BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Penyajian Data

1. Gambaran Umum Objek Penelitian

Dilansir dari Kota Banjarmasin dalam Angka Tahun 2022 yang dikeluarkan BPS, letak Kota Banjarmasin secara astronomis berada di antara 3°16'46" sampai dengan 3°22'54" Lintang Selatan dan 114°31'40" sampai dengan 114°39'55" Bujur Timur. Terkait dengan lokasinya, Kota Banjarmasin masuk ke dalam zona Waktu Indonesia Tengah (WITA). Luas wilayah Kota Banjarmasin adalah 98,46 kilometer persegi yang terbagi menjadi lima kecamatan.

Daftar kecamatan di Kota Banjarmasin yaitu Banjarmasin Selatan, Banjarmasin Timur, Banjarmasin Barat, Banjarmasin Tengah, dan Banjarmasin Utara.

Adapun secara geografis, batas wilayah Kota Banjarmasin sebelah utara dengan berbatasan dengan Kabupaten Barito Kuala, sebelah timur berbatasan dengan Kabupaten Banjar, sebelah barat berbatasan dengan Kabupaten Barito Kuala dan sebelah selatan berbatasan dengan Kabupaten Banjar.

Sebagai kota dengan julukan seribu sungai, Banjarmasin dilewati oleh beberapa aliran sungai seperti Sungai Barito dan Sungai Martapura. Sungai Martapura merupakan sungai terpanjang yang melintasi Kota

Banjarmasin dengan panjang 25.066 meter.

2. Karakteristik Responden

a. Berdasarkan Jenis Kelamin Responden

Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Generasi Milenial		Generasi Z	
		Frekuensi	Persentase	Frekuensi	Persentase
1	Laki-Laki	60	60 %	29	29%
2	Perempuan	40	40 %	71	71%
Total		**100**	**100%**	**100**	**100%**

Sumber: Data primer yang diolah, 2026

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa jumlah reponden yang melakukan pengisisan data kuesioner berjenis kelamin laki-laki dari generasi milenial sebanyak 60 orang dengan persentase 60% dan berjenis kelamin perempuan sebanyak 40 orang dengan persentase 40% dan berjenis kelamin laki-laki dari generasi Z sebanyak 29 orang dengan persentase 29% dan berjenis kelamin perempuan sebanyak 71 orang dengan persentase 71%.

b. Berdasarkan Domisili Responden

Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili

No	Domisili	Generasi Milenial		Generasi Z	
		Frekuensi	Persentase	Frekuensi	Persentase
1.	Banjarmasin Barat	17	17%	6	6%
2.	Banjarmasin Timur	12	12%	28	28%
3.	Banjarmasin Tengah	23	23%	16	16%
4.	Banjarmasin Utara	24	24%	22	22%
5.	Banjarmasin Selatan	24	24 %	28	28%

Total	**100**	**100%**	**100**	**100%**

Sumber: Data primer yang diolah, 2026

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa total responden dari Generasi Milenial maupun Generasi Z masing-masing berjumlah 100 orang yang tersebar di lima wilayah Kota Banjarmasin. Pada wilayah Banjarmasin Barat, responden Generasi Milenial sebanyak 17 orang (17%), jauh lebih tinggi dibandingkan Generasi Z yang hanya berjumlah 6 orang (6%). Sedangkan Banjarmasin Timur responden Generasi Z justru mendominasi dengan 28 orang (28%), sementara Generasi Milenial hanya 12 orang (12%). Di wilayah Banjarmasin Tengah, responden Generasi Milenial kembali lebih banyak yakni 23 orang (23%) dibandingkan Generasi Z sebanyak 16 orang (16%). Sementara itu, di Banjarmasin Utara distribusi kedua generasi relatif seimbang, yaitu Generasi Milenial 24 orang (24%) dan Generasi Z 22 orang (22%). Adapun di Banjarmasin Selatan, kedua generasi sama-sama menunjukkan jumlah tertinggi, dengan Generasi Milenial sebanyak 24 orang (24%) dan Generasi Z sebanyak 28 orang (28%).

Secara keseluruhan, domisili terbanyak responden Generasi Milenial tersebar merata di Banjarmasin Utara dan Banjarmasin Selatan masing-masing sebesar 24%, sedangkan responden Generasi Z paling banyak berdomisili di Banjarmasin Timur dan Banjarmasin Selatan masing-masing sebesar 28%.

c. Berdasarkan Pertanyaan untuk Responden

Tabel 4. 3 Karakteristik Generasi Berdasarkan Pertanyaan "Apakah investasi emas merupakan produk investasi yang menguntungkan"

No	Jawaban	Jumlah Responden	Presentase
1	Ya	197	98,5%
2	Tidak	3	1,5%
Total		**70**	**100 %**

Sumber: Data primer yang diolah, 2026

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa jumlah reponden yang menjawab ya sebanyak 200 orang dengan persentase 98,5% dan yang menjawab tidak sebanyak 3 orang dengan persentase 1,5%.

2. Deskripsi Data Penelitian

Berdasarkan data dari hasil penyebaran kuesioner kepada 200 orang responden. Untuk mendapatkan kecenderungan jawaban responden terhadap jawaban masing-masing variabel akan didasarkan pada rentang skor jawaban sebagaimana pada lampiran.

a. Uji Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan teknik analisis data yang digunakan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan karakteristik data penelitian tanpa bermaksud menarik kesimpulan yang bersifat umum. Analisis ini menyajikan data dalam bentuk nilai rata-rata (mean), nilai minimum, nilai maksimum, serta standar deviasi dari masing-masing variabel penelitian.

Tabel 4. 4 Hasil Uji Statistik Deskriptif

Report

Minat Investasi Emas (Y)

Generasi	Mean	N	Std. Deviation	Std. Error of Mean
Milenial	34.63	50	4.796	.811
Z	33.20	50	5.728	.968
Total	33.91	100	5.294	.633

Sumber*: Hasil Penelitian Data SPSS, 2026*

Berdasarkan hasil Uji Statistik Deskriptif, diketahui jumlah responden Generasi Milenial dan Generasi Z masing-masing sebanyak 35 orang. Rata-rata Minat Berinvestasi Tabung Emas pada Generasi Milenial sebesar 34,63 dengan standar deviasi 4,796, sedangkan pada Generasi Z diperoleh rata-rata sebesar 33,20 dengan standar deviasi 5,728. Secara keseluruhan dari 70 responden diperoleh rata-rata sebesar 33,91 dengan standar deviasi 5,294. Hasil ini menunjukkan bahwa secara deskriptif rata-rata Minat Berinvestasi Tabung Emas pada Generasi Milenial sedikit lebih tinggi dibandingkan Generasi Z di Kota Banjarmasin dengan selisih sebesar 1,43. Perbedaan rata-rata ini selanjutnya akan diuji secara statistik dalam model regresi linier berganda dengan menambahkan variabel *dummy* Generasi untuk mengetahui apakah perbedaan tersebut signifikan setelah mengontrol pengaruh variabel bebas lainnya.

b. Deskripsi Variabel Literasi Keuangan

Variabel literasi keuangan pada penelitian ini diukur melalui 8 butir pernyataan yang mempresentasikan indikator-

indikator dari variabel tersebut. Hasil tanggapan terhadap literasi keuangan dapat dilihat pada tabel 4.5 berikut:

Tabel 4. 5 Distribusi Frekuensi Variabel Literasi Keuangan Berdasarkan Generasi Milenial

No	Pernyataan	Skor					Total
		STS	TS	N	S	SS	
1.	X1.1	2	1	13	40	44	100
2.	X1.2	0	2	8	35	55	100
3.	X1.3	1	1	2	39	57	100
4.	X1.4	0	0	7	36	57	100
5.	X1.5	0	0	7	33	60	100
6.	X1.6	0	2	4	38	56	100
7.	X1.7	0	2	4	36	58	100
8.	X1.8	0	2	3	37	58	100

Sumber: Hasil Penelitian Data SPSS, 2026

Tabel 4. 6 Distribusi Frekuensi Variabel Literasi Keuangan Berdasarkan Generasi Z

No	Pernyataan	Skor					Total
		STS	TS	N	S	SS	
1.	X1.1	0	4	22	39	35	100
2.	X1.2	0	7	15	41	37	100
3.	X1.3	0	3	14	35	48	100
4.	X1.4	0	7	18	37	38	100
5.	X1.5	0	3	24	30	43	100
6.	X1.6	0	4	18	35	43	100
7.	X1.7	0	5	11	36	48	100
8.	X1.8	0	4	13	34	49	100

Sumber: Hasil Penelitian Data SPSS, 2026

c. Deskripsi Variabel Inklusi Keuangan

Variabel inklusi keuangan pada penelitian ini diukur melalui 8 butir pernyataan yang mempresentasikan indikator-

indikator dari variabel tersebut. Hasil tanggapan terhadap inklusi keuangan dapat dilihat pada tabel 4.7 berikut:

Tabel 4. 7 Distribusi Frekuensi Variabel Variabel Inklusi Keuangan Berdasarkan Generasi Milenial

No	Pernyataan	Skor					Total
		STS	TS	N	S	SS	
1.	X2.1	0	1	5	45	49	100
2.	X2.2	0	0	7	41	52	100
3.	X2.3	0	0	5	35	60	100
4.	X2.4	1	0	8	34	57	100
5.	X2.5	0	0	8	35	57	100
6.	X2.6	0	0	10	32	58	100
7.	X2.7	1	0	7	41	51	100
8.	X2.8	0	0	6	43	49	100

Sumber: Hasil Penelitian Data SPSS, 2026

Tabel 4. 8 Distribusi Frekuensi Variabel Variabel Inklusi Keuangan Berdasarkan Generasi Z

No	Pernyataan	Skor					Total
		STS	TS	N	S	SS	
1.	X2.1	0	3	30	33	34	100
2.	X2.2	0	4	19	37	40	100
3.	X2.3	0	6	25	30	39	100
4.	X2.4	0	5	26	31	38	100
5.	X2.5	0	8	15	40	37	100
6.	X2.6	0	7	25	29	39	100
7.	X2.7	0	8	21	36	37	100
8.	X2.8	0	5	28	32	35	100

Sumber: Hasil Penelitian Data SPSS, 2026

d. Deskripsi Variabel Persepsi Harga Emas

Variabel persepsi harga emas pada penelitian ini diukur melalui 8 butir pernyataan yang mempresentasikan indikator-indikator dari variabel tersebut. Hasil tanggapan terhadap persepsi harga emas dapat dilihat pada tabel 4.9 berikut:

Tabel 4. 9 Distribusi Frekuensi Variabel Persepsi Harga Emas Berdasarkan Generasi Milenial

No	Pernyataan	Skor					Total
		STS	TS	N	S	SS	
1.	X3.1	1	0	9	42	48	100
2.	X3.2	0	0	4	39	57	100
3.	X3.3	0	1	4	44	51	100
4.	X3.4	0	1	9	33	57	100
5.	X3.5	1	0	8	33	58	100
6.	X3.6	0	3	7	38	52	100
7.	X3.7	0	1	7	42	50	100
8.	X3.8	0	0	6	37	57	100

Sumber: Hasil Penelitian Data SPSS, 2026

Tabel 4. 10 Distribusi Frekuensi Variabel Persepsi Harga Emas Berdasarkan Generasi Z

No	Pernyataan	Skor					Total
		STS	TS	N	S	SS	
1.	X3.1	0	3	12	41	44	100
2.	X3.2	0	4	12	42	42	100
3.	X3.3	0	2	17	37	44	100
4.	X3.4	0	4	22	31	43	100
5.	X3.5	1	3	16	38	42	100
6.	X3.6	0	3	22	33	42	100
7.	X3.7	0	3	12	36	49	100
8.	X3.8	0	3	17	31	49	100

Sumber: Hasil Penelitian Data SPSS, 2026

e. Deskripsi Variabel Minat Investasi Emas

Variabel minat investasi emas pada penelitian ini diukur melalui 8 butir pernyataan yang mempresentasikan indikator-indikator dari variabel tersebut. Hasil tanggapan terhadap minat investasi emas dapat dilihat pada tabel 4.11 berikut:

Tabel 4. 11 Distribusi Frekuensi Variabel Minat Investasi Emas Berdasarkan Generasi Milenial

No	Pernyataan	Skor					Total
		STS	TS	N	S	SS	
1.	Y.1	3	0	5	32	60	100
2.	Y.2	1	2	8	30	59	100
3.	Y.3	3	0	4	35	57	100
4.	Y.4	0	2	5	37	56	100
5.	Y.5	2	2	3	34	58	100
6.	Y.6	1	1	6	38	54	100
7.	Y.7	1	1	8	34	56	100
8.	Y.8	2	0	6	40	52	100

Sumber: Hasil Penelitian Data SPSS, 2026

Tabel 4. 12 Distribusi Frekuensi Variabel Minat Investasi Emas Berdasarkan Generasi Z

No	Pernyataan	Skor					Total
		STS	TS	N	S	SS	
1.	Y.1	1	2	27	30	40	100
2.	Y.2	1	2	18	35	44	100
3.	Y.3	3	3	17	32	45	100
4.	Y.4	0	5	24	32	39	100
5.	Y.5	2	6	21	37	34	100
6.	Y.6	2	4	25	31	38	100
7.	Y.7	0	2	15	44	39	100
8.	Y.8	0	1	11	43	45	100

Sumber: Hasil Penelitian Data SPSS, 2026

3. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Pendekatan yang digunakan untuk memeriksa validitas penelitian ini adalah penggunaan program SPSS. Nilai r yang dihitung dapat dilihat dari hasil output SPSS pada kolom *Corrected-item-overall corellation*, sedangkan r tabel dapat diambil dari rumus df = N-2 yaitu

0,05, yaitu df = 200 – 2 = 198 jadi biaya rtabelnya adalah 0,138

Tabel 4. 13 Hasil Uji Validitas Variabel Literasi Keuangan (X1)

Variabel	$_{r}$Hitung (Person Correlation)	$_{r}$Tabel N=200 a = 5%	Keterangan
X1.1	0,812	0,138	Valid
X1.2	0,822	0,138	Valid
X1.3	0,753	0,138	Valid
X1.4	0,821	0,138	Valid
X1.5	0,690	0,138	Valid
X1.6	0,855	0,138	Valid
X1.7	0,849	0,138	Valid
X1.8	0,852	0,138	Valid

Sumber: Hasil Penelitian Data SPSS, 2026

Berdasarkan Tabel 4.13 di atas dapat dilihat bahwa seluruh item dari kuesioner terkait dengan variabel (X1) yaitu literasi keuangan dinyatakan valid karena $_{r}$hitung memiliki nilai lebih besar dari $_{r}$tabel.

Tabel 4. 14 Hasil Uji Validitas Variabel Inklusi Keuangan (X2)

Variabel	$_{r}$Hitung (Person Correlation)	$_{r}$Tabel N=200 a = 5%	Keterangan
X2.1	0,748	0,138	Valid
X2.2	0,736	0,138	Valid
X2.3	0,838	0,138	Valid
X2.4	0,840	0,138	Valid
X2.5	0,853	0,138	Valid
X2.6	0,899	0,138	Valid
X2.7	0,871	0,138	Valid
X2.8	0,882	0,138	Valid

Sumber: Hasil Penelitian Data SPSS, 2026

Berdasarkan Tabel 4.14 di atas dapat dilihat bahwa seluruh item dari kuesioner terkait dengan variabel (X2) yaitu inklusi keuangan dinyatakan valid karena $_{r}$hitung memiliki nilai lebih besar dari $_{r}$tabel.

Tabel 4. 15 Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Harga Emas (X3)

Variabel	$_{r}$Hitung (Person Correlation)	$_{r}$Tabel N=200 a = 5%	Keterangan
X3.1	0,799	0,138	Valid
X3.2	0,831	0,138	Valid
X3.3	0,831	0,138	Valid
X3.4	0,821	0,138	Valid
X3.5	0,798	0,138	Valid
X3.6	0,830	0,138	Valid
X3.7	0,845	0,138	Valid
X3.8	0,817	0,138	Valid

Sumber: Hasil Penelitian Data SPSS, 2026

Berdasarkan Tabel 4.15 di atas dapat dilihat bahwa seluruh item dari kuesioner terkait dengan variabel (X3) yaitu persepsi harga emas dinyatakan valid karena $_{r}$hitung memiliki nilai lebih besar dari $_{r}$tabel.

Tabel 4. 16 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Investasi Tabung Emas (Y)

Variabel	$_{r}$Hitung (Person Correlation)	$_{r}$Tabel N=200 a = 5%	Keterangan
Y.1	0,792	0,138	Valid
Y.2	0,809	0,138	Valid
Y.3	0,844	0,138	Valid
Y.4	0,787	0,138	Valid
Y.5	0,838	0,138	Valid
Y.6	0,860	0,138	Valid
Y.7	0,749	0,138	Valid
Y.8	0,741	0,138	Valid

Sumber: Hasil Penelitian Data SPSS, 2026

Berdasarkan Tabel 4.16 di atas dapat dilihat bahwa seluruh item dari kuesioner terkait dengan variabel (Y) yaitu minat investasi emas dinyatakan valid karena $_{r}$hitung memiliki nilai lebih besar dari $_{r}$tabel.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji yang digunakan untuk mengetauhi konsistensi alat ukur, apakah tetap konsistensi apabila pengukuran diulang dan untuk mengetahui sejauh mana alat pengukur tersebut dapat dipercaya. Untuk mengetahui apakah data tersebut bisa dipercaya atau tidak maka perhitungannya yaitu r hitung > r tabel 5% yang mana r hitung dapat dilihat dari tabel hasil perhitungan yang telah didapatkan pada SPSS, sedangkan 5% dapat dilihat pada tabel yang telah ditentukan.

Tabel 4. 17 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	*Cronbocach's Alpha*	Standar Reliabilitas	N of Items	Keterangan
Literasi Keuangan (X1)	0,923	0,60	8	Reliabel
Inklusi Keuangan (X2)	0,939	0,60	8	Reliabel
Persepsi Harga Emas (X3)	0,931	0,60	8	Reliabel
Minat Investasi Emas (Y)	0,922	0,60	8	Reliabel

Sumber: Hasil Penelitian Data SPSS, 2026

Hasil uji reliabilitas diatas menunjukan bahwa masing-masing nilai *Cronbach's Alpha* untuk setiap variabel lebih besar dari r tabel yaitu 0,60. Hal ini menunjukan bahwa secara keseluruhan item pertanyaan sudah reliabel karena nilai *cronboch alpha* >0,60

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas yaitu pengujian yang digunakan untuk mengetahui nilai atau data terdistribusi secara normal atau tidak. Dapat dikatakan normal apabila data yang digunakan layak dalam penelitian. Cara mengetahui kenormalan ini adalah dengan metode Kolmogorov-Smirnov (K-S). Jika nilai signifikansi > 0,05 maka data berdistribusi normal, begitu juga sebaliknya, apabila nilai signifikansi < 0,05 maka data tidak berdistribusi normal.

Tabel 4. 18 Hasil Uji Normalitas Menggunakan One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		200
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.33473162
Most Extreme Differences	Absolute	.065
	Positive	.060
	Negative	-.065
Test Statistic		.065
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200[c,d]

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Hasil Penelitian Data SPSS, 2026

Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa nilai signifikansi yang diperoleh adalah 0,200. Nilai ini jauh lebih besar dibandingkan batas

signifikansi 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal. Kondisi ini mengindikasikan bahwa variabel-variabel yang diuji telah memenuhi asumsi normalitas, sehingga data layak digunakan untuk analisis statistik parametrik pada tahap selanjutnya.

b. Uji Multikolonieritas

Uji multikoliniearitas yaitu keadaan yang terjadi hubungan linear yang sempurna yang bertujuan untuk menguji apakah model regresi tersebut ditemukan adanya korelasi antar variabel independent. Untuk mengetahui adanya multikolineritas yaitu dengan melihat Variance Inflation Factor (VIF) dan Tolerance nya. Apabila nilai VIF < 10 dan Tolerance > 0,1 maka dapat dikatakan tidak terjadi multikoliniearitas.

Tabel 4. 19 Hasil Uji Multikolonieritas

Model	***B***	**Tolerance**	**VIF**
Constant	1.172		
Literasi Keuangan (X1)	0,357	0,296	3.382
Inklusi Keuangan (X2)	0,317	0,330	3.029
Persepsi Harga Emas (X3)	0,287	0,287	3.488

Sumber*: Hasil Penelitian Data SPSS, 2026*

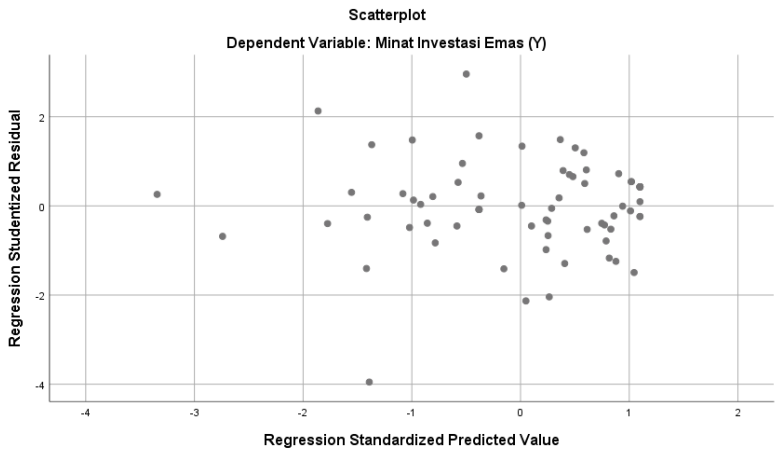
Berdasarkan hasil uji multikolinearitas, variabel literasi keuangan (X1) memiliki nilai Tolerance sebesar 0,296 dan VIF 3.382,

variabel inklusi keuangan (X2) memiliki nilai Tolerance 0,330 dan VIF 3.029, variabel persepsi harga emas (X3) memiliki nilai Tolerance 0,287 dan VIF 3.488. Seluruh variabel menunjukkan nilai Tolerance di atas 0,10 dan VIF di bawah 10. Artinya, tidak ditemukan adanya gejala multikolinearitas dalam model regresi ini.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dalam analisis regresi yang bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual atau kesalahan pengganggu pada setiap pengamatan dalam model regresi. Model regresi yang baik adalah model yang tidak terjadi heteroskedastisitas, yaitu ketika varians residual bersifat konstan (homoskedastisitas).

Tabel 4. 20 Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber*: Hasil Penelitian Data SPSS, 2026*

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas menggunakan grafik P-Plot/Scatterplot, terlihat bahwa titik-titik data menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu, baik di atas maupun

di bawah sumbu nol. Penyebaran titik yang tidak teratur ini menunjukkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi. Varians residual bersifat konstan (homoskedastisitas), sehingga model regresi yang digunakan telah memenuhi salah satu asumsi klasik dan layak untuk digunakan dalam analisis lebih lanjut.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan salah satu pengujian dalam analisis regresi yang bertujuan untuk mengidentifikasi adanya hubungan atau korelasi antara residual pada suatu pengamatan dengan residual pada pengamatan lainnya dalam model yang sama. Gejala autokorelasi umumnya ditemukan pada data runtut waktu (*time series*), di mana nilai pada suatu periode memiliki keterkaitan dengan periode sebelumnya.

Tabel 4. 21 Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0,825[a]	0,681	0,667	3.055	2.550

Sumber*: Hasil Penelitian Data SPSS, 2026*

Berdasarkan hasil pengujian autokorelasi dengan menggunakan statistik Durbin-Watson, diperoleh nilai sebesar 2,550. Nilai tersebut menyatakan bahwa nilai *Durbin-Watson* dalam rentang 1,5 hingga 2,5 menunjukkan tidak adanya gejala autokorelasi yang signifikan, maka nilai 2,550 masih berada sangat dekat dengan batas atas dan dapat ditoleransi.

5. Regresi Linier Berganda

Berikut adalah rumus regresi linier berganda (dengan dua variabel bebas). Persamaan regresi linier berganda diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

$$\mathbf{Y= A + b_1X_1+ b_2X_2+ b_3X_3+ D +e}$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Pengguna

A = Konstanta

b_1b_2 = Koefisien Regresi

X_1 = Literasi Keuangan

X_2 = Inklusi Keuangan

X_3 = Persepsi Harga Emas

D = *Dummy*

E = eror/ Variabel Pengganggu

Berikut hasil uji regresi linier berganda yang bisa dilihat pada tabel 4.12 berikut.

Tabel 4. 22 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error		
1	(Constant)	1.441	1.624	.888	.376
	Literasi Keuangan (X1)	0,356	0,074	4.780	0,000
	Inklusi Keuangan (X2)	0,309	0,069	4.487	0,000
	Persepsi Harga Emas (X3)	0,290	0,077	3.761	0,000
	Generasi_Dummy	-0,197	0,440	-0,447	0,655

Sumber*: Hasil Penelitian Data SPSS, 2026*

Berdasarkan tabel 4.12 Hasil regresi linier berganda pada penelitian ini menggunakan Standardized Coefficeient. Maka dapat disusun persamaan regresi berikut :

$Y= A+ b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + D$

$Y= 1.441 + 0,356\ X_1+ 0,309X_2 + 0,290X_3 + 0,197D$

Gen Milenial (D=0)

$Y_{Milenial}= 1.441 + 0,356\ X_1+ 0,309X2 + 0,290X3$

Gen Z (D = 1)

$Y_{GenZ} = 1.441 + 0,356\ X_1+ 0,309X2 + 0,290X3 + (-0,197)$

$Y_{GenZ} = 1.441 + 0,356\ X_1+ 0,309X_2 + 0,290\ X_3$

a. Nilai konstanta yang diperoleh sebesar 1,441 menyatakan bahwa jika tidak ada perubahan nilai dari variabel Literasi Keuangan (X1), Inklusi Keuangan (X2), Persepsi Harga Emas (X3), dan Generasi (D) maka Minat Investasi Emas (Y) akan tetap sebesar 1,441.
b. Besarnya nilai koefisien regresi variabel Literasi Keuangan (X1) sebesar 0,356 artinya variabel Literasi Keuangan (X1) berpengaruh positif terhadap Minat Investasi Emas (Y) dan tanda positif tersebut menunjukkan hubungan yang searah. Hal ini berarti, bahwa setiap kenaikan variabel Literasi Keuangan (X1) sebesar satu satuan maka Minat Investasi Emas (Y) akan naik sebesar 0,356 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi tetap. Karena nilai Sig. 0,000 < 0,05 maka pengaruh tersebut signifikan.

c. Besarnya nilai koefisien regresi variabel Inklusi Keuangan (X2) sebesar 0,309 artinya variabel Inklusi Keuangan (X2) berpengaruh positif terhadap Minat Investasi Emas (Y) dan tanda positif tersebut menunjukkan hubungan yang searah. Hal ini berarti, bahwa setiap kenaikan variabel Inklusi Keuangan (X2) sebesar satu satuan maka Minat Investasi Emas (Y) akan naik sebesar 0,309 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi tetap. Karena nilai Sig. 0,000 < 0,05 maka pengaruh tersebut signifikan.

d. Besarnya nilai koefisien regresi variabel Persepsi Harga Emas (X3) sebesar 0,352 artinya variabel Persepsi Harga Emas (X3) berpengaruh positif terhadap Minat Investasi Emas (Y) dan tanda positif tersebut menunjukkan hubungan yang searah. Hal ini berarti, bahwa setiap kenaikan variabel Persepsi Harga Emas (X3) sebesar satu satuan maka Minat Investasi Emas (Y) akan naik sebesar 0,352 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi tetap. Karena nilai Sig. 0,005 < 0,05 maka pengaruh tersebut signifikan.

e. Besarnya nilai koefisien regresi variabel Generasi Dummy (D) sebesar -0,197 artinya variabel Generasi Dummy (D) berpengaruh negatif terhadap Minat Investasi Emas (Y) dan tanda negatif tersebut menunjukkan hubungan yang berlawanan arah. Hal ini berarti, bahwa Gen Z memiliki Minat Investasi Emas (Y) lebih rendah sebesar 0,197 dibandingkan Gen Milenial dengan asumsi bahwa

variabel bebas yang lain dari model regresi tetap. Karena nilai Sig. 0,655 > 0,05 maka pengaruh tersebut tidak signifikan .

6. Uji Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji t)

Uji t bertujuan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel yang ditetapkan. Standar pengambilan seleksi adalah sebagai berikut:

a. Jika t hitung > t tabel dan sig < 0,05 maka h0 variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
b. Jika t hitung > t tabel dan sig > 0,05 maka h0 variabel tidak independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen

Tabel 4. 23 Hasil Uji t

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	1.441	1.624		.888	.376
	Literasi Keuangan (X1)	.356	.074	.335	4.780	.000
	Inklusi Keuangan (X2)	.309	.069	.306	4.487	.000
	Persepsi Harga Emas (X3)	.290	.077	.268	3.761	.000
	Generasi_Dummy	-.197	.440	-.018	-.447	.655

Sumber*: Hasil Penelitian Data SPSS, 2026*

1) Variabel Literasi Keuangan (X1)

Dari hasil uji t diperoleh nilai t hitung sebesar 4,780 dengan tingkat signifikansi 0,000, yang berada di bawah batas signifikansi 0,05. Artinya, Literasi Keuangan berpengaruh

positif dan signifikan terhadap Minat Investasi Emas. Maka H0 ditolak dan Ha diterima.

2) Variabel Inklusi Keuangan (X2)

Dari hasil uji t diperoleh nilai t hitung sebesar 4,487 dengan tingkat signifikansi 0,000, yang berada di bawah batas signifikansi 0,05. Artinya, Inklusi Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Investasi Emas. Maka H0 ditolak dan Ha diterima.

3) Variabel Persepsi Harga Emas (X3)

Dari hasil uji t diperoleh nilai t hitung sebesar 3,761 dengan tingkat signifikansi 0,000, yang berada di bawah batas signifikansi 0,05. Artinya, Persepsi Harga Emas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Investasi Emas. Maka H0 ditolak dan Ha diterima.

4) Variabel Generasi (*Dummy*)

Dari hasil uji t diperoleh nilai t hitung sebesar -0,447 dengan tingkat signifikansi 0,655, yang berada di atas batas signifikansi 0,05. Artinya, Generasi Dummy tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Investasi Emas. Maka H0 diterima dan Ha ditolak.

2. Uji F

Uji F dilakukan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel-variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat.

Tabel 4. 24 Hasil Uji Simultan (Uji F)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4289.589	4	1072.397	123.958	0,000[b]
	Residual	1687.006	195	8.651		
	Total	5976.595	199			

Sumber*: Hasil Penelitian Data SPSS, 2026*

Berdasarkan hasil pengujian F pada tabel ANOVA, diperoleh nilai F hitung sebesar 123,958 dengan tingkat signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari batas α = 0,05. Selain itu, nilai F hitung 123,958 > F tabel 2,42, maka H0 ditolak dan Ha diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Literasi Keuangan (X1), Inklusi Keuangan (X2), Persepsi Harga Emas (X3), dan Generasi (Dummy) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Minat Investasi Emas (Y), sehingga model regresi yang digunakan sudah layak dan dapat dipakai untuk memprediksi Minat Investasi Emas.

3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (Adj. R^2) atas temuan regresi membuktikan berapa banyak variabel dependen dapat diterangkan atas variabel independennya.

Tabel 4. 25 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,847[a]	0,718	0,712	2.941

Sumber*: Hasil Penelitian Data SPSS, 2026*

Berdasarkan hasil uji determinasi diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,712, artinya 71,2% Minat Investasi Emas dipengaruhi oleh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan, Persepsi Harga Emas, serta perbedaan Generasi Milenial dan Generasi Z secara bersama-sama. Sedangkan sisanya 28,8% dipengaruhi faktor lain di luar penelitian ini. Nilai R sebesar 0,847 juga menunjukkan bahwa hubungan antar variabel tersebut tergolong sangat kuat.

B. Pembahasan

1. Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Minat Berinvestasi Tabung Emas di Kota Banjarmasin

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), diperoleh nilai t hitung sebesar 4,780 dengan tingkat signifikansi 0,000, yang lebih kecil dari batas signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi tabung emas di Kota Banjarmasin, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima.

Hasil ini mengandung makna bahwa tingkat pengetahuan dan pemahaman keuangan yang dimiliki oleh responden mampu mendorong secara langsung minat mereka untuk berinvestasi tabung emas. Dengan kata lain, semakin tinggi pemahaman individu mengenai konsep dasar keuangan,

seperti pengelolaan keuangan, risiko, dan instrumen investasi, maka semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk mewujudkan minat tersebut dalam bentuk tindakan nyata berupa keputusan berinvestasi tabung emas.

Dalam perspektif *Theory of Planned Behavior* (TPB), literasi keuangan dapat dikaitkan dengan aspek perceived behavioral control, yaitu sejauh mana individu merasa mampu untuk melakukan suatu perilaku berdasarkan pengetahuan yang dimiliki. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemampuan tersebut cukup kuat untuk memengaruhi niat investasi. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik pemahaman individu terhadap konsep keuangan, instrumen investasi, dan manajemen risiko, maka semakin tinggi pula keyakinan dan minat mereka untuk berinvestasi tabung emas di Kota Banjarmasin.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Fahrur Rozi (2023), yang menemukan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi tabungan emas Pegadaian Syariah pada mahasiswa. Selain itu, penelitian oleh Viana (2021) juga menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap minat investasi Generasi Z, yang mengindikasikan bahwa pengetahuan keuangan yang baik berbanding lurus dengan keberanian dan kemauan individu dalam mengambil keputusan investasi.

Secara empiris, signifikannya pengaruh literasi keuangan dalam penelitian ini dapat dijelaskan oleh beberapa faktor, antara lain: (1)

responden dalam penelitian ini merupakan Generasi Milenial dan Generasi Z yang terbiasa mengakses informasi keuangan melalui platform digital, sehingga literasi keuangan mereka cenderung lebih aplikatif, (2) meningkatnya kesadaran generasi muda terhadap pentingnya investasi sejak dini, serta (3) adanya kecenderungan bahwa individu yang memiliki pemahaman keuangan yang baik akan lebih percaya diri dalam memilih instrumen investasi yang sesuai, termasuk tabung emas syariah.

Implikasi dari hasil ini adalah pentingnya terus meningkatkan literasi keuangan masyarakat, khususnya generasi muda, melalui program edukasi yang bersifat praktis dan aplikatif. Lembaga keuangan syariah, pemerintah, dan institusi pendidikan perlu bersinergi dalam menyediakan program literasi keuangan yang tidak hanya meningkatkan pengetahuan, tetapi juga mendorong terbentuknya perilaku investasi yang nyata dan berkelanjutan.

2. Pengaruh Inklusi Keuangan terhadap Minat Berinvestasi Tabung Emas di Kota Banjarmasin

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), diperoleh nilai t hitung sebesar 4,487 dengan tingkat signifikansi 0,000, yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel inklusi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi tabung emas di Kota Banjarmasin, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima.

Hasil ini mengandung makna bahwa semakin tinggi tingkat aksesibilitas dan kemudahan dalam menggunakan layanan keuangan, maka

semakin tinggi pula minat individu untuk berinvestasi. Ketersediaan layanan keuangan, khususnya berbasis digital seperti tabungan emas, memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk melakukan investasi tanpa harus menghadapi hambatan administratif yang kompleks.

Dalam kerangka *Theory of Planned Behavior* (TPB), inklusi keuangan berkaitan dengan *perceived behavioral control*, di mana individu akan lebih cenderung melakukan suatu tindakan apabila mereka merasa memiliki kemudahan dan kesempatan untuk melakukannya. Dalam hal ini, akses terhadap layanan keuangan menjadi faktor penting yang meningkatkan keyakinan individu untuk berinvestasi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang telah dibahas pada Bab II, seperti penelitian oleh Narulita et al. (2025) yang menyatakan bahwa inklusi keuangan berpengaruh signifikan terhadap minat investasi. Selain itu, penelitian oleh Dwi Indriyani (2021) juga menunjukkan bahwa inklusi keuangan memiliki pengaruh positif terhadap penggunaan produk keuangan, termasuk investasi berbasis syariah.

Secara empiris, hasil ini dapat dijelaskan bahwa kemudahan akses terhadap layanan keuangan mampu mengurangi berbagai hambatan, baik dari segi waktu, biaya, maupun prosedur. Dengan adanya digitalisasi layanan keuangan, masyarakat dapat melakukan investasi kapan saja dan di mana saja, sehingga meningkatkan minat untuk berpartisipasi dalam investasi.

Implikasi praktis dari hasil ini adalah perlunya peningkatan akses dan kualitas layanan keuangan, khususnya melalui pemanfaatan teknologi digital, agar dapat menjangkau masyarakat secara lebih luas dan meningkatkan inklusi keuangan.

3. Pengaruh Persepsi Harga Emas terhadap Minat Berinvestasi Tabung Emas di Kota Banjarmasin

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), diperoleh nilai t hitung sebesar 3,761 dengan tingkat signifikansi 0,000, yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel persepsi harga emas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi tabung emas di Kota Banjarmasin, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima.

Hasil ini menunjukkan bahwa persepsi individu terhadap harga emas menjadi salah satu faktor penting dalam menentukan minat berinvestasi. Persepsi positif, seperti anggapan bahwa emas merupakan investasi yang aman, stabil, dan memiliki potensi kenaikan nilai, akan mendorong individu untuk berinvestasi.

Dalam perspektif *Theory of Planned Behavior* (TPB), persepsi harga emas mencerminkan *attitude toward behavior*, yaitu sikap individu terhadap suatu perilaku. Sikap yang positif akan meningkatkan kecenderungan individu untuk melakukan tindakan tersebut.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang telah dibahas pada Bab II, seperti penelitian oleh Zian Fitrotunnisa (2023) yang

menunjukkan bahwa persepsi harga emas berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi. Selain itu, penelitian oleh Muhammad Fadhil Ma'ruf (2024) juga menyatakan bahwa persepsi terhadap emas memiliki pengaruh terhadap minat investasi.

Secara empiris, hasil ini dapat dijelaskan bahwa emas dikenal sebagai instrumen investasi yang relatif stabil dan memiliki risiko yang lebih rendah dibandingkan instrumen lainnya. Oleh karena itu, persepsi positif terhadap harga emas akan meningkatkan kepercayaan dan minat masyarakat untuk berinvestasi.

Implikasi praktis dari hasil ini adalah perlunya strategi komunikasi yang efektif dari lembaga keuangan dalam membangun persepsi positif masyarakat terhadap investasi emas, melalui edukasi, promosi, serta transparansi informasi harga.

4. Pengaruh Generasi terhadap Minat Berinvestasi Tabung Emas di Kota Banjarmasin

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), diperoleh nilai t hitung sebesar -0,447 dengan tingkat signifikansi 0,655, yang lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel generasi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berinvestasi tabung emas di Kota Banjarmasin, sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak.

Hasil ini mengindikasikan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara generasi Milenial dan Generasi Z dalam hal minat berinvestasi tabungan emas. Kedua kelompok generasi tersebut memiliki

kecenderungan yang relatif sama dalam memandang dan melakukan aktivitas investasi.

Secara empiris, hal ini dapat disebabkan oleh kesamaan karakteristik kedua generasi, khususnya dalam hal adaptasi terhadap teknologi dan akses informasi. Baik generasi Milenial maupun Generasi Z sama-sama terbiasa menggunakan teknologi digital, sehingga memiliki peluang dan kemudahan yang relatif sama dalam mengakses layanan investasi.

Hasil ini juga menunjukkan bahwa faktor demografis seperti generasi tidak selalu menjadi faktor utama dalam menentukan minat investasi, terutama ketika faktor lain seperti inklusi keuangan dan persepsi harga memiliki pengaruh yang lebih kuat.

Implikasi praktis dari penelitian ini adalah bahwa inklusi keuangan dan persepsi harga emas tidak perlu dibedakan secara signifikan berdasarkan generasi, melainkan dapat difokuskan pada peningkatan akses dan pembentukan persepsi positif terhadap investasi.

5. Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan Dan Persepsi Harga Emas Secara Simultan Terhadap Minat Berinvestasi Tabung Emas Di Kota Banjarmasin

Berdasarkan hasil pengujian F pada tabel ANOVA, diperoleh nilai F-hitung sebesar 123,958 dengan tingkat signifikansi 0,000, yang lebih kecil dari batas signifikansi $\alpha = 0,05$. Selain itu, nilai F hitung 123,958 > F

tabel 2,42, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian, hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima, yang berarti bahwa variabel literasi keuangan, inklusi keuangan, persepsi harga emas, dan generasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat berinvestasi tabung emas di Kota Banjarmasin. Hasil ini sekaligus menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan telah memenuhi kriteria kelayakan dan memiliki kemampuan dalam menjelaskan variasi minat berinvestasi.

Secara substantif, penelitian ini mengandung makna bahwa minat berinvestasi tabungan emas tidak terbentuk oleh satu faktor secara tunggal, melainkan merupakan hasil interaksi dari berbagai faktor yang bersifat kognitif, struktural, psikologis, dan demografis. Literasi keuangan berperan sebagai dasar pengetahuan dalam memahami instrumen investasi, inklusi keuangan mencerminkan tingkat kemudahan akses terhadap layanan keuangan, persepsi harga emas merepresentasikan penilaian individu terhadap nilai dan prospek investasi, sedangkan variabel generasi menggambarkan karakteristik sosial yang melekat pada individu. Kombinasi keempat faktor tersebut secara bersama-sama memberikan kontribusi yang signifikan dalam membentuk minat berinvestasi.

Hasil penelitian ini dapat dijelaskan melalui kerangka *Theory of Planned Behavior* (TPB), yang menyatakan bahwa minat (*intention*) individu dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*), norma subjektif (*subjective norm*), dan persepsi kontrol perilaku

(*perceived behavioral control*). Dalam konteks penelitian ini, persepsi harga emas mencerminkan sikap individu terhadap investasi, literasi keuangan dan inklusi keuangan mencerminkan kemampuan serta kemudahan dalam melakukan investasi, sedangkan faktor generasi dapat berkaitan dengan lingkungan sosial yang membentuk pola perilaku individu. Ketika ketiga komponen utama tersebut didukung oleh karakteristik individu yang relatif homogen, maka minat berinvestasi akan terbentuk secara lebih kuat.

Meskipun pada pengujian parsial ditemukan bahwa literasi keuangan dan generasi tidak berpengaruh signifikan, namun dalam pengujian simultan seluruh variabel menunjukkan pengaruh yang signifikan. Hal ini menunjukkan adanya efek simultan atau efek komplementer, di mana variabel-variabel independen saling melengkapi dalam menjelaskan variabel dependen. Dengan demikian, ketidaksignifikanan suatu variabel secara parsial tidak serta merta menghilangkan kontribusinya dalam model secara keseluruhan.

Selain itu, penelitian oleh Narulita et al. (2025) menunjukkan bahwa literasi keuangan dan inklusi keuangan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat investasi. Penelitian oleh Silmi ‘Arifa (2023) juga menyatakan bahwa variabel persepsi dan literasi secara bersama-sama memengaruhi minat terhadap produk keuangan. Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkuat penelitian sebelumnya bahwa pendekatan simultan lebih mampu menjelaskan perilaku keuangan dibandingkan

pendekatan parsial.

Secara empiris, hasil ini dapat dijelaskan bahwa keputusan untuk berinvestasi merupakan keputusan yang kompleks dan multidimensional. Individu tidak hanya mempertimbangkan pengetahuan yang dimiliki, tetapi juga kemudahan akses serta persepsi terhadap instrumen investasi. Literasi keuangan tanpa didukung akses yang memadai tidak akan menghasilkan tindakan investasi, sementara akses yang mudah tanpa adanya persepsi positif terhadap investasi juga tidak cukup untuk mendorong minat. Oleh karena itu, kombinasi antara literasi, inklusi, persepsi, dan karakteristik individu menjadi faktor yang saling melengkapi dalam membentuk minat berinvestasi.

Implikasi teoritis dari penelitian ini adalah memperkuat pendekatan integratif dalam kajian perilaku keuangan, di mana faktor kognitif, struktural, dan psikologis perlu dianalisis secara simultan untuk memahami perilaku investasi secara komprehensif. Sementara itu, implikasi praktisnya adalah lembaga keuangan perlu mengembangkan strategi yang tidak hanya berfokus pada peningkatan literasi keuangan, tetapi juga memperluas akses layanan keuangan serta membangun persepsi positif terhadap investasi emas melalui edukasi dan komunikasi yang efektif.