Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi dan Keuangan Syariah (JUPIEKES)
Volume X Nomor X Bulan 20XX
e-ISSN: 2988-134X; p-ISSN: 2988-148X, Hal 00-00
DOI: https://doi.org/xx.xxxx
Available online at: https://xxxx.xxx

PENGARUH KUALITAS DAN PERSEPSI HARGA SKINCARE GLAD2GLOW TERHADAP PEMBELIAN ULANG DI KALANGAN MAHASISWA BENGKALIS

Manajemen Bisnis Syariah STIES PUTERA BANGSA TEGAL

Rizki Pitroh Amalia | M20241058

Miftah Farid | M22101010

Pramono | M20243052

miftahelfaridzy983001@gmail.com

Abstrak: Pertumbuhan Investor di pasar modal syariah setiap tahunnya mengalami kenaikan. Total investor syariah taun 2024 di bulan April kemarin mecapai angka 144.813 apabila dibandingkan dengan total investor secara keseluruhan di tahun 2018 masih sebesar 44.536. Padahal Indonesia memiliki potensi besar di pasar modal syariah dengan persentase muslim di Indonesia sebanyak 84,35% di tahun 2024. Untuk itu penelitian ini berfungsi untuk mengetahui pengaruh persepsi dan preferensi terhadap produk investasi syariah di pasar modal di Kabupaten Tegal. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini melalui kuesioner yang dibagikan dengan google form. Teknik pengumpulan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling dengan total sebanyak 100 responden yang merupakan kelahiran tahun 1981 – 1996, berdomisili di Kabupaten Tegal dan pernah berinvestasi di pasar modal syariah. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda menggunakan alat bantu SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi dan preferensi memiliki pengaruh signifikan terhadap produk investasi syariah di pasar modal di Kabupaten teg

Kata kunci: Persepsi, Preferensi, Produk Investasi Syariah

Abstract: The growth of investors in the sharia capital market increases every year. The total number of sharia investors in 2024 in April reached 144,813 when compared to the total number of investors as a whole in 2018 which was still 44,536. Even though Indonesia has great potential in the sharia capital market with the percentage of Muslims in Indonesia amounting to 84.35% in 2024. For this reason,

Received: Juni 12, 2024; Revised: Juli 18, 2024; Accepted: August 27, 2024; Online Available: August 29, 2024; Published: August 29, 2024;
*Corresponding author, e-mail address

this research serves to determine the influence of perceptions and preferences for sharia investment products in the capital market in Tegal Regency. The data collection method used in this research was through a questionnaire distributed via Google Form. The sample collection technique used in this research was purposive sampling with a total of 100 respondents who were born in 1981 - 1996, live in Tegal Regency and have invested in the sharia capital market. The data analysis method used is multiple linear regression analysis using SPSS tools. The results of this research show that perceptions and preferences have a significant influence on sharia investment products in the capital market in Tegal Regency.

Keywords: Perception, Preference, Sharia Investment Products

1. PENDAHULUAN

Investasi memainkan peranan penting dalam perekonomian suatu negara. Investasi dapat mendongkrak produktivitas dari segi kapasitas produksi sehingga berdampak pada pertumbuhan ekonomi dan peningkatan penyerapan tenaga kerja (Sulistiawati, 2015). Di antara jenis investasi yang tersedia, individu dapat menginvestasikan asetnya di pasar modal sebagai investor ritel. Pasar modal seperti pasar lainnya, berfungsi sebagai tempat bertemunya penjual dan pembeli. Namun pasar modal berbeda dengan pasar lainnya dalam hal jual beli barang (Tavinayati dan Qamariyanti, 2009).

Berdasarkan data KSEI mengenai kebangkitan investor pasar modal di Indonesia melalui Single Investor Identification atau kepemilikan SID, jumlah investor di pasar modal meningkat dari tahun ke tahun dari tahun 2018 hingga tahun 2024. Hingga tahun 2024, SID mengalami peningkatan sebesar 225% dibandingkan tahun lalu. tahun sebelumnya. Bahkan pada pertengahan tahun 2021, pandemi Covid-19 masih aktif dan sudah mencapai gelombang kedua. Namun hal tersebut tidak menyurutkan keinginan investor untuk berinvestasi di pasar modal. Demikian pula, jumlah investor pasar modal syariah telah meningkat dalam beberapa tahun terakhir. Menurut Irwan Abdalloh, Kepala Divisi Pasar Modal Syariah BEI, jumlah investor syariah terus meningkat dari tahun ke tahun, dengan peningkatan sebesar 647 persen antara tahun 2016 hingga Februari 2021. Pada Maret 2021, Kementerian BUMN melaporkan terdapat 144.813 investor syariah. investor di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Melalui pasar modal syariah, hal ini dapat memperkuat perekonomian Indonesia. Untuk mencegah terjadinya kerugian besar dalam berinvestasi di pasar modal, peningkatan jumlah investor perlu diimbangi dengan peningkatan kesadaran masyarakat terhadap pasar modal. Tingkat literasi seseorang dapat digunakan untuk mengukur pengetahuannya terhadap pasar modal. Hal ini sesuai dengan penelitian Harap et al. (2021) yang menemukan keputusan seseorang berinvestasi di pasar modal syariah dapat dipengaruhi oleh tingkat literasi keuangannya di dunia Islam. Selain itu, pendapatan seseorang menjadi faktor yang perlu diperhatikan dalam berinvestasi. Menurut penelitian, mahasiswa semakin tertarik untuk berinvestasi jika semakin tinggi pendapatannya (Merawati & Putra, 2015).

Masyarakat kini lebih mudah memperoleh barang-barang finansial dan mendapatkan informasi berkat kemajuan teknologi yang pesat. Akses online ke pasar modal syariah merupakan salah satu instrumen keuangan tersebut. Hasilnya, investor dapat mengumpulkan pengetahuan yang mereka butuhkan untuk melakukan investasi dengan lebih mudah berkat kemajuan teknologi. Seorang investor harus mempertimbangkan risiko yang ingin mereka ambil sebelum melakukan investasi karena hal itu berarti mengambil risiko. Karena risiko merupakan sesuatu yang umumnya ditakuti oleh semua orang, termasuk investor (Tandio & Widanaputra, 2016). Dengan demikian, risiko merupakan faktor penting dalam menentukan seseorang memilih berinvestasi secara syariah atau tidak.

Berdasarkan uraian yang telah disampaikan sebelumnya, maka peneliti merasa perlu untuk mengkaji preferensi seseorang dalam berinvestasi di pasar modal syariah dengan judul “pengaruh persepsi dan preferensi terhadap produk investasi syariah di pasar modal di Kabupaten Tegal”.

2. KAJIAN TEORITIS

Teori Persepsi

Menurut Dewi et al., (2020) persepsi merupakan cara pandang seseorang dalam memandang dan menterjemahkan suatu hal yaitu kondisi atau persitiwa, ketika sebagian

besar orang akan bertindak berdasarkan pada persepsi dan mengabaikan kenyataan yang sesungguhnya. Maka persepsi risiko merupakan cara pandang seorang investor dalam menilai risiko yang akan dihadapi ketika berinvestasi. risiko menjadi salah satu faktor yang cukup dipertimbangkan oleh investor ketika akan berinvestasi di pasar modal.

Teori Preferensi Konsumen

Preferensi konsumen berasal dari persepsi seseorang mengenai suatu produk. Menurut (Assael, 1992) persepsi tersebut dibatasi seputar pemahaman dan ingatan. Apabila persepsi tersebut telah melekat dalam pikiran seseorang maka hal tersebut akan membentuk sebuah preferensi. Maka dengan preferensi dapat menggambarkan alasan seseorang untuk lebih memilih suatu produk ketimbang produk yang lain (Pindyck & Rubinfeld, 2014). Menurut teori perilaku konsumen menyatakan bahwa setiap konsumen akan berusaha mendapatan kepuasan maksimal (maximation urility), Utility merupakan kepuasan yang timbul melalui aktivitas ekonomi lewat barang dan jasa yang dikonsumsinya. Artinya kepuasan tersebut bermula dari barang dan jasa yang dibelanjakannya untuk kebutuhannya, dengan demikian kebutuhannya terpenuhi lewat utilitas atau manfaat dari barang yang dikonsumsinya.

Teori Investasi

Investasi merupakan aktivitas yang erat kaitannya dengan usaha pendanaan yang dipakai untuk menyediakan barang modal pada. saat ini, kemudian barang modal tersebut akan menghasilkan aliran produk baru di masa yang akan datang (Sirait, 2019). Menurut (Pardiansyah, 2017) investasi dapat dibagi menjadi 2 yakni direct investment, yaitu dengan berwirausaha/mengelola usaha sendiri secara langsung di sektor riil. Selanjutnya terdapat indirect investment artinya berinvestasi di sektor non riil sebagai contoh berinvestasi di deposito perbankan, pasar modal melalui bursa saham atau reksadana, sukuk SBSN dan lain-lain.

Pasar Modal Syariah

Pasar modal syariah sederhananya adalah pasar modal yang menerapkan prinsip-prinsip. syariah dalam kegiatan transaksinya. Meninjau dari segi agama, pasar modal adalah bagian dari muamalah. Implikasinya, kegiatan yang ada di pasar modal diperbolehkan dan dalam praktiknya menjauhi hal-hal yang dilarang olch syariat, di antaranya seperti: riba, perjudian, spekulasi dan lain-lain.

.

1. METODE PENELITIAN

KERANGKA PIKIR PENELITIAN

Persepsi

Preferensi

Produk Investasi Syariah

PENGEMBANGAN HIPOTESIS

H1: persepsi (X1) memiliki pengaruh signifikan terhadap produk investasi syariah di pasar modal di Kabupaten tegal

H2: preferensi (X2) memiliki pengaruh signifikan terhadap produk investasi syariah di pasar modal di Kabupaten tegal (Y).

H3: persepsi dan preferensi memiliki pengaruh signifikan terhadap produk investasi syariah di pasar modal di Kabupaten tegal (Y).

METODE

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pendekatan kuantitatif. Pendekatan. kuantitatif merupakan pendekatan penelitian yang akan berfokus dalam menguji teori-teori sebagai landasan penelitian dengan variabel penelitian yang sifatnya dalam bentuk angka dan kemudian mengujinya dengan analisis data lewat serangkaian proses statisika secara manual ataupun dengan menggunakan alat bantu (Malik, 2017).

2. HASIL DAN PEMBAHASAN (Sub judul level 1)

Bagian ini memuat proses pengumpulan data, rentang waktu dan lokasi penelitian, dan hasil analisis data (yang dapat didukung dengan ilustrasi dalam bentuk tabel atau gambar, **bukan** data mentah, serta **bukan** dalam bentuk *printscreen* hasil analisis), ulasan tentang keterkaitan antara hasil dan konsep dasar, dan atau hasil pengujian hipotesis (jika ada), serta kesesuaian atau pertentangan dengan hasil penelitian sebelumnya, beserta interpretasinya masing-masing. Bagian ini juga dapat memuat implikasi hasil penelitian, baik secara teoritis maupun terapan. Setiap gambar dan tabel yang digunakan harus diacu dan diberikan penjelasan di dalam teks, serta diberikan penomoran dan sumber acuan. Berikut ini diberikan contoh tata cara penulisan subjudul, sub-subjudul, sub-sub-subjdul, dan seterusnya.

Subjudul Kesatu (Sub judul level 2)

Berikut ini penjelasan untuk Sub judul kesatu.

1. Sub-Sub judul (Sub judul level 3)

Berikut ini penjelasan untuk Sub-Sub judul.

a) Sub-sub-subjudul (Sub judul level 4)

Berikut ini penjelasan untuk Sub-sub-sub judul.

Sub judul Kedua (Sub judul level 2)

Berikut ini penjelasan untuk Sub judul kedua.

1. Sub-Sub judul (Sub judul level 3)

Berikut ini penjelasan untuk Sub-Sub judul.

a) Sub-sub-sub judul (Sub judul level 4)

Berikut ini penjelasan untuk Sub-sub-sub judul.

Dst.....

3. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan ditulis secara singkat yaitu mampu menjawab tujuan atau permasalahan penelitian dengan menunjukkan hasil penelitian atau pengujian hipotesis penelitian, **tanpa** mengulang pembahasan. Kesimpulan ditulis secara kritis, logis, dan jujur berdasarkan fakta hasil penelitian yang ada, serta penuh kehati-hatian apabila terdapat upaya generalisasi. Bagian kesimpulan dan saran ini ditulis dalam bentuk paragraf, tidak menggunakan penomoran atau *bullet.* Pada bagian ini juga dimungkinkan apabila penulis ingin memberikan saran atau rekomendasi tindakan berdasarkan kesimpulan hasil penelitian. Demikian pula, penulis juga sangat disarankan untuk memberikan ulasan terkait keterbatasan penelitian, serta rekomendasi untuk penelitian yang akan datang.

UCAPAN TERIMA KASIH (Jika Diperlukan)

Bagian ini disediakan bagi penulis untuk menyampaikan ucapan terima kasih, baik kepada pihak penyandang dana penelitian, pendukung fasilitas, atau bantuan ulasan naskah. Bagian ini juga dapat digunakan untuk memberikan pernyataan atau penjelasan, apabila artikel ini merupakan bagian dari skripsi/tesis/disertasi/makalah konferensi/hasil penelitian.

DAFTAR REFERENSI

Referensi berisi daftar jurnal, buku, atau referensi lain yang diacu dalam naskah yang terbit dalam 5 tahun terakhir dengan jumlah minimal 75% dari seluruh referensi yang digunakan. Mayoritas referensi adalah sumber primer yaitu jurnal ilmiah/prosiding. Jumlah referensi secara keseluruhan yang diacu ***minimal 20 buah****, dan sebanyak* ***75%nya berasal dari publikasi jurnal ilmiah/prosiding*** *hasil penelitian. Penulisan referensi secara alfabetis dan mengikuti gaya penulisan* ***American Psychological Association (APA) 6th Edition****. Manajemen penulisan referensi (dan kutipan) sangat disarankan menggunakan aplikasi Mendeley. Contoh penulisan referensi berdasarkan APA 6th Edition sebagai berikut:*

Artikel Jurnal (satu, dua, atau lebih dari dua penulis)

Hidayati, S.N. (2016). Pengaruh Pendekatan Keras dan Lunak Pemimpin Organisasi terhadap Kepuasan Kerja dan Potensi Mogok Kerja Karyawan. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, *5*(2), 57-66. http://dx.doi.org/10.30588/SOSHUMDIK.v5i2.164.

Risdwiyanto, A. & Kurniyati, Y. (2015). Strategi Pemasaran Perguruan Tinggi Swasta di Kabupaten Sleman Yogyakarta Berbasis Rangsangan Pemasaran. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, *5*(1), 1-23. http://dx.doi.org/10.30588/SOSHUMDIK.v5i1.142.

Bator, R. J., Bryan, A. D., & Schultz, P. W. (2011). Who Gives a Hoot?: Intercept Surveys of Litterers and Disposers. *Environment and Behavior*, *43*(3), 295–315. https://doi.org/10.1177/0013916509356884.

Artikel Prosiding

Norsyaheera, A.W., Lailatul, F.A.H., Shahid, S.A.M., & Maon, S.N. (2016). The Relationship Between Marketing Mix and Customer Loyalty in Hijab Industry: The Mediating Effect of Customer Satisfaction. In *Procedia Economics and Finance* (Vol. 37, pp. 366–371). Elsevier B.V. https://doi.org/10.1016/S2212-5671(16)30138-1.

Working Paper

Armand, F. (2003). Social Marketing Models for Product-Based Reproductive Health Programs: A Comparative Analysis. *Occasional Paper Series*. Washington, DC. Retrieved from www.cmsproject.com.

Disertasi/Tesis/Paper Kerja

Belair, A. R. (2003). Shopping for Your Self: When Marketing becomes a Social Problem. *Dissertation*. Concordia University, Montreal, Quebec, Canada.

Lindawati (2015). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Ekonomi dan Kesejahteraan Rumah Tangga Petani Usahatani Terpadu Padi-Sapi di Provinsi Jawa Barat. Institut Pertanian Bogor. Retrieved from http://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/85350.

Buku Teks

Kotler, P., & Lee, N. R. (2009). *Up and Out of Poverty: The Social Marketing Solution*. New Jersey: Pearson Education, Inc.

Laporan Instansi/Lembaga/Organisasi/Perusahaan

LPPSP. (2016). *Statistik Indonesia 2016*. Badan Pusat Statistik, 676. Jakarta. Diakses dari https://www.LPPSP.go.id/index.php/publikasi/326.

Artikel Surat Kabar/Majalah

Risdwiyanto, A. (2016). Tas Kresek Berbayar, Ubah Perilaku Belanja? *Kedaulatan Rakyat*, 22 Februari, 12.

Sumber dari internet dengan nama penulis

Chain, P. (1997). Same or Different?: A Comparison of the Beliefs Australian and Chinese University Students Hold about Learning's Proceedings of AARE Conference. Swinburne University. Available at: http://www. swin.edu.au/aare/ 97pap/CHAN97058.html, diakses tanggal 27 Mei 2000.

Sumber dari internet tanpa nama penulis (tuliskan nama organisasi/perusahaan)

StatSoft, Inc. (1997). Electronic Statistic Textbook. Tulsa OK., StatSoft Online. Available at: http://www.statsoft.com/textbook/stathome.html, diakses tanggal 27 Mei 2000.

Catatan Kaki

Catatan kaki atau footnote ***tidak dapat digunakan untuk menulis referensi****. Footnote hanya digunakan untuk memberikan informasi atau keterangan umum untuk memperjelas tulisan pada suatu halaman. Footnote ditulis dengan spasi tunggal dengan jenis huruf times new romans ukuran 10 pt dan diberikan penomoran, serta ditempatkan pada bagian akhir teks halaman terkait.*

Penempatan Tabel

Tabel 1. Frekuensi Umur dalam tahun

Umur (dalam tahun)	Frekuensi
15 – 19	3
20 – 24	6
25 – 29	10
30 – 34	5
35 – 39	2

Sumber: SOSHUMDIK (2022).

Penempatan Gambar

Keterangan: Gambar harus jelas dan *fix* (tidak pecah).
Sumber: SOSHUMDIK (2022).

Gambar 1. Grafik pengunjung pada suatu website

Cara penulisan referensi di dalam naskah

Penulisan sitasi (body notes) sesuai dengan standar American Psychological Association (APA) 6th Edition. Berikut ini adalah contoh sitasi di dalam sebuah paragraf yang mengacu pada contoh daftar referensi di atas:

Sebagaimana yang tertera dalam Undang-undang RI Nomor 20 Tahun 2003 Bab 1 Pasal 1 tentang Sistem Pendidikan nasional dinyatakan bahwa "Pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar siswa secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekutan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta

keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan negara. (Sukmadinata, 2009)

Refleksi diartikan sebagai berpikir mengenai pengalaman sendiri dari amsa lalu atau mawas diri. Refleksi dilakukan oleh siswa setelah melaksanakan berbagai kegiatan dalam bentuk pengalaman belajar. Siswa antara satu dengan lainnya melakukan analisis, pemaknaan, penjelasan, penyipulan, dan tindak lanjut dari pengalaman belajar yang dilalui (Rusman, 2011).