

# Peran Moderasi Religiusitas terhadap Niat Mahasiswa untuk Membeli Saham Syariah

Edi Wibowo L. S<sup>1✉</sup>, Mursyid<sup>2</sup>, Darmawati<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Politeknik Negeri Balikpapan, Balikpapan, Indonesia.

<sup>2</sup> Universitas Islam Negeri Sultan Aji Muhammad Idris, Samarinda, Indonesia.

<sup>3</sup> Universitas Islam Negeri Sultan Aji Muhammad Idris, Samarinda, Indonesia.

✉ Corresponding author: edy.wibowo@poltekba.ac.id

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui niat mahasiswa membeli saham syariah, dengan melibatkan variabel attitude, norm subjective, perceive behavior dan religiusitas sebagai variabel moderasi. Penelitian ini merupakan penelitian empiris dengan teknik purposive sampling dalam pengambilan sampelnya. Objek Penelitian ini melibatkan mahasiswa sebagai preferensi investor baik yang sudah pernah membeli saham ataupun belum pernah membeli saham. Penelitian ini menggunakan analisis SEM dalam studi ini menggunakan Amos. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran moderasi religiusitas tidak mampu memoderasi attitude, norm subjective terhadap niat mahasiswa untuk membeli saham syariah, namun variabel religiusitas dapat memoderasi perceive behavior terhadap niat mahasiswa untuk membeli saham syariah. Variabel attitude, norm subjective, perceived behavior, dan religiusitas secara simultan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel Niat mahasiswa Membeli Saham syariah. Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka disarankan 1) Populasi dengan penelitian sejenis, sebaiknya mengambil sampel dari perusahaan efek yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia 2) Melakukan penelitian tentang faktor non fundamental seperti gender, inflasi, kurs mata uang dan variabel lain yang mempunyai keterkaitan dengan saham syariah.

## Abstract

The growth of the Sharia economy has led to an increasing level of Sharia investment each year. The development of Sharia stocks is considered significant, driving investors to consider Sharia-based stocks. This research aims to explore students' intentions to purchase Sharia stocks, involving variables such as attitude, subjective norms, perceived behavior, and religiosity as moderating variables. This study employs empirical research with purposive sampling techniques. The research subjects include students, both those who have and have not purchased stocks before. Structural Equation Modeling (SEM) analysis using Amos is utilized in this study. The research findings indicate that the moderating role of religiosity cannot moderate attitude and subjective norms towards students' intentions to purchase Sharia stocks. However, religiosity can moderate perceived behavior towards students' intentions to purchase Sharia stocks. Collectively, the variables of attitude, subjective norms, perceived behavior, and religiosity significantly influence students' intentions to purchase Sharia stocks. Based on the above findings, it is recommended that: 1) Future studies of similar populations should sample from securities companies listed on the Indonesia Stock Exchange, and 2) Conduct research on non-fundamental factors such as gender, inflation, currency exchange rates, and other variables related to Sharia stocks.

This is an open-access article under the CC-BY-SA license.



Copyright © 2024 Edi Wibowo L. S, Mursyid, Darmawati.

## Article history

Received 2024-01-10

Accepted 2024-01-23

Published 2024-02-26

## Kata kunci

Saham Syariah;

Religiusitas;

TPB.

## Keywords

Sharia Stocks;

Religiosity;

TPB (Theory of Planned Behaviour).

## 1. Pendahuluan

Saham syariah merupakan investasi yang mengacu pada saham perusahaan yang mengikuti prinsip syariah islam, yang didasarkan pada hukum islam dan mencakup larangan terhadap kegiatan atau praktik tertentu (Delener, 1994). Agama sebagai komponen budaya memiliki pengaruh terhadap nilai sikap, kebiasaan dan sikap masyarakat, berpengaruh terhadap gaya hidup, yang pada akhirnya mempengaruhi pengambilan keputusan (Arndt, 1986). Dalam ilmu ekonomi konvensional, keberhasilan investasi tidak semata-mata ditentukan oleh return yang tinggi sebagai tujuan investasi. Ada kecenderungan saat ini ke arah motivasi investasi, yang merupakan kegiatan yang dapat memberikan pemenuhan materi dan spiritual (Septyanto dkk., 2021).

Selain itu agama merupakan nilai penting dalam struktur kognitif individu atau konsumen yang dapat mempengaruhi perilaku individu. Begitu juga dengan religiusitas dapat memainkan peran yang penting dalam proses pemecahan masalah dan pengambilan keputusan secara umum (Mohamed & Daud, 2012). Pada tataran muamalah, terdapat istilah ekonomi yang dihubungkan dengan syariah, yang biasa disebut ekonomi syariah. Ekonomi syariah dapat disebut sebagai sistem ekonomi dan keuangan yang merujuk hukum islam, termasuk didalamnya adalah investasi.

Berinvestasi menggunakan syariah merupakan ilmu dan amal, oleh karena itu, investasi sangat dianjurkan bagi muslim. Dijelaskan dalam QS. Al-hasyr 59.18.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Terjemahnya:

Wahai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap orang memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat). Bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Maha teliti terhadap apa yang kamu kerjakan (Kemenag, 2019).

Penafsiran dari ayat di atas menjelaskan bahwa “hendaklah setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat)” berarti melakukan investasi akhirat dengan melakukan amal sholeh sejak muda untuk bekal akhir at kelak. Investasi juga membawa kemakmuran dan kesejahteraan bagi pelakunya, terutama untuk keturunannya, yang tidak akan ditinggalkan dalam keadaan miskin. Investasi adalah langkah awal dalam kegiatan produksi dan penyumbang perluasan ekonomi. Oleh karena itu investasi pada hakekatnya merupakan langkah awal dalam kegiatan pembangunan ekonomi. Investasi harus berpegang pada syariah islam. Keputusan investasi individu dibatasi oleh hukum islam khususnya larangan berinvestasi pada saham yang kegiatan bisnisnya dilarang oleh hukum islam, seperti riba, perjudian dan spekulasi (Canepa & Ibnrubbian, 2014).

Saat ini perkembangan saham syariah yang dinilai cukup signifikan mendorong investor untuk mempertimbangkan saham-saham berbasis syariah, tidak hanya yang mensyaratkan dengan syarat investasi syariah. Oleh karena itu ekonomi berbasis syariah, termasuk berinvestasi pada saham berbasis syariah, dinilai paling tepat untuk saat ini (S.Febrianti, 2018). Pada umumnya, orang berinvestasi karena mengharapkan pengembalian yang tinggi atau untuk memenuhi harapan mereka. Selain konsep return investor juga memperhatikan resiko. Resiko investasi dapat didefinisikan sebagai potensi pengembalian actual yang berbeda dari pengembalian yang diharapkan. Seperti dua sisi mata uang, konsep risk dan return selalu disandingkan. Dengan kata lain selain menghitung ekspektasi return tertinggi pada tingkat resiko tertentu, atau opsi investasi yang dapat memberikan return tertentu pada tingkat resiko rendah (Tandelilin, 2001).

Dalam teori Theory of Planned Behavior (TPB) menyatakan bahwa teori-teori ini didasarkan asumsi bahwa manusia merupakan makhluk yang rasional dan menggunakan informasi-informasi yang mungkin merupakan hal yang sistematis (Ajzen, 1991). Theory of Planned Behavior digunakan untuk memprediksi perilaku yang sepenuhnya di bawah kendali individu. Sehingga penentu terpenting dalam perilaku seseorang adalah intensi untuk berperilaku. Penentu untuk menampilkan suatu perilaku tersebut, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Theory of Planned Behavior (TPB) merupakan salah satu teori yang banyak digunakan dan terbukti cukup andal untuk memberikan pemahaman menyeluruh tentang niat dan perilaku (Ajzen, 1991). Theory Planned Behavior adalah model yang populer dan dapat diterima secara luas untuk mengukur niat

dan perilaku (Biddle & Nigg, 1970). Theory Planned Behavior mengidentifikasi bahwa sikap pada perilaku, kontrol perilaku persepsi dan norma subjektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat generasi muda untuk berinvestasi saham di pasar modal (Nyoman dkk., 2017). Peran moderasi religiusitas berdampak kuat pada niat beli konsumen. Lokasi, ukuran sampel, dan kategori produk berperan penting sebagai moderator terhadap hubungan antara religiusitas dan niat beli (Kaur dkk., 2022). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa religiusitas memiliki dampak yang kuat pada niat beli konsumen. Penelitian ini juga mengidentifikasi bahwa lokasi, ukuran sampel dan kategori produk memainkan peranan penting sebagai moderator untuk hubungan antara religiusitas dan niat beli. Studi ini mengidentifikasi implikasi penting dan relevan dari merek produk yang menjangkau kelompok agama, budaya dan geografis, dalam konteks identifikasi sasaran pasar dan strategi pemasaran.

Pada studi sebelumnya telah membahas dan membuktikan bahwa minat investor di Indonesia untuk berinvestasi pada sekuritas syariah melibatkan variabel sikap, kontrol perilaku, religiusitas, acara keagamaan, dan maksimalisasi keuntungan (Septyanto dkk., 2021). Penelitian tersebut menunjukkan bahwa seluruh variabel sikap, control perilaku, acara keagamaan dan maksimalisasi keuntungan mempunyai pengaruh positif bagi investor untuk melakukan investasi di pasar modal. Penelitian tersebut menggunakan lima variabel dependen dan satu variabel independen tanpa menggunakan variabel moderasi.

Keputusan dalam pembelian dilatar belakangi oleh beberapa faktor psikologis seperti attitude, norm subjective, perceived behaviour, serta komitmen terhadap agama seseorang. Hal ini karena sejauh mana seseorang beragama biasanya diukur dengan religiusitas (Ahmad dkk., 2015). Oleh karena itu, menarik untuk dikaji khususnya untuk pembelian saham syariah, sebagai bentuk keterikatan emosional konsumen, ditengah pertumbuhan ekonomi. Pada penelitian sebelumnya menurut Syekh Shad Alam Rohani menyatakan bahwa religiusitas sebagai peran mediasi hubungan antara variabel relatif dan kontekstual, dan perilaku pembelian konsumen (Alam dkk., 2011). Berdasarkan hal tersebut peran variabel religiusitas dapat dijadikan sebagai variabel moderasi untuk mengidentifikasi dan mengontrol variabel-variabel yang mempengaruhi hubungan antara variabel independen dan dependen.

Penggunaan variabel dalam penelitian ini menggunakan Theory Planned Behavior telah dibahas pada penelitian sebelumnya sehingga dapat disimpulkan attitude, norm subjective, perceived behaviour menjadi faktor untuk menentukan keputusan membeli saham. Meskipun telah banyak studi sebelumnya yang membahas pentingnya faktor-faktor tersebut terhadap keputusan membeli saham, namun kajian yang membahas tentang niat membeli saham syariah dengan melibatkan peran moderasi religiusitas terhadap niat membeli saham masih terbatas. Selain itu data dalam penelitian ini akan menggunakan analisis statistic deskriptif untuk mengetahui gambaran deskriptif. Penelitian ini juga menggunakan Confirmatory Factor Analysis (CFA) untuk menguji pengukuran model struktural pembentukan faktor niat membeli saham syariah sebanyak 100 mahasiswa dengan melibatkan faktor attitude, norm subjective, perceived behaviour, dengan variabel religiusitas sebagai variabel moderasi.

## 2. METODE

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif ex-post facto yang memiliki tujuan untuk menemukan penyebab yang memungkinkan adanya perubahan perilaku, gejala atau fenomena yang disebabkan oleh peristiwa, perilaku atau hal-hal yang menyebabkan adanya perubahan. Populasi merupakan gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik serupa yang menjadi pusat perhatian bagi peneliti. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Politeknik Negeri Balikpapan dengan jumlah 133 mahasiswa. Program Amos mensyaratkan jumlah minimum sampel yaitu 100 agar mendapatkan model yang baik. Meskipun beberapa ahli mensyaratkan minimum 200 sampel (Ghozali, 2017). Pengumpulan data masing-masing variabel dilakukan dengan cara self report. Responden memberikan penilaian terhadap attitude, norm subjective dan perceived behaviour dengan peran moderasi religiusitas terhadap niat membeli saham syariah. Instrumen penelitian ini akan diadaptasi dan dikembangkan dari hasil penelitian sebelumnya seperti religiusitas pada penelitian Do Religiosity, Gender and

Educational Background Influence Zakat Compliance? The Case of Malaysia (Abdullah & Sapiei, 2018). Sedangkan penggunaan indikator lainnya diambil dari penelitian dengan judul Analisis Pengaruh Attitude, Subjective Norm and Perceived Behavioral Control Terhadap Purchase Intention Pelanggan SOGO Department Store di Tunjungan Plaza Surabaya (Anggelina dkk., 2014). Penentuan skala instrumen menggunakan skala likert dengan lima alternatif jawaban yang terdiri dari: sangat setuju = 5, setuju = 4, netral = 3, tidak setuju = 2, sangat tidak setuju = 1. Analisis dalam penelitian ini menggunakan structural equation modelling (SEM) yang memungkinkan menguji hubungan antar konstruk variabel baik variabel eksogenus maupun endogenus dengan tetap memperhatikan kesalahan pengukuran (Bollen, 1989). Alat bantu analisis SEM dalam studi ini menggunakan Amos 18 yang dikenal memiliki kelebihan karena user-friendly graphical interface. Program Amos mensyaratkan jumlah minimum sampel yaitu 100 agar mendapatkan model yang baik. Meskipun beberapa ahli mensyaratkan minimum 200 sampel (Ghozali, 2017; kline, 2011). Kriteria minimal yang dapat digunakan untuk menentukan fit atau tidaknya model structural.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1. Hasil Uji CFA (Confirmatory Factor Analysis)

Pada tahap ini dilakukan evaluasi model pengukuran melalui analisis faktor konfirmatori atau Confirmatory factor analysis (CFA) dengan menguji validitas dan reliabilitas konstruk. Untuk menguji validitas konstruk diuji dengan melihat output estimate dengan cara membandingkan p-value pada output estimate dengan alpha 5%, jika p-value lebih kecil dari 5% maka indikator dinyatakan valid. Sedangkan uji reliabilitas dilakukan dengan melihat nilai Construct Reliability (CR) dan Variance Extracted (VE) pada masing-masing konstruk, jika nilai  $CR \geq 0,7$  dan  $VE \geq 5$  artinya konstruk tersebut reliabel.

**Tabel 1. Uji CFA Attitude**

| Level    | Dimensi              | Indikator | $\lambda$ | $\lambda^2$ | e     | CR    | VE    |
|----------|----------------------|-----------|-----------|-------------|-------|-------|-------|
| Variabel | Keyakinan Perilaku   |           | 0.933     | 0.870       | 0.130 | 0.897 | 0.828 |
|          | Evaluasi Konsekuensi |           | 0.869     | 0.755       | 0.245 |       |       |
| Dimensi  | Keyakinan            | ATT 1     | 0.858     | 0.736       | 0.264 | 0.901 | 0.834 |
|          |                      | Perilaku  | ATT 2     | 0.951       | 0.904 |       |       |
|          | Evaluasi Konsekuensi | ATT 3     | 0.907     | 0.823       | 0.177 | 0.854 | 0.772 |
|          |                      | ATT 4     | 0.817     | 0.667       | 0.333 |       |       |

**Tabel 2. Uji CFA Norm Subjective**

| Level    | Dimensi            | Indikator | $\lambda$ | $\lambda^2$ | e     | CR    | VE    |
|----------|--------------------|-----------|-----------|-------------|-------|-------|-------|
| Variabel | Keyakinan Normatif |           | 0.874     | 0.764       | 0.236 | 0.803 | 0.713 |
|          | Motivasi Mematuhi  |           | 0.761     | 0.579       | 0.421 |       |       |
| Dimensi  | Keyakinan Normatif | NS 1      | 0.749     | 0.561       | 0.439 | 0.767 | 0.603 |
|          |                    | NS 2      | 0.698     | 0.487       | 0.513 |       |       |
|          |                    | NS 3      | 0.722     | 0.521       | 0.479 |       |       |
|          | Motivasi Mematuhi  | NS 4      | 0.948     | 0.899       | 0.101 | 0.862 | 0.783 |

**Tabel 3. Uji CFA Perceive Behavior**

| Level    | Dimensi                      | Indikator | $\lambda$ | $\lambda^2$ | e     | CR    | VE    |
|----------|------------------------------|-----------|-----------|-------------|-------|-------|-------|
| Variabel | Keyakinan Pengendalian       |           | 0.763     | 0.582       | 0.418 | 0.764 | 0.673 |
|          | Kekuatan Faktor Pengendalian |           | 0.809     | 0.654       | 0.346 |       |       |
| Dimensi  | Keyakinan Pengendalian       | PB 1      | 0.723     | 0.523       | 0.477 | 0.705 | 0.619 |
|          |                              | PB 2      | 0.753     | 0.567       | 0.433 |       |       |
|          | Kekuatan Faktor Pengendalian | PB 3      | 0.717     | 0.514       | 0.486 | 0.746 | 0.656 |
|          |                              | PB 4      | 0.824     | 0.679       | 0.321 |       |       |

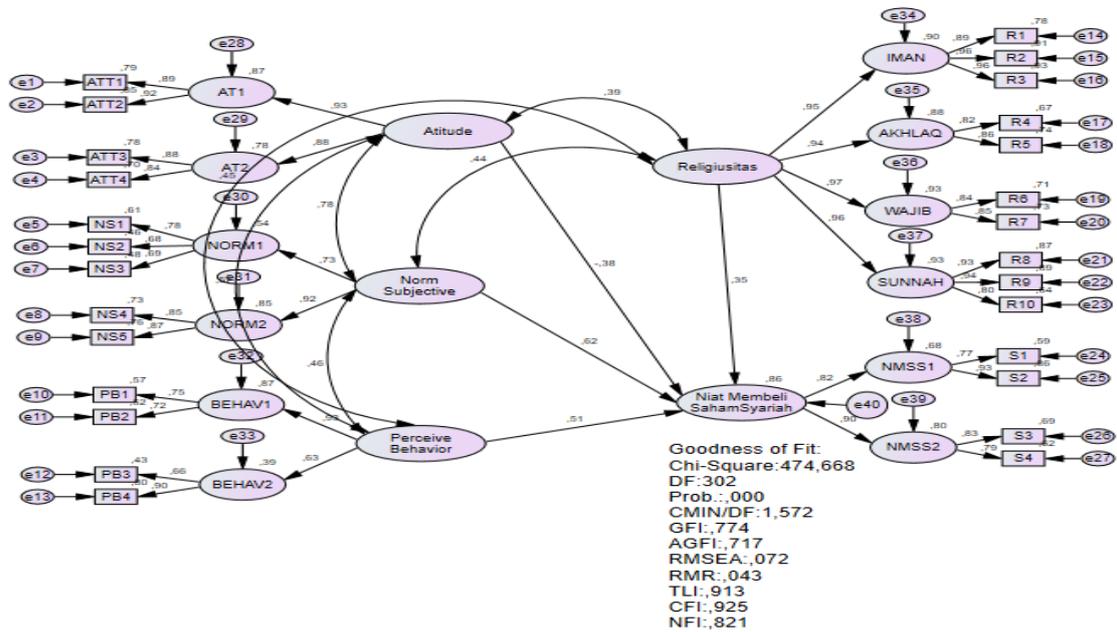
**Tabel 4. Uji CFA Religiusitas**

| Level    | Dimensi | Indikator | $\lambda$ | $\lambda^2$ | e     | CR    | VE    |
|----------|---------|-----------|-----------|-------------|-------|-------|-------|
| Variabel | Imam    |           | 0.950     | 0.903       | 0.098 | 0.975 | 0.912 |
|          |         | Akhlaq    | 0.935     | 0.874       | 0.126 |       |       |
|          |         | Wajib     | 0.966     | 0.933       | 0.067 |       |       |
|          |         | Sunnah    | 0.961     | 0.924       | 0.076 |       |       |
| Dimensi  | Imam    | R 1       | 0.884     | 0.781       | 0.219 | 0.954 | 0.881 |
|          |         | R 2       | 0.956     | 0.914       | 0.086 |       |       |
|          |         | R 3       | 0.962     | 0.925       | 0.075 |       |       |
|          | Akhlaq  | R 4       | 0.821     | 0.674       | 0.326 | 0.826 | 0.739 |
|          |         | R 5       | 0.856     | 0.733       | 0.267 |       |       |
|          | Wajib   | R 6       | 0.838     | 0.702       | 0.298 | 0.836 | 0.751 |
|          |         | R 7       | 0.857     | 0.734       | 0.266 |       |       |
|          | Sunnah  | R 8       | 0.930     | 0.865       | 0.135 | 0.923 | 0.817 |

**Tabel 5. Uji CFA Niat Membeli Saham Syariah**

| Level    | Dimensi       | Indikator | $\lambda$ | $\lambda^2$ | e     | CR    | VE    |
|----------|---------------|-----------|-----------|-------------|-------|-------|-------|
| Variabel | Kecenderungan |           | 0.916     | 0.839       | 0.161 | 0.843 | 0.759 |
|          |               | Keputusan | 0.788     | 0.621       | 0.379 |       |       |
| Dimensi  | Kecenderungan | S 1       | 0.740     | 0.548       | 0.452 | 0.845 | 0.762 |
|          |               | S 2       | 0.960     | 0.922       | 0.078 |       |       |
|          | Keputusan     | S 3       | 0.839     | 0.704       | 0.296 | 0.790 | 0.700 |
|          |               | S 4       | 0.777     | 0.604       | 0.396 |       |       |

**3.2. Evaluasi Model Struktural**



**Gambar 1. Modifikasi Evaluasi Model Struktural**

Penilaian goodness of fit untuk model diatas ditampilkan pada tabel berikut ini:

**Tabel 6. Pengujian Goodness of fit**

| Fit Index                                       | Nilai Rekomendasi                            | Hasil Penelitian | Kesimpulan   |
|---|--|------------------|--------------|
| Chi Square (X2)                                 | < X2 tabel (pada df 302, X2 tabel = 349.529) | 474.668          | Bad fit      |
| Prob.   | Nilai p > 0.05                               | 0.000            | Bad fit      |
| Cmin/df   | ≤ 5  | 1.572            | Good fit     |
| Goodness of Index (GFI)                         | ≥ 0.90                                       | 0.774            | Bad fit      |
| Adjusted Goodness of Index (AGFI)               | ≥ 0.90                                       | 0.717            | Bad fit      |
| Root mean Square Error of Approximation (RMSEA) | ≤ 0.8  | 0.072            | Good fit     |
| RMR   | < 0.05                                       | 0.043            | Good fit     |
| Tucker-Lewis Index (TLI)                        | ≥ 0.90                                       | 0.913            | Good fit     |
| Comparative Fit Index (CFI)                     | ≥ 0.90                                       | 0.925            | Good fit     |
| Normo fir Index (NFI)                           | ≥ 0.90                                       | 0.821            | Marginal fit |

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa dari 10 kriteria yang diuji, terdapat 5 kriteria yang termasuk dalam kategori Good fit, dan 1 kategori yang termasuk dalam kategori Marginal fit. karena nilai goodness of fit sudah cukup baik sehingga model dapat digunakan.

### 3.3. Hasil Uji Hipotesis

Berikut adalah hasil yang diperoleh sebelum dilakukan uji moderasi:

**Tabel 7. Ringkasan Uji Hipotesis Secara Parsial Tanpa Moderasi**

|   |      |     | Standardized | S.E  | C.R    | P    | Kesimpulan       |
|---|------|-----|--------------|------|--------|------|------------------|
| S | <--- | ATT | -,380        | ,191 | -1,406 | ,160 | Tidak Signifikan |
| S | <--- | NS  | ,620         | ,250 | 2,306  | ,021 | Signifikan       |
| S | <--- | PB  | ,512         | ,168 | 2,303  | ,021 | Signifikan       |
| S | <--- | R   | ,347         | ,082 | 2,594  | ,009 | Signifikan       |

Dasar pengambilan keputusan untuk pengujian ini adalah sebagai berikut:

Jika  $P < 0,05$  pada level  $\alpha$  5%, maka  $H_0$  ditolak;

Jika  $P > 0,05$  pada level  $\alpha$  5%, maka  $H_0$  diterima.

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1)  $H_1$ : Attitude berpengaruh signifikan terhadap niat membeli saham syariah

Nilai koefisien jalur attitude terhadap niat membeli saham syariah adalah -0.380 (arah negatif). T statistic sebesar -1.406, dan nilai p-value sebesar 0.160. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa nilai T statistic > -1.96 dan p-value > 0.05. Hal ini berarti attitude tidak berpengaruh signifikan terhadap niat membeli saham syariah. Dengan demikian  $H_a$  ditolak

2)  $H_2$ : Norm Subjective berpengaruh signifikan terhadap niat membeli saham syariah

Nilai koefisien jalur norm subjective terhadap niat membeli saham syariah adalah 0.620 (arah positif). T statistic sebesar 2.306, dan nilai p-value sebesar 0.021. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa nilai T statistic > 1.96 dan p-value < 0.05. Hal ini berarti norm subjective berpengaruh signifikan terhadap niat membeli saham syariah. Dengan demikian  $H_a$  diterima.

3)  $H_3$ : Perceive Behavior berpengaruh signifikan terhadap niat membeli saham syariah

Nilai koefisien jalur perceive behavior terhadap nilai membeli saham syariah adalah 0.512 arah positif). T statistic sebesar 2.303, dan nilai p-value sebesar 0.021. Hasil pengujian tersebut

menunjukkan bahwa nilai T statistic > 1.96 dan p-value < 0.05. Hal ini berarti *perceive behavior* berpengaruh signifikan terhadap niat membeli saham syariah. Dengan demikian  $H_a$  diterima.

4)  $H_4$ : Religiusitas berpengaruh signifikan terhadap niat membeli saham syariah

Nilai koefisien jalur religiusitas terhadap niat membeli saham syariah adalah 0.347 (arah positif). T statistic sebesar 2.594, dan nilai p-value sebesar 0.009. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa nilai T statistic > 1.96 dan p-value < 0.05. Hal ini berarti religiusitas signifikan terhadap niat membeli saham syariah. Dengan demikian  $H_a$  diterima.

Berikut adalah hasil yang diperoleh setelah dilakukan uji moderasi:

**Tabel 8. Ringkasan Uji Hipotesis secara parsial dengan moderasi**

|   |      |      | Standardized | S.E. | C.R.   | P    | Kesimpulan       |
|---|------|------|--------------|------|--------|------|------------------|
| S | <--- | ATT  | -,284        | ,181 | -1,096 | ,273 | Tidak Signifikan |
| S | <--- | NS   | ,495         | ,194 | 2,087  | ,037 | Signifikan       |
| S | <--- | PB   | ,399         | ,141 | 2,536  | ,011 | Signifikan       |
| S | <--- | R    | ,272         | ,085 | 1,928  | ,054 | Tidak Signifikan |
| S | <--- | R_AT | -,001        | ,001 | -,865  | ,387 | Tidak Signifikan |
| S | <--- | R_NS | ,003         | ,001 | 1,914  | ,056 | Tidak Signifikan |
| S | <--- | R_PB | ,004         | ,001 | 2,094  | ,036 | Signifikan       |

Berdasarkan tabel di atas maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

$H_1$ : Attitude berpengaruh signifikan terhadap niat membeli saham syariah

Nilai koefisien jalur attitude terhadap niat membeli saham syariah adalah -0.284 (arah negatif), T statistic sebesar -1.096, dan nilai p-value sebesar 0.273. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa nilai T statistic > -1.96 dan p-value > 0.05. Hal ini berarti attitude tidak berpengaruh signifikan terhadap niat membeli saham syariah. Dengan demikian  $H_a$  ditolak.

$H_2$ : Norm subjective signifikan terhadap niat membeli saham syariah

Nilai koefisien jalur norm subjective terhadap niat membeli saham syariah adalah 0.495 (arah positif), T statistic sebesar 2.087, dan nilai p-value sebesar 0.037. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa nilai T statistic > 1.96 dan p-value < 0.05. Hal ini berarti norm subjective berpengaruh signifikan terhadap niat membeli saham syariah. Dengan demikian  $H_a$  diterima.

$H_3$ : *Perceive behavior* berpengaruh signifikan terhadap niat membeli saham syariah

Nilai koefisien jalur *perceive behavior* terhadap niat membeli saham syariah adalah 0.399 (arah positif). T statistic sebesar 2.536, dan nilai p-value sebesar 0.011. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa nilai T statistic > 1.96 dan p-value < 0.05. Hal ini berarti *perceive behavior* berpengaruh signifikan terhadap niat membeli saham syariah. Dengan demikian  $H_a$  diterima

$H_4$ : Religiusitas berpengaruh signifikan terhadap niat membeli saham syariah

Nilai koefisien jalur religiusitas terhadap niat membeli saham syariah adalah 0.272 (arah positif). T statistics sebesar 1.928, dan nilai p-value sebesar 0.054. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa nilai T statistics < 1.96 dan p-value > 0.05. Hal ini berarti religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap niat membeli saham syariah. Dengan demikian  $H_a$  ditolak

$H_5$ : Peran moderasi religiusitas terhadap attitude berpengaruh signifikan terhadap niat membeli saham syariah

Nilai koefisien jalur moderasi religiusitas antara attitude terhadap niat membeli saham syariah adalah -0.001 (arah negatif), T statistics sebesar -0.865, dan nilai p-value sebesar 0.387. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa nilai T statistics > -1.96 dan p-value > 0.05. Hal ini berarti moderasi religiusitas antara attitude tidak berpengaruh signifikan terhadap niat membeli saham syariah. Dengan demikian  $H_a$  ditolak. Maka disimpulkan bahwa variabel religiusitas tidak memoderasi hubungan attitude terhadap niat membeli saham syariah.

$H_6$ : Peran moderasi religiusitas terhadap norm subjective berpengaruh signifikan terhadap niat membeli saham syariah

Nilai koefisien jalur moderasi religiusitas antara norm subjective terhadap niat membeli saham syariah adalah 0.003 (arah positif), T statistics sebesar 1.914, dan nilai p-value sebesar 0.056. Hasil

pengujian tersebut menunjukkan bahwa nilai T statistics < 1.96 dan p-value > 0.05. Hal ini berarti peran religiusitas antara norm subjective tidak berpengaruh signifikan terhadap niat membeli saham syariah. Dengan demikian  $H_0$  ditolak. Maka disimpulkan bahwa variabel religiusitas tidak memoderasi hubungan norm subjective terhadap niat membeli saham syariah.

$H_7$ : Peran moderasi religiusitas terhadap perceive behavior berpengaruh signifikan terhadap niat membeli saham syariah

Nilai koefisien jalur peran moderasi religiusitas antara perceive behavior terhadap niat membeli saham syariah adalah 0.004 (arah positif), T statistics sebesar 2.094, dan nilai p-value sebesar 0.036. Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa nilai T statistics > 1.96 dan p-value < 0.05. Hal ini berarti peran moderasi religiusitas anantara perceive behavior berpengaruh signifikan terhadap niat membeli saham syariah. Dengan demikian  $H_0$  diterima. Maka disimpulkan bahwa variabel religiusitas memoderasi hubungan perceive behavior terhadap niat membeli saham syariah.

Pada penelitian ini, terdapat dua model, yaitu:

Model ke-1 adalah model tanpa adanya variabel interaksi moderasi;

Model ke-2 adalah model dengan adanya variabel interaksi moderasi.

Dengan menggunakan persamaan di atas, hasil perhitungan diperoleh sebagai berikut:

**Tabel 9. Uji Simultan**

| Model            | 1       | 2      |
|------------------|---------|--------|
| n (jml sampel)   | 110     | 110    |
| k (jml variabel) | 4       | 7      |
| R square         | 0.861   | 0.775  |
| df1 = k          | 4       | 7      |
| df2 = n - k - 1  | 105     | 102    |
| F tabel =        | 2.458   | 2.101  |
| F thitung =      | 162.599 | 50.190 |

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan:

- 1) Pada model ke 1, nilai F hitung adalah 162.599, nilainya lebih besar dari F tabel (2.458), maka  $H_0$  ditolak, artinya semua variabel Attitude, Norm Subjective, Perceived Behavior, dan Religiusitas secara simultan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel Niat Membeli Saham syariah.
- 2) Pada model ke 2, nilai F hitung adalah 162.599, nilainya lebih besar dari F tabel (2.101), maka  $H_0$  ditolak, artinya semua variabel attitude, norm subjective, perceived behavior, religiusitas, variabel interaksi religiusitas\_attitude, religiusitas\_norm subjective, dan religiusitas\_perceive behavior secara simultan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel Niat Membeli Saham syariah.

Keputusan membeli saham syariah adalah pengalaman investasi. Sehingga diperlukannya preferensi untuk mengetahui pengalaman mahasiswa apakah sudah pernah membeli saham sebelumnya. Dapat diketahui bahwa sebanyak 62% mahasiswa belum pernah membeli saham. Sehingga mengetahui niat pembelian saham syariah bagi mahasiswa dapat menggunakan Theory Planne Behavior yang merupakan teori yang didasarkan pada asumsi bahwa manusia merupakan mahluk rasional. Sehingga penggunaan variabel attitude, norm subjective, perceive behavior menjadi faktor dalam proses untuk menentukan keputusan dalam membeli.

Berdasarkan hasil penelitian attitude tidak berpengaruh secara signifikan dan religiusitas tidak dapat memoderasi terhadap niat mahasiswa membeli saham syariah. Hal tersebut menunjukkan bahwa attitude yang dimiliki mahasiswa dengan dimensi keyakinan perilaku dan evaluasi keonsekuensi tidak memberikan pengaruh terhadap niat mahasiswa dalam membeli saham syariah. Berarti pola pikir mahasiswa didasarkan pada harapan dan keyakinan pada hasil yang akan didapatkan. Hasil penelitian ini didukung oleh hasil penelitian sebelumnya yang menggunakan Theory Planned Behavior bahwa attitude tidak memberikan pengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli yang disebabkan oleh relasi sekitar dan juga pandangan positif negatif terhadap suatu tindakan sehingga tidak mempengaruhi kepercayaan bagi konsumen (Maslim & Andayani, 2023). Hasil penelitian lainnya menurut (Mahastanti & Hariady, 2014) menyatakan hal yang sama yaitu attitude tidak memberikan pengaruh yang positif dengan minat investasi, khususnya bagi

perempuan di Indonesia. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang telah dilakukan bahwa jumlah responden dengan jenis kelamin perempuan lebih banyak dibandingkan dengan jenis kelamin laki-laki.

Peran religiusitas sebagai variabel moderasi tidak memoderasi terhadap niat mahasiswa untuk membeli saham syariah. Hal tersebut berdasarkan pada dua indikator yaitu keyakinan normatif dan motivasi mematuhi. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya bahwa norm subjective berpengaruh secara signifikan terhadap niat mahasiswa membeli saham syariah. Menurut (Junianto dkk., 2020) menyatakan bahwa mahasiswa merasa bahwa perilaku mereka dalam niat membeli saham syariah dipengaruhi oleh lingkungan akademik, termasuk teman sekolah, keluarga, dan guru. Selain itu, investasi saham syariah sangat cocok karena sesuai dengan hukum islam. Kondisi lingkungan juga mempengaruhi keinginan untuk investasi di pasar modal syariah. Perspektif yang sama juga dapat memotivasi untuk berinvestasi. Pada penelitian lain dengan peran moderasi religiusitas tidak memberikan pengaruh secara signifikan atau mampu memoderasi bagi generasi Z terhadap investasi berbasis ESG (Environmental, Social, and Governance)(Azhar dkk., 2023). Dapat diartikan bahwa niat untuk membeli saham syariah tidak berkaitan dengan adanya pengalaman keagamaan dan ajakan orang lain dengan religiusitas yang tinggi. Religiusitas dapat memoderasi niat mahasiswa dalam membeli saham syariah. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya menurut (Junianto dkk., 2020) yang menyatakan bahwa *perceive behavior* memberikan pengaruh yang signifikan terhadap niat membeli saham syariah. Hal ini disebabkan oleh kesadaran mahasiswa tentang investasi jangka panjang. Salah satu kendala yang dihadapi yaitu sumber daya keuangan yang terbatas. Kesadaran untuk berinvestasi dapat meningkatkan semangat di masa depan. Sehingga menunjukkan bahwa mahasiswa juga memiliki pengetahuan keuangan, terutama dalam hal investasi.

Secara keseluruhan variabel *attitude*, *norm subjective*, *perceived behavior*, dan religiusitas secara simultan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel niat membeli saham syariah. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya bahwa peran religiusitas memoderasi hubungan antara pengaruh sikap, norma subjective dan kontrol perilaku terhadap niat membeli (Suparno, 2017). Secara positif dan signifikan peran religiusitas mampu memoderasi *attitude*, *norm subjective* dan *perceive behavior* terhadap niat mahasiswa untuk membeli saham syariah. Semakin baik konsidi religiusitas mahasiswa maka akan meningkatkan niat untuk membeli saham syariah.

#### 4. Simpulan

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa bahwa peran moderasi religiusitas tidak mampu memoderasi *attitude*, *norm subjective* terhadap niat mahasiswa untuk membeli saham syariah, namun variabel religiusitas dapat memoderasi *perceive behavior* terhadap niat mahasiswa untuk membeli saham syariah. Variabel *attitude*, *norm subjective*, *perceived behavior*, dan religiusitas secara simultan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel Niat mahasiswa Membeli Saham syariah.

#### Daftar Pustaka

- Abdullah, M., & Sapiei, N. S. (2018). Do religiosity, gender and educational background influence zakat compliance? The case of Malaysia. *International Journal of Social Economics*, 45(8), 1250–1264. <https://doi.org/10.1108/IJSE-03-2017-0091>
- Ahmad, A. N., Rahman, A. A., & Rahman, S. A. (2015). Assessing Knowledge and Religiosity on Consumer Behavior towards Halal Food and Cosmetic Products. *International Journal of Social Science and Humanity*, 5(1), 10–14. <https://doi.org/10.7763/ijssh.2015.v5.413>
- Ajzen, I. (1991). *The Theory of Planned Behavior*. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*.
- Alam, S. S., Mohd, R., & Hisham, B. (2011). Is religiosity an important determinant on Muslim consumer behaviour in Malaysia? *Journal of Islamic Marketing*, 2(1), 83–96. <https://doi.org/10.1108/17590831111115268>
- Anggelina, J., Dan, J. P., & Japarianto, E. (2014). Analisis Pengaruh Sikap, Subjective Norm dan Perceived Behavioral Control Terhadap Purchase Intention Pelanggan SOGO Department Store di Tunjungan Plaza Surabaya. Dalam *Jurnal Strategi Pemasaran* (Vol. 2, Nomor 1).

- Arndt, J. (1986). Paradigms in Consumer Research: A Review of Perspectives and Approaches. *European Journal of Marketing*, 20(8), 23–40. <https://doi.org/10.1108/EUM000000004660>
- Azhar, J. A., Cantika, N., Kadua, P., & Safitri, R. D. (2023). Analisis Persepsi Generasi Z Terhadap Investasi Berbasis ESG (Environmental, Social, and Governance) di Jakarta Islamic Index. *Journal of Business Management and Islamic Banking*, 02(01), 77–94. <https://doi.org/10.14421/jbmib>
- Biddle, S. J. H., & Nigg, R. C. (1970). Theories of Exercise Behavior. *International Journal of Sport Psychology*.
- Canepa, A., & Ibnrubbian, A. (2014). Does faith move stock markets? Evidence from Saudi Arabia. *Quarterly Review of Economics and Finance*, 54(4), 538–550. <https://doi.org/10.1016/j.qref.2014.04.002>
- Delener, N. (1994). Religious Contrasts in Consumer Decision Behaviour Patterns: Their Dimensions and Marketing Implications. *European Journal of Marketing*, 28(5), 36–53. <https://doi.org/10.1108/03090569410062023>
- E. Tandelilin, Analisis Investasi dan Manajemen Portofolio. (Yogyakarta: BPFE. 2001)
- Ghozali, I. (2017). Structural equation models: Concepts and applications with the AMOS 24 bayesian SEM update program (Indonesian version) (Edisi 7). Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Junianto, D., Sabtohadhi, J., & Hendriani, D. (2020). Persepsi Mahasiswa Muslim Terhadap Produk Syariah di Pasar Modal Dalam kajian Theory Planned Behaviour. Dalam *Jurnal Shidqia Nusantara* (Vol. 1, Nomor 1).
- Kaur, J., Bhardwaj, N., Fernandes, R., Vidya, V., & Farooqui, N. A. (2022). A meta-analytical study on the role of religiosity on purchase intention in the theory of planned behavior. *Journal of Islamic Marketing*. <https://doi.org/10.1108/JIMA-09-2021-0304>
- Mahastanti, L. A., & Hariady, E. (2014). Determining the factors which affect the stock investment decisions of potential female investors in Indonesia. Dalam *Int. J. Process Management and Benchmarking* (Vol. 4, Nomor 2).
- Maslim, A., & Andayani, S. (2023). Penerapan Metode Theory Planned Behavior Untuk Tingkat Kepercayaan Pelanggan Terhadap Minat Belanja Online. *Jurnal Sistem & Teknologi Informasi Komunikasi*, 7(1), 7–14.
- Mohamed, R. N., & Daud, N. M. (2012). The impact of religious sensitivity on brand trust, equity and values of fast food industry in Malaysia. *Business Strategy Series*, 13(1), 21–30. <https://doi.org/10.1108/17515631211194599>
- Nyoman, N., Seni, A., Made, N., & Ratnadi, D. (2017). Theory of Planned Behavior Untuk Memprediksi Niat Berinvestasi. Dalam *Bisnis Universitas Udayana* (Vol. 6).
- Septyanto, D., Sayidah, N., & Assagaf, A. (2021). The intention of investors in making investment decisions in Sharia Stocks: Empirical study in Indonesian. *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*, 10(4), 141–153. <https://doi.org/10.36941/AJIS-2021-0105>
- S.Febrianti. (2018). Analisis Perbandingan Konerja Indeks Saham Syariah Dengan Indeks Saham Konvensional Periode 2015-2017 (Studi Kasus pada JII dan LQ45. [www.syariah.ojk.go.id](http://www.syariah.ojk.go.id)
- Suparno, C. (2017). Antecedent Niat untuk Memilih Jasa Halal Beauty Center: Aplikasi Theory Of Planned Behavior dan Peran Religiusitas. *Media Ekonomi Dan Manajemen*, 32(1), 1–8.