

POTENSI GENERASI Z SEBAGAI INVESTOR SYARIAH DI MASA MENDATANG: ANALISIS NIAT INVESTASI SAHAM SYARIAH MELALUI PENDEKATAN THEORY OF PLANNED BEHAVIOR DAN HALAL AWARENESS

Winda Najwan Putri Hidayah¹, Girindra Mega Paksi²

¹Universitas Brawijaya, Jl. Veteran, Malang, Indonesia

Email: widanajwan@student.ub.ac.id

Article History

Received: 03-03-2026

Revision: 17-03-2026

Accepted: 03-04-2026

Published: 11-04-2026

Abstract. *The growth of the Islamic capital market in Indonesia has not been matched by the participation of Generation Z, despite their strong potential as future investors. This gap arises because previous studies have shown inconsistent findings regarding the psychological factors and Islamic values influencing investment intention. This study aims to analyze the influence of attitude, subjective norms, perceived behavioral control, and halal awareness on Islamic stock investment intention, with employment status, gender, and income included as control variables. This study employs a quantitative approach using data from 162 Muslim Generation Z respondents and is analyzed through multiple linear regression. The results show that attitude ($\beta = 0.289$; $p < 0.05$), perceived behavioral control ($\beta = 0.209$; $p < 0.05$), and halal awareness ($\beta = 0.332$; $p < 0.05$) have a positive and significant effect on investment intention, while subjective norms and the control variables are not significant. Simultaneously, the model is significant ($F = 23.510$; $p < 0.001$) with an R^2 value of 0.517. These findings indicate that internal factors and halal values play a more dominant role than demographic factors in shaping Generation Z's investment intention and highlight the importance of religious values in Islamic financial behavior.*

Keywords: *Islamic investment intention; Generation Z; Theory of Planned Behavior; halal awareness; financial behavior; psychological factors.*

Abstrak. *Pertumbuhan pasar modal syariah di Indonesia belum diimbangi oleh partisipasi Generasi Z, meskipun memiliki potensi besar sebagai investor masa depan. Kesenjangan ini muncul karena temuan penelitian sebelumnya masih menunjukkan hasil yang beragam terkait faktor psikologis dan nilai syariah yang memengaruhi niat investasi. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh attitude, subjective norms, perceived behavioral control, dan halal awareness terhadap niat investasi saham syariah dengan memasukkan pekerjaan, jenis kelamin, dan pendapatan sebagai variabel kontrol. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan 162 responden Generasi Z Muslim dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda. Hasil menunjukkan bahwa attitude ($\beta = 0,289$; $p < 0,05$), perceived behavioral control ($\beta = 0,209$; $p < 0,05$), dan halal awareness ($\beta = 0,332$; $p < 0,05$) berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat investasi, sedangkan subjective norms serta variabel kontrol tidak berpengaruh signifikan. Secara simultan, model signifikan ($F = 23,510$; $p < 0,001$) dengan nilai R^2 sebesar 0,517. Temuan ini menegaskan bahwa faktor internal dan nilai kehalalan lebih dominan dibandingkan faktor demografis dalam membentuk niat investasi Generasi Z serta memperkuat peran nilai religius dalam perilaku keuangan syariah.*

Kata Kunci: *Niat investasi Islami; Generasi Z; Teori Perilaku Terencana; kesadaran halal; perilaku keuangan; faktor psikologis.*

How to Cite: Hidayah, W.N.P. & Paksi, G.M. (2026). Potensi Generasi Z sebagai Investor Syariah di Masa Mendatang. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 6 (1), 8129-8145. [10.54373/ifjeb.v6i1.5214](https://doi.org/10.54373/ifjeb.v6i1.5214)

PENDAHULUAN

Perkembangan pasar modal syariah di Indonesia menunjukkan tren yang semakin signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Statistik Saham Syariah OJK (2025) mencatat bahwa kapitalisasi saham syariah telah mencapai Rp5.583 triliun atau sekitar 45% dari total kapitalisasi pasar nasional. Data Monthly Report IDX (2022–2024) bahkan menunjukkan kontribusi saham syariah secara konsisten berada pada kisaran 54–55% dari total kapitalisasi pasar. Di sisi lain, Statistik Publik KSEI (2025) mencatat jumlah investor pasar modal telah mencapai 15,16 juta single investor identification (SID), dengan lebih dari 55% berusia di bawah 30 tahun. Meskipun demikian, kelompok usia muda tersebut hanya menguasai kurang dari 5% total nilai aset investor. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara dominasi jumlah investor muda dan rendahnya nilai kepemilikan aset, sehingga mengindikasikan bahwa minat belum sepenuhnya bertransformasi menjadi komitmen investasi yang kuat.

Generasi Z sebagai digital natives memiliki karakter adaptif terhadap teknologi dan akses informasi investasi melalui platform digital (Purbowisanti, 2021). Namun, peningkatan literasi dan akses informasi belum secara konsisten diikuti oleh peningkatan partisipasi investasi syariah (PT Bursa Efek Indonesia, 2024). Lestari (2024) juga menegaskan bahwa rendahnya literasi keuangan syariah, keterbatasan modal, serta tingkat halal awareness yang belum optimal menjadi faktor penghambat partisipasi investasi generasi muda. Temuan ini mengindikasikan bahwa perilaku investasi tidak hanya ditentukan oleh pertimbangan rasional, tetapi juga oleh faktor psikologis, sosial, dan nilai religius.

Dalam menjelaskan proses pengambilan keputusan tersebut, Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991) menyatakan bahwa niat berperilaku dipengaruhi oleh sikap (attitude), norma subjektif (subjective norms), dan perceived behavioral control. Model ini relevan dalam konteks investasi karena mampu memetakan evaluasi manfaat, tekanan sosial, serta persepsi kemampuan diri dalam mengelola risiko. Namun, penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang belum konsisten. Yulianti & Salsabilla (2022) menemukan bahwa attitude dan religiusitas berpengaruh signifikan terhadap niat investasi, sementara subjective norms tidak. Sebaliknya, Lestari (2024) menemukan subjective norms dan perceived behavioral control signifikan, tetapi attitude tidak. Inkonsistensi ini menunjukkan bahwa model TPB dalam konteks keuangan syariah masih memerlukan pengayaan konseptual dengan memasukkan dimensi nilai keislaman yang lebih eksplisit.

Selain TPB, Theory of Buyer Behavior (Howard & Sheth, 1970) menegaskan bahwa keputusan ekonomi terbentuk melalui interaksi antara stimulus eksternal, proses persepsi, dan nilai internal individu. Model ini menempatkan persepsi, pengalaman, serta nilai moral sebagai bagian dari proses pembelajaran konsumen sebelum keputusan dibuat. Dalam konteks ekonomi Islam, nilai halal-haram, larangan riba, serta legitimasi moral lembaga keuangan dapat berfungsi sebagai *symbolic values* yang memengaruhi preferensi investor Muslim (Ragil et al., 2024). Sementara itu, Herding theory yang diperkenalkan oleh (Banerjee, 1992) menjelaskan bahwa individu cenderung mengikuti keputusan mayoritas ketika berada dalam situasi ketidakpastian. (Bhutto et al., 2025) menunjukkan bahwa herding behavior berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi. Namun, pada kelompok Generasi Z yang memiliki akses luas terhadap informasi digital, pengaruh sosial tidak selalu berbentuk imitasi pasif, melainkan dapat dikombinasikan dengan evaluasi mandiri berbasis nilai internal.

Salah satu variabel normatif yang relevan dalam konteks investasi syariah adalah halal awareness. (Aslan, 2023) menegaskan bahwa kesadaran halal memengaruhi orientasi ekonomi konsumen Muslim, sementara Novitasari et al. (2021) menunjukkan bahwa halal awareness berperan signifikan dalam membentuk sikap dan niat memilih produk sesuai syariah. Nisaa (2024) bahkan menemukan bahwa halal awareness memperkuat hubungan antara literasi keuangan dan niat investasi. Dalam kerangka TPB, halal awareness berpotensi memperkuat behavioral beliefs melalui keyakinan akan manfaat duniawi dan ukhrawi, memperkuat normative beliefs melalui norma keagamaan, serta memperkaya control beliefs melalui rasa aman dan legitimasi moral atas keputusan investasi.

Berdasarkan uraian tersebut, terdapat dua kesenjangan utama yang mendasari penelitian ini. Pertama, masih terbatasnya penelitian yang mengintegrasikan halal awareness dan literasi keuangan syariah ke dalam kerangka Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991) dalam konteks investasi saham syariah. Kedua, kajian mengenai perilaku investasi Generasi Z Muslim sebagai kelompok investor dominan masih belum dikembangkan secara komprehensif dengan mempertimbangkan interaksi antara karakter digital dan nilai religius (Normasyhuri et al., 2023; Purbowisanti, 2021)

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menguji perluasan Theory of Planned Behavior dengan memasukkan halal awareness sebagai konstruk nilai keislaman dalam menjelaskan niat investasi saham syariah pada Generasi Z Muslim. Secara akademik, penelitian ini diharapkan memperkaya literatur perilaku ekonomi Islam melalui pengembangan model yang lebih integratif. Secara praktis, temuan penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar bagi regulator dan lembaga keuangan dalam merancang strategi literasi serta edukasi

investasi syariah yang lebih kontekstual dengan karakter digital dan nilai religius Generasi Z.

METODE

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatori, yang bertujuan untuk mengidentifikasi dan menjelaskan hubungan sebab-akibat (*causal relationships*) antara variabel-variabel yang ada dalam suatu model (Benitez et al., 2020). Fokus utama dari penelitian ini adalah untuk menguji serta menjelaskan pengaruh variabel-variabel independen, yaitu *attitude*, *subjective norm*, *perceived behavioral control*, dan *halal awareness*, terhadap variabel dependen, yaitu niat berinvestasi saham syariah pada Generasi Z Muslim. Pendekatan yang digunakan mengacu pada panduan Sugiyono (2022), yang menyatakan bahwa metode kuantitatif cocok digunakan untuk menguji hipotesis secara empiris dengan instrumen yang terukur dan data numerik yang dianalisis menggunakan teknik statistik Jannah et al. (2025). Penelitian ini juga mengintegrasikan *Theory of Planned Behavior* Ajzen (1991) dengan menambahkan konsep *halal awareness* sebagai variabel tambahan yang relevan dalam konteks ekonomi Islam.

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah Muslim yang termasuk dalam Generasi Z (kelahiran 1997–2012) dan belum aktif berinvestasi saham. Generasi Z dipilih karena merupakan kelompok usia dominan di pasar modal syariah, namun kontribusi nilai asetnya masih rendah. (KSEI, 2025)

Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, yaitu metode non-probabilistik di mana pemilihan responden dilakukan secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu. *Purposive sampling* digunakan karena hanya individu yang memenuhi kriteria syariah, usia tertentu, dan memiliki minat investasi yang relevan dengan penelitian yang dapat memberikan data sesuai tujuan penelitian. (Campbell et al., 2020)

Kriteria inklusi responden meliputi:

- (1) beragama Islam
- (2) berusia 17–28 tahun pada saat pengumpulan data; dan
- (3) Berniat berinvestasi saham melalui aplikasi digital (seperti Stockbit, Ajaib, atau Bibit).

Jumlah sampel ditentukan berdasarkan pendekatan *item-to-response ratio* sebagaimana disarankan oleh Hair, yaitu minimal 5 hingga 10 responden untuk setiap item instrumen Sitompul (2021). Dengan total 18 item pertanyaan, maka jumlah minimal responden yang layak untuk analisis adalah sebanyak 90 responden, sedangkan jumlah idealnya berada pada rentang

90 hingga 180 responden. Dalam penelitian ini, data yang berhasil dikumpulkan dan memenuhi kriteria untuk dianalisis berjumlah 162 responden, sehingga telah melampaui jumlah minimal dan berada dalam kisaran ideal yang direkomendasikan.

3.3 Sumber Data Penelitian

Dalam penelitian ini, terdapat dua jenis data:

a. Data Primer, diperoleh melalui survei daring menggunakan *Google Form* dengan skala Likert 1–5 (1 = sangat tidak setuju, 5 = sangat setuju). Beberapa data bersifat rasio (usia, pendapatan) dan nominal (jenis kelamin, pekerjaan).

b. Data Sekunder, diperoleh dari lembaga resmi untuk memperkuat analisis, antara lain:

- Otoritas Jasa Keuangan (OJK): statistik investor syariah,
- Bursa Efek Indonesia (IDX): laporan perkembangan saham syariah, dan
- Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS): data kebijakan dan tren ekonomi syariah.

3.4 Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis

Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda dengan pendekatan Ordinary Least Squares (OLS). Sebelum analisis regresi dilakukan, data ordinal skala Likert ditransformasi menjadi skala interval menggunakan Method of Successive Interval (MSI) untuk memenuhi asumsi analisis parametrik.

Model regresi yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + \beta_5X_5 + \beta_6X_6 + \beta_7X_7 + \varepsilon$$

Keterangan:

- Y = Minat Investasi Saham Syariah
- X1 = *Attitude*
- X2 = *Subjective Norms*
- X3 = *Perceived Behavioral Control*
- X4 = *Halal Awareness*
- X5 = Status Pekerjaan (Dummy: 0 = tidak bekerja, 1 = bekerja)
- X6 = Usia (tahun)
- X7 = Jenis Kelamin (Dummy: 0 = laki-laki, 1 = perempuan)
- β_0 = Intersep (konstanta)
- $\beta_1 - \beta_7$ = Koefisien regresi masing-masing variabel
- ε = Error / residual

Sebelum pengujian hipotesis, dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas (Kolmogorov–Smirnov), multikolinearitas (VIF dan Tolerance), heteroskedastisitas (Glejser), dan autokorelasi (Durbin–Watson).

Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t (parsial) dan uji F (simultan) pada tingkat signifikansi 5%, serta pengukuran koefisien determinasi (R^2) untuk menilai kemampuan model dalam menjelaskan variasi niat investasi.

HASIL

Hasil penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner *Google Form* kepada generasi Z berusia 17–27 tahun. Dari proses tersebut terkumpul 162 responden, jumlah yang telah memenuhi kriteria ukuran sampel ideal menurut Hair (2021), yaitu berkisar antara 90 hingga 180 responden.

4.1. Analisis Deskriptif

Tabel 1. Pekerjaan (X5)

Kategori	Jumlah
Bekerja	35
Tidak Bekerja	112

Sumber: Penulis (2025)

Tabel 2. Jenis Kelamin (X6)

Jenis	Jumlah
Perempuan	94
Laki Laki	52

Sumber: Penulis (2025)

Tabel 3. Pendapatan (X7)

Kelompok pendapatan	Jumlah
<2.500.000	98
2.500.000 – 5.000.000	49
5.000.001 – 7.500.000	4
7.500.001 – 10.000.000	5
>10.000.000	7

Sumber: Penulis (2025)

Tabel 4. Usia

Usia	Jumlah
17	13
18	13

Usia	Jumlah
19	13
20	16
21	28
22	18
23	14
24	11
25	13
26	12
27	11

Sumber: Penulis (2025)

4.2 Uji Asumsi Klasik

Uji reliabilitas dan validitas dalam penelitian ini hanya diterapkan pada konstruk psikologis utama, sedangkan variabel kontrol demografis tidak diuji. Pendekatan ini sejalan dengan Chen et al. (2024) yang hanya melakukan pengujian psikometris pada konstruk utama tanpa menguji variabel kontrol. Hal serupa juga ditegaskan oleh Shiau et al. (2024), yang menyatakan bahwa variabel kontrol umumnya berupa variabel tunggal seperti usia, gender, atau pendapatan, sehingga tidak memiliki konstruk laten dan tidak relevan untuk diuji reliabilitas maupun validitasnya. Dengan demikian, variabel kontrol difungsikan sebagai penyesuaian model, bukan sebagai konstruk teoretis yang memerlukan pengujian psikometris.

Tabel 5. Uji Validitas

Variabel	R Hitung	R Tabel	Sig. (2-tailed)	Keterangan
Niat Investasi Gen Z (Y)				
Y1	0,448	0,153	0,000	Valid
Y2	0,677	0,153	0,000	Valid
Y3	0,660	0,153	0,000	Valid
Attitude (X1)				
X1.1	0,604	0,153	0,000	Valid
X1.2	0,638	0,153	0,000	Valid
X1.3	0,684	0,153	0,000	Valid
Subjective Norms (X2)				
X2.1	0,654	0,153	0,000	Valid
X2.2	0,589	0,153	0,000	Valid
X2.3	0,551	0,153	0,000	Valid
Perceived Behavioural Control (X3)				
X3.1	0,642	0,153	0,000	Valid
X3.2	0,716	0,153	0,000	Valid
X3.3	0,627	0,153	0,000	Valid
Halal Awareness (X4)				
X4.1	0,624	0,153	0,000	Valid
X4.2	0,634	0,153	0,000	Valid

Variabel	R Hitung	R Tabel	Sig. (2-tailed)	Keterangan
X4.3	0,579	0,153	0,000	Valid

Sumber: Olahan Data SPSS 26

Uji validitas dilakukan untuk memastikan setiap item mampu mengukur variabel yang dimaksud. Item dinyatakan valid apabila nilai r hitung $>$ r tabel dan nilai signifikansi (Sig.) $<$ 0,05. (Dwi Kurnia PS et al. 2023)

Berdasarkan output SPSS, seluruh item memenuhi kriteria (Sig. $<$ 0,05), sehingga dinyatakan valid.

Tabel 6. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
<i>Niat Investasi</i> (Y)	0,695	Reliabel
<i>Attitude</i> (X1)	0,620	Reliabel
<i>Subjective Norms</i> (X2)	0,645	Reliabel
<i>Perceived Behavioural Control</i> (X3)	0,812	Reliabel
<i>Halal Awareness</i> (X4)	0,682	Reliabel

Sumber: Olahan Data SPSS 26

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur konsistensi instrumen. Instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha $>$ 0,60. (Dwi Kurnia PS et al. 2023)

Berdasarkan output SPSS, seluruh variabel memenuhi kriteria tersebut, yaitu Niat Investasi (0,695), Attitude (0,620), Subjective Norms (0,645), Perceived Behavioral Control (0,812), dan Halal Awareness (0,682). Dengan demikian, seluruh instrumen dinyatakan reliabel.

Tabel 7. Uji Normalitas

Uji Kolmogorov-Smirnov	Nilai	Keterangan
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,200	Terdistribusi Normal

Sumber: Olahan Data SPSS 26

Uji normalitas dilakukan untuk memastikan data residual mengikuti distribusi normal. Jika nilai signifikansi Kolmogorov-Smirnov $>$ 0,05, maka data berdistribusi normal, sehingga layak digunakan dalam analisis regresi. (Dwi Kurnia PS et al. 2023)

Berdasarkan tabel output SPSS tersebut, diketahui bahwa nilai signifikansi Asymp.Sig (2-tailed) sebesar 0,200 $>$ 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Dengan demikian, asumsi atau persyaratan normalitas dalam model regresi sudah terpenuhi.

Tabel 8. Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
<i>Attitude</i> (X1)	0,454	2,203	Tidak Terjadi Multikolinearitas
<i>Subjective Norms</i> (X2)	0,577	1,734	Tidak Terjadi Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
<i>Perceived Behavioural Control</i> (X3)	0,631	1,584	Tidak Terjadi Multikolineartias
<i>Halal Awareness</i> (X4)	0,587	1,702	Tidak Terjadi Multikolineartias
Pekerjaan (X5)	0,671	1,491	Tidak Terjadi Multikolineartias
Jenis Kelamin (X6)	0,933	1,072	Tidak Terjadi Multikolineartias
Pendapatan (X7)	0,669	1,494	Tidak Terjadi Multikolineartias

Sumber : Olahan Data SPSS 26

Uji Multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antar variabel bebas. Jika nilai Tolerance $> 0,10$ dan VIF < 10 , maka model dinyatakan bebas dari multikolinearitas, artinya variabel independen tidak saling mengganggu satu sama lain. . (Dwi Kurnia PS et al. 2023)

Berdasarkan tabel output SPSS tersebut, diketahui bahwa nilai Tolerance masing masing variabel $> 0,10$ dan VIF < 10 . Dapat disimpulkan bahwa data tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 9. Uji Heterokesdastisitas

Variabel	Sig.	Keterangan
<i>Attitude</i> (X1)	0,384	Tidak Terjadi Heterokesdastisitas
<i>Subjective Norms</i> (X2)	0,479	Tidak Terjadi Heterokesdastisitas
<i>Perceived Behavioural Control</i> (X3)	0,252	Tidak Terjadi Heterokesdastisitas
<i>Halal Awareness</i> (X4)	0,694	Tidak Terjadi Heterokesdastisitas
Pekerjaan (X5)	0,935	Tidak Terjadi Heterokesdastisitas
Jenis Kelamin (X6)	0,807	Tidak Terjadi Heterokesdastisitas
Pendapatan (X7)	0,506	Tidak Terjadi Heterokesdastisitas

Sumber: Olahan Data SPSS 26

Uji Glejser digunakan untuk melihat apakah terjadi ketidaksamaan varians residual. Jika nilai signifikansi (Sig.) hasil uji Glejser $> 0,05$, maka tidak terjadi heteroskedastisitas, artinya varians residual stabil dan model regresi layak digunakan. (Dwi Kurnia PS et al. 2023)

Berdasarkan tabel output SPSS tersebut, diketahui bahwa nilai Sig. masing masing variabel $> 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi Heterokesdastisitas pada data.

Tabel 10. Uji Atokolerasi

Uji	Nilai	Keterangan
Durbin-Watson	1,938	Tidak terjadi Autokorelasi

Sumber: Olahan Data SPSS 26

Uji Autokorelasi digunakan untuk melihat apakah residual berkorelasi secara berurutan. Jika nilai Durbin–Watson berada antara 1,55–2,46 (tidak berada di area $<1,55$ atau $>2,46$), maka model dinyatakan bebas autokorelasi, sehingga residual bersifat acak dan tidak saling memengaruhi. (Dwi Kurnia PS et al. 2023)

Berdasarkan tabel output SPSS tersebut, diketahui bahwa nilai Durbin watson berada di antara $1,55 < 1,93 < 2,46$ yang telah memenuhi ketentuan uji korelasi. Dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi Autokorelasi pada data.

4.3 Uji Regresi

Tabel 11. Uji T

Variabel	Unstandardized B	Sig.	t (>1,65)	Keterangan
<i>Attitude</i> (X1)	0,289	0,002	3,224	Berpengaruh Signifikan
<i>Subjective Norms</i> (X2)	0,063	0,407	0,831	Tidak Berpengaruh
<i>Perceived Behavioural Control</i> (X3)	0,209	0,002	3,222	Berpengaruh Signifikan
<i>Halal Awareness</i> (X4)	0,332	0,000	4,411	Berpengaruh Signifikan
Pekerjaan (X5)	0,080	0,500	0,675	Tidak Berpengaruh
Jenis Kelamin (X6)	-0,060	0,503	-0,672	Tidak Berpengaruh
Pendapatan (X7)	1,768E- 8	0,263	1,122	Tidak Berpengaruh

Sumber: Olahan Data SPSS 26

Uji T dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Jika nilai t hitung > t tabel dan Sig. < 0,05, maka variabel tersebut berpengaruh signifikan secara parsial. (Dwi Kurnia PS et al. 2023)

Interpretasi:

- Attitude* (X1) memiliki nilai Sig. $0,002 < 0,05$, sehingga **berpengaruh** signifikan terhadap Niat Investasi.
- Subjective Norms* (X2) memiliki nilai Sig. $0,407 > 0,05$, sehingga **tidak berpengaruh** terhadap Niat Investasi.
- Perceived Behavioral Control* (X3) memiliki nilai Sig. $0,002 < 0,05$, sehingga **berpengaruh** signifikan terhadap Niat Investasi.
- Halal Awareness* (X4) memiliki nilai Sig. $0,000 < 0,05$, sehingga **berpengaruh** signifikan terhadap Niat Investasi.
- Pekerjaan (X5) memiliki nilai Sig. $0,500 > 0,05$, sehingga **tidak berpengaruh** terhadap Niat Investasi.
- Jenis Kelamin (X6) memiliki nilai Sig. $0,503 > 0,05$, sehingga **tidak berpengaruh** terhadap Niat Investasi.
- Pendapatan (X7) memiliki nilai Sig. $0,263 > 0,05$, sehingga **tidak berpengaruh** terhadap Niat Investasi.

Tabel 12. Uji F

Sig.	F (>2,43)	Keterangan
0,000	23.510	Signifikan secara simultan

Sumber: Olahan Data SPSS 26

Uji F dilakukan untuk mengukur apakah seluruh variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan $Sig. < 0,05$, maka model regresi signifikan secara simultan. (Dwi Kurnia PS et al. 2023)

Berdasarkan tabel output SPSS tersebut, diketahui nilai $Sig\ 0,000 < 0,05$ dan nilai $F_{Hitung}\ 23.510 > 2,43\ F_{tabel}$, yang berarti model dinyatakan telah memenuhi ketentuan uji F. Dapat disimpulkan bahwa variabel independen berpengaruh signifikan secara simultan (Bersama sama) terhadap variabel dependen.

Tabel 13. Koefisien Determinasi (R^2)

R Square	Keterangan
0,517	Pengaruh Variabel Independen terhadap variabel Dependen secara simultan (bersama sama) sebesar 51%

Sumber: Olahan Data SPSS 26

Uji Koefisien Determinasi (R^2) dilakukan untuk menunjukkan seberapa besar kemampuan variabel independen menjelaskan variabilitas variabel dependen. Semakin besar nilai R^2 , semakin kuat kemampuan model menjelaskan perubahan pada variabel Y. (Dwi Kurnia PS et al. 2023)

Berdasarkan tabel output SPSS tersebut, dapat disimpulkan bahwa Pengaruh variabel Independen terhadap variabel Dependen secara simultan (bersama sama) sebesar 51%

4.4 Persamaan Residual

$$Y = 0,796 + 0,289X1 + 0,209X3 + 0,332X4 + e$$

Interpretasi:

- **$B_0 = 0,796$**

Nilai konstanta sebesar 0,796 menunjukkan bahwa ketika seluruh variabel independen (*attitude*, *perceived behavioral control*, dan *halal awareness*) bernilai nol, maka nilai dasar niat investasi adalah sebesar 0,796. Hal ini mengindikasikan bahwa responden tetap memiliki kecenderungan dasar untuk berinvestasi meskipun tanpa pengaruh dari variabel-variabel independen yang diuji dalam model.

- **$\beta_1 = 0,289$**

Koefisien sebesar 0,289 dengan nilai signifikansi 0,002 menunjukkan bahwa *attitude* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat investasi. Artinya, setiap peningkatan satu satuan pada *attitude* akan meningkatkan niat investasi sebesar 0,289 poin.

- **$\beta_2 = 0,209$**

Koefisien sebesar 0,209 dengan nilai signifikansi 0,002 menunjukkan bahwa *perceived behavioral control* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat investasi. Artinya, setiap peningkatan satu satuan pada *perceived behavioral control* akan meningkatkan niat investasi sebesar 0,209 poin, yang mencerminkan bahwa semakin tinggi persepsi kemampuan individu, semakin besar niat untuk berinvestasi.

- **$\beta_3 = 0.332$**

Koefisien sebesar 0,332 dengan nilai signifikansi 0,000 menunjukkan bahwa *halal awareness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat investasi. Artinya, setiap peningkatan satu satuan pada *halal awareness* akan meningkatkan niat investasi sebesar 0,332 poin, sehingga variabel ini menjadi yang paling dominan dalam model.

DISKUSI

Variabel yang Berpengaruh Signifikan

Hasil regresi menunjukkan bahwa Attitude, Perceived Behavioral Control (PBC), dan Halal Awareness berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat investasi saham syariah.

Attitude

Dalam Theory of Planned Behavior, sikap terbentuk dari *behavioral beliefs* mengenai manfaat suatu perilaku (Ajzen, 1991). Ketika Generasi Z meyakini bahwa investasi syariah aman, menguntungkan, dan selaras dengan prinsip agama, maka sikap positif terbentuk dan mendorong niat investasi.

Temuan ini juga dapat dijelaskan melalui Theory of Buyer Behaviour (Howard & Sheth, 1970) dan Theory of Consumer Behaviour oleh Paul Peter & Jerry C. Olson (1987), yang menekankan bahwa keputusan dibentuk oleh evaluasi manfaat utilitarian (keuntungan finansial) dan simbolik (nilai religius). Bagi Generasi Z Muslim, investasi syariah bersifat *value-driven*, bukan sekadar pertimbangan return dan risiko.

Hasil ini konsisten dengan Haris & Aligarh (2024), Junianto et al. (2020), dan Riyan Andni et al. (2025) yang menunjukkan bahwa sikap positif memperkuat niat investasi. Implikasinya, peningkatan minat investasi perlu difokuskan pada penguatan sikap melalui edukasi yang mengintegrasikan manfaat finansial dan nilai religius (Ningtyas & Istiqomah, 2021); Razak et al., 2024)

Perceived Behavioral Control (PBC)

PBC merefleksikan keyakinan individu terhadap kemampuan dan kemudahan dalam berinvestasi (Ajzen, 1991). Pada Generasi Z, hal ini berkaitan dengan literasi investasi, kemampuan menggunakan platform digital, serta pengelolaan risiko dasar.

Sejalan dengan Howard & Sheth (1970) serta Paul Peter & Jerry C. Olson (1987), persepsi kemudahan dan pengalaman membentuk rasa mampu (*self-efficacy*). Temuan ini konsisten dengan Haris & Aligarh (2024), Junianto et al. (2020), Razak et al. (2024), Riyan Andni et al. (2025) yang menegaskan PBC sebagai prediktor penting niat investasi syariah.

Implikasinya, peningkatan minat investasi perlu difokuskan pada penyederhanaan prosedur, simulasi transaksi, dan penguatan literasi teknis agar Generasi Z merasa mampu dan percaya diri dalam berinvestasi.

Halal Awareness

Halal awareness berfungsi sebagai pedoman normatif dalam mengevaluasi kesesuaian instrumen dengan prinsip syariah. Dalam perspektif Howard & Sheth (1970), nilai simbolik dan keyakinan religius memengaruhi preferensi konsumen. Paul Peter & Jerry C. Olson (1987) juga menegaskan bahwa nilai moral membentuk preferensi keputusan.

Temuan ini sejalan dengan Novitasari et al. (2021), (Aslan, 2023), dan Ragil et al. (2024), yang menunjukkan bahwa kesadaran halal memperkuat sikap dan niat memilih instrumen syariah. Dalam penelitian ini, halal awareness menjadi faktor dominan, menegaskan kuatnya peran nilai religius dalam keputusan investasi Generasi Z.

Implikasinya, edukasi perlu menekankan prinsip syariah, mekanisme screening saham, dan pemahaman fatwa agar partisipasi meningkat secara berkelanjutan.

Variabel yang Tidak Berpengaruh

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Subjective Norms, Pekerjaan, Jenis Kelamin, dan Pendapatan tidak berpengaruh signifikan terhadap niat investasi.

Subjective Norms

Walaupun dalam TPB norma subjektif merefleksikan tekanan sosial (Ajzen, 1991), pengaruhnya cenderung lemah pada keputusan yang bersifat personal seperti investasi Howard & Sheth (1970) serta Paul Peter & Jerry C. Olson (1987) menjelaskan bahwa dalam *extensive problem solving*, individu lebih mengandalkan evaluasi internal daripada tekanan sosial.

Temuan ini konsisten dengan Normasyhuri et al. (2023) dan Ibrahim et al. (2025) yang menunjukkan bahwa Generasi Z lebih mengandalkan penilaian pribadi dibandingkan herding behavior.

Pekerjaan, Jenis Kelamin, dan Pendapatan

Theory of Buyer Behaviour dan Theory of Consumer Behaviour menempatkan variabel demografis sebagai *background factors*, bukan determinan utama (Howard & Sheth, 1970; Paul Peter & Jerry C. Olson, 1987).

Temuan ini konsisten dengan Nugraha (2021), Hanif et al. (2023), Gosal & Ivana Tania (2022), Singh et al. (2024), serta Eshpulatov et al. (2025) yang menunjukkan bahwa niat investasi lebih dipengaruhi oleh literasi, self-efficacy, dan nilai religius dibandingkan karakteristik demografis.

Implikasinya, strategi peningkatan minat investasi tidak perlu disegmentasikan berdasarkan gender, pekerjaan, atau pendapatan, melainkan difokuskan pada penguatan literasi dan nilai kehalalan.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi faktor yang memengaruhi niat investasi saham syariah pada Generasi Z Muslim dengan mengintegrasikan Theory of Planned Behavior dan menambahkan halal awareness sebagai perluasan model.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *attitude*, *perceived behavioral control*, dan *halal awareness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat investasi, sedangkan *subjective norms* serta variabel demografis tidak berpengaruh. Halal awareness menjadi faktor paling dominan, yang menunjukkan bahwa keputusan investasi Generasi Z Muslim cenderung bersifat *value-driven* dan dipengaruhi oleh nilai religius.

Secara teoretis, penelitian ini memperluas Theory of Planned Behavior dengan mengintegrasikan dimensi nilai keislaman, serta menguatkan relevansi Theory of Buyer Behaviour dalam menjelaskan keputusan investasi berbasis nilai.

Secara praktis, peningkatan minat investasi syariah perlu difokuskan pada penguatan literasi, kemudahan akses digital, serta edukasi prinsip kehalalan, dibandingkan dengan pendekatan berbasis tekanan sosial atau segmentasi demografis.

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada penggunaan purposive sampling dan desain cross-sectional. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel seperti *perceived risk*, menggunakan sampel yang lebih representatif, serta mempertimbangkan pendekatan *mixed methods* untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif.

REFERENSI

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Aslan, H. (2023). The influence of halal awareness, halal certificate, subjective norms, perceived behavioral control, attitude and trust on purchase intention of culinary products among Muslim costumers in Turkey. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 32(March), 100726. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2023.100726>
- Bagus Aditya Nugraha, R. A. R. (2021). Analysis of Young Generations toward Stock Investment Intention : A Preliminary Study in an Emerging Market. *Journal of Accounting*

- and Investment*, 22. <https://doi.org/10.18196/jai.v22i1.9606>
- Banerjee, A. V. (1992). *A Simple Model of Herd Behavior*. 107(3), 797–817.
- Benitez, J., Henseler, J., Castillo, A., & Schuberth, F. (2020). How to perform and report an impactful analysis using partial least squares: Guidelines for confirmatory and explanatory IS research. *Information and Management*, 57(2), 103168. <https://doi.org/10.1016/j.im.2019.05.003>
- Bhutto, S. A., A, N. N., A, M. S., & Talreja, K. (2025). Acta Psychologica Herding behavior , disposition effect , and investment decisions : A multi-mediation analysis of risk perception and dividend policy. *Acta Psychologica*, 255(March), 104964. <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2025.104964>
- Campbell, S., Greenwood, M., Prior, S., Shearer, T., Walkem, K., Young, S., Bywaters, D., & Walker, K. (2020). Purposive sampling: complex or simple? Research case examples. *Journal of Research in Nursing*, 25(8), 652–661. <https://doi.org/10.1177/1744987120927206>
- Chen, X., Jin, J., Ke, W., Mao, Y., Hao, F., & Xu, D. (2024). Exploring cognitive behavioral aspects in educational psychology: A rigorous analysis of reliability and validity measures. *SLAS Technology*, 29(4), 100144. <https://doi.org/10.1016/j.slast.2024.100144>
- Dwi Kurnia PS, Miftahul Munir, & Suhartono. (2023). *Analisis Statistik dengan SPSS* (Siwi Rimayani Oktora & Eri Setiawan (eds.); 1st ed.). Eureka Media Aksara.
- Eshpulatov, D., Berdiev, G., & Artemenkov, A. (2025). Modeling the Determinants of Stock Market Investment Intention and Behavior Among Studying Adults: Evidence from University Students Using PLS-SEM. *International Journal of Financial Studies*, 13(3), 1–29. <https://doi.org/10.3390/ijfs13030138>
- Gosal, G. G., & Ivana Tania, J. B. (2022). Analysis of Differences in the Investment Intention Characteristics Based on Gender. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 20(1), 1–10. <https://doi.org/10.31253/pe.v20i1.863>
- Hanif, A., Nofianti, C. D., Rini, D. D. O., & Aripriatiwi, R. A. (2023). *Gender Does not Strengthen Investment Knowledge and Motivation in Generation Z* (Vol. 1). Atlantis Press SARL. https://doi.org/10.2991/978-2-38476-052-7_33
- Haris, H., & Aligarh, F. (2024). Do Muslim Investors Consider Sharia literacy in Their Behavior When Trading Stocks? Experiences of Indonesian Stock Investors. *INFERENSI: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 18(1), 75–98. <https://doi.org/10.18326/infsl3.v18i1.75-98>
- Howard, J., & Sheth, H. (1970). The Theory of Buyer Behavior. *Journal of the American*

Statistical Association, 65(331), 1406–1407.

- Ibrahim, M. H., Mada, U. G., & Hasanah, I. (2025). Enhancing Participation in Indonesia's Islamic Capital Market: Exploring Technology Acceptance, Socio-Psychological Factors, and Islamic Financial Literacy. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 22(1), 59–83. <https://doi.org/10.7454/jaki.v22i1.1975>
- IDX. (2024). IDX Monthly Statistics Desember 2024. *Indonesia Stock Exchange*, 3(2). <https://doi.org/10.56893/ajhes2024v03i02>
- J. Paul Peter, & Jerry C. Olson. (1987). *Consumer Behavior & Marketing*.
- Jannah, N., Islam, U., & Sumatera, N. (2025). Motivation as a Mediating Variable in the Relationship Between Organizational Culture , Job Satisfaction , and Employee Performance at PT Musam Utjing. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 13(2), 408–420.
- Junianto, D., Sabtohadji, J., & Hendriani, D. (2020). Persepsi Mahasiswa Muslim Terhadap Investasi Produk Syariah Di Pasar Modal Dalam Kajian Theory Planned Behaviour. *Jurnal Shidqia Nusantara*, 1(1), 51–60.
- KSEI. (2025). Statistik Pasar Modal Indonesia. *Kustodian Sentral Efek Indonesia*, 1–16.
- Ningtyas, M. N., & Istiqomah, D. F. (2021). Perilaku investasi sebagai penerapan gaya hidup halal masyarakat Indonesia: tinjauan Theory of Planned Behavior. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 17, 158–172.
- Nisaa, K. (2024). Pengaruh Sikap, Kontrol Perilaku, dan Literasi Keuangan Terhadap Niat Berinvestasi Saham Syariah Pada Masyarakat Kota Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(7), 127–135. <https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.12516480>
- Pengaruh
- Normasyhuri, K., Saputri, Y. D., & Anggraeni, E. (2023). Generation Z Sharia investment decision patterns : Does information media matter ? *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam*, 9(March 2020), 246–262.
- Novitasari, D., Chidir, G., Sutardi, D., Iskandar, J., & Pebrina, E. T. (2021). The Role of Halal Awareness on Purchase Intention of Halal Food: Evidence from Indonesian Working Students. *International Journal of Science and Management Studies (IJSMS)*, February, 31–44. <https://doi.org/10.51386/25815946/ijms-v4i1p104>
- OJK. (2025). Daftar Efek Syariah (Des). *Otoritas Jasa Keuangan*, 1–2. <https://ojk.go.id/id/kanal/syariah/data-dan-statistik/saham-syariah/Default.aspx>
- PT Bursa Efek Indonesia. (2024). *Annual Report BEI 2024*. 1–529.
- Purbowisanti, R. (2021). Muslim Investor Behavior in Indonesian Capital Markets: an Extention of Theory of Planned Behavior. *Journal of Economics, Finance And*

- Management Studies*, 04(08), 1225–1234. <https://doi.org/10.47191/jefms/v4-i8-01>
- Ragil, B., Hadiyati, E., Suswati, E., & Sadayi, D. P. (2024). Perceptions and Knowledge of Sharia Principles in Islamic Investment: Perspective of Muhammadiyah Community. *Shirkah: Journal of Economics and Business*, 9(1), 122–137. <https://doi.org/10.22515/shirkah.v9i1.675>
- Razak, S., Nasuka, M., Abdullah, I., & Raking, J. (2024). Factors Influencing the Behavioral Intention To Use Sharia Securities As an Investment Option in Indonesia. *International Journal of Business and Society*, 25(1), 91–110. <https://doi.org/10.33736/ijbs.6902.2024>
- Riyan Andni, Nur Aris, Syukri Fathudin Achmad Widodo, & Ahmad Muzakkil. (2025). How Behavioral Factors Shape Intentions Toward Cash Waqf Linked Sukuk in Indonesia? *SHARE Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 14(1), 90–120. <https://doi.org/10.22373/share.v14i1.23109>
- Septiana Nur Annisa Lestari. (2024). PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH DAN RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT INVESTASI SAHAM SYARIAH TINJAUAN THEORY OF PLANNED BEHAVIOR (Studi. *Jurnal UII*, 1–80.
- Shiau, W. L., Chau, P. Y. K., Thatcher, J. B., Teng, C. I., & Dwivedi, Y. K. (2024). Have we controlled properly? Problems with and recommendations for the use of control variables in information systems research. *International Journal of Information Management*, 74(September 2023), 1–14. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2023.102702>
- Singh, V., Khan, N. A., & Bhat, M. N. (2024). From propensity to action: exploring gender and cognitive influences on Informal Investment Intentions. *Future Business Journal*, 10(1), 1–16. <https://doi.org/10.1186/s43093-024-00413-6>
- Sitompul, S. S. (2021). Pengaruh Pengetahuan Label Halal Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Melalui Rekomendasi Kelompok Sebagai Variabel Moderating. *Shar-E: Jurnal Kajian Ekonomi Hukum Syariah*, 7(1), 50–64. <https://doi.org/10.37567/shar-e.v7i1.402>
- Sylvania Dwi Yulianti, & Salsabilla, S. (2022). Determinants of investment intention in sharia stocks. *Asian Journal of Islamic Management (AJIM)*, 4(2), 126–137. <https://doi.org/10.20885/ajim.vol4.iss2.art4>