

# ***The Influence of Perceptions of Sharia Bank Products, Digitalization, and Income on Interest in Investing in Gold at BSI Mobile***

**By Marcella Nazmatul Lail**

## ***Abstract***

*Economic uncertainty increases people's awareness of managing finances, one of which is by investing. Gold investment has increased and has even become the highest investment instrument owned by Indonesian people. In line with the digitalization era, there are currently many financial service providers offering digital gold products. Bank Syariah Indonesia (BSI) is one of the institutions that provides the E-mas feature on its mobile banking application. The aim of this research is to find out and determine the influence of perceptions of Islamic banking products, digitalization and income on interest in investing in gold through BSI Mobile. Sampling used a purposive sampling technique with a total sample of 121 respondents. The approach used is a quantitative model with data collection techniques using questionnaires. SPSS and Excel are data analysis tools. Data testing uses data quality tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis tests and hypothesis tests. The results of this research are that perceptions of sharia banking products and digitalization partially have a significant effect on interest in investing in gold at BSI Mobile, while partially income does not have a significant effect on interest in investing in gold at BSI Mobile. Simultaneously, perceptions of Islamic banking products, digitalization and income have a significant effect on interest in investing in gold at BSI Mobile. With this research, it is hoped that BSI can develop digital gold services on its mobile application, potential investors can consider investing in gold on BSI Mobile and the government can form policies that encourage an increase in gold transactions.*

**Keywords:** *bank syariah indonesia mobile, digitalization, gold, income, perception of islamic banking products*

# **Pengaruh Persepsi Produk Bank Syariah, Digitalisasi, dan Pendapatan terhadap Minat Berinvestasi Emas Di BSI *Mobile***

**Oleh Marcella Nazmatul Lail**

## **Abstrak**

Ketidakpastian ekonomi meningkatkan kesadaran masyarakat mengelola keuangan, salah satunya yaitu dengan cara berinvestasi. Investasi emas mengalami peningkatan bahkan menjadi instrumen investasi tertinggi yang dimiliki masyarakat Indonesia. Beriringan dengan era digitalisasi, saat ini tersedia banyak lembaga penyedia jasa keuangan yang menawarkan produk emas digital. Bank Syariah Indonesia (BSI) menjadi salah satu lembaga yang menyediakan fitur E-mas pada aplikasi *mobile banking*-nya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menemukan dan mengetahui pengaruh dari persepsi produk bank syariah, digitalisasi dan pendapatan terhadap minat berinvestasi emas melalui BSI *Mobile*. Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan total sampel sebanyak 121 responden. Pendekatan yang digunakan adalah model kuantitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan angket. SPSS dan excel menjadi alat bantu analisis data. Pengujian data menggunakan uji kualitas data, uji asumsi klasik, uji analisis regresi linear berganda dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini yaitu persepsi produk bank syariah dan digitalisasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat berinvestasi emas di BSI *Mobile*, sedangkan secara parsial pendapatan tidak signifikan berpengaruh terhadap minat berinvestasi emas di BSI *Mobile*. Secara simultan, persepsi produk bank syariah, digitalisasi, dan pendapatan signifikan berpengaruh terhadap minat berinvestasi emas di BSI *Mobile*. Dengan adanya penelitian ini, harapannya pihak BSI dapat mengembangkan layanan emas digital pada aplikasi *mobilenya*, calon investor dapat mempertimbangkan untuk berinvestasi emas di BSI *Mobile* dan pemerintah dapat membentuk kebijakan yang mendorong peningkatan transaksi emas.

**Kata Kunci:** bank syariah indonesia mobile, digitalisasi, emas, pendapatan, persepsi produk bank syariah