park, J. H., Lee, C. W., & Do, C. (2025). *Examining users' acceptance intention of health applications based on the technology acceptance model*. *Healthcare*, 13(6), 596. <https://doi.org/10.3390/healthcare13060596>
- Rahma, A. P., & Canggih, C. C. (2021). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat terhadap investasi emas. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 4(2), 98–108. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v4n2.p98-108>
- Revonnarta, E., & Indrarini, R. (2021). Pengaruh religiusitas dan citra bank syariah terhadap minat menabung melalui bank syariah di Sidoarjo. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 4(2), 37–49. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v4n2.p37-49>
- Ristiyantina, A. D. R., Sulistiyani, E., & Taviyastuti. (2022). *Influence perceived of usefulness, perceived ease of use, and perceived of trust on decisions to use the application of Pegadaian Digital Services by customers at PT Pegadaian (Persero) Ungaran Branch Office*. *Jurnal JOBS (Journal of Business Studies)*, 8(1), 47–58. Retrieved from <https://jurnal.polines.ac.id/index.php/jobs/article/view/3988>
- Safitri, R., Wuryaningsih, Amrullah, A. M. K., & Novianti, K. R. (2025). How Islamic financial literacy shapes customer attitude, subjective norm, and perceived behavioral control in using Islamic banks in Indonesia. *El Dinar: Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah*, 13(2), 182–207. <https://doi.org/10.18860/ed.v13i2.32413>
- Sahroni, F., Hasanah, M., & Arifin, S. R. (2022). Analisis minat menggunakan aplikasi Flip.id dalam perspektif maqashid syariah dan tinjauan *technology acceptance model* (TAM). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 3254–3263. Retrieved from <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/5735>
- Winarto, W. W. A., & Parwoto. (2024). Examining factors influencing adoption of Islamic fintech: An empirical study of users in Indonesia. *Journal of System and Management Sciences*, 14(5), 77–96. <https://doi.org/10.33168/JSMS.2024.0505>
- World Gold Council. (2026). Gold demand trends Q2 2026. London: World Gold Council. Retrieved from <https://www.gold.org/goldhub/research/gold-demand-trends/gold-demand-trends-q2-2026/investment>