

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pasar modal merupakan salah satu sarana yang efektif dalam pembentukan modal dan alokasi dana yang diarahkan untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam menunjang pembangunan, serta pembiayaan nasional guna untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Peran pasar modal pada dasarnya bertujuan untuk menjembatani aliran dana dari pihak investor (pemilik dana) dengan pihak perusahaan yang membutuhkan dana, baik untuk keperluan ekspansi usaha ataupun perbaikan struktur modal perusahaan.¹

PT. Bursa Efek Indonesia sebagai wadah berinvestasi dalam pasar modal senantiasa mengedukasi dan mengembangkan industri ke arah yang lebih baik. Tujuan PT. Bursa Efek Indonesia tidak semata-mata fokus pada penambahan jumlah investor baru. Namun juga berupaya untuk menanamkan kebutuhan berinvestasi di pasar modal yang secara tidak langsung akan meningkatkan jumlah investor aktif di pasar modal Indonesia. Salah satunya yaitu dengan pendirian Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia di Perguruan Tinggi. Pendirian Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia tersebut bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat bahwa pasar modal adalah salah satu potensi dan peluang investasi terbesar yang selama ini diabaikan atau

¹ Sudirman, *Pasar Modal dan Manajemen Portofolio* (Gorontalo: Sultan Amai Press, 2015), 1.

seolah-olah pasar modal dan bursa efek adalah suatu yang rumit dan mahal. Pendirian Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia merupakan sebagai langkah untuk mengenalkan pasar modal sejak dini pada dunia akademis. Pendirian Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia berkonsep 3 *in* 1 (kerjasama antara PT. Bursa Efek Indonesia, Perguruan Tinggi, dan Sekuritas). Sehingga diharapkan para akademisi tidak hanya mengenal pasar modal dari sisi teori saja akan tetapi dapat langsung melakukan praktiknya.² Berikut ini adalah beberapa perbandingan tiga Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia yang berada di Perguruan Tinggi Kota Kediri yaitu:

Tabel 1.1
Perbandingan Galeri Investasi BEI UNISKA Kediri, Galeri Investasi BEI Universitas Kadiri Kediri, dan Galeri Investasi BEI Politeknik Kediri

N o	Keterangan	GI BEI UNISKA Kediri ³	GI BEI Universitas Kadiri Kediri ⁴	GI BEI Politeknik Kediri ⁵
1.	Lokasi	Jalan Sersan Suharmaji Nomor 38 Manisrenggo Kecamatan Kota, Kota Kediri	Jalan Selomangleng Nomor 01 Sukorame Kecamatan Mojojoto, Kota Kediri	Jalan Maskumambang Sukorame Kecamatan Mojojoto, Kota Kediri
2.	Diresmikan	30 September 2015	8 Agustus 2017	14 Februari 2013
3.	Produk	<ul style="list-style-type: none"> • Konvensional • Syariah 	<ul style="list-style-type: none"> • Konvensional 	<ul style="list-style-type: none"> • Konvensional
4.	Kerjasama	Indo Premier Sekuritas	Phintraco Sekuritas	Reliance Sekuritas
5.	Penghargaan	Penghargaan dari BEI tahun 2016 kategori GI BEI dengan pembukaan akun RDI terbanyak yaitu 1.100 SID (<i>Single Investor Identification</i>)	-	-

Sumber: Berdasarkan observasi awal Februari 2019.

² Achmad Dwi Afriyadi, "BEI Buka Tiga Galeri Investasi di Jawa Timur", *Liputan6.com*, <https://www.liputan6.com>, 01 Oktober 2015, diakses tanggal 26 Desember 2018.

³ Edi Murdianto, Kepala Laboratorium GI BEI UNISKA Kediri, Kediri, 06 Februari 2019.

⁴ Priyo Priyanto, Pengurus GI BEI Universitas Kadiri Kediri, Kediri, 11 Februari 2019.

⁵ Novi, Kepala Laboratorium GI BEI Politeknik Kediri, Kediri, 11 Februari 2019.

Berdasarkan tabel 1.1 di atas dapat diketahui bahwa ada beberapa perbedaan diantara Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia UNISKA Kediri, Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia Universitas Kadiri Kediri, dan Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia Politeknik Kediri. Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia UNISKA Kediri memiliki keunggulan dalam jenis produk yang ditawarkannya yaitu konvensional dan syariah. Serta pernah mendapatkan penghargaan dari PT. Bursa Efek Indonesia pada tahun 2016 sebagai Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia dengan pembukaan akun RDI terbanyak yaitu 1.100 SID. Adapun data pembukaan akun RDI di Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia UNISKA Kediri yaitu:

Tabel 1.2
Data Pembukaan Akun RDI
di Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia UNISKA Kediri

2015	2016	2017	2018
1.119 SID	347 SID	351 SID	324 SID

Sumber: Berdasarkan observasi awal Februari 2019.

Berdasarkan tabel 1.2 di atas dapat diketahui bahwa Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia UNISKA Kediri sejak diresmikan pada tahun 2015 memiliki penambahan pembukaan akun RDI di atas 300 SID. Hal tersebut membuat Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia UNISKA Kediri selalu diundang sebagai nominasi dalam acara tahunan yang diselenggarakan oleh PT. Bursa Efek Indonesia. Salah satu persyaratan Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia untuk bisa diundang menjadi nominasi adalah harus memiliki penambahan pembukaan akun RDI minimal sebanyak 300 SID.⁶

⁶ Edi Murdianto, Kepala Laboratorium GI BEI Uniska Kediri, Kediri, 06 Februari 2019.

Dengan demikian, Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia UNISKA Kediri dalam rangka meningkatkan jumlah investor saham harus dapat melihat dan memahami perilaku masyarakat Perguruan Tinggi selaku pasar dalam memutuskan untuk berinvestasi saham. Menurut Engel, Blackwell dan Miniard, perilaku konsumen adalah suatu tindakan yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk barang dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan tersebut.⁷ Perilaku konsumen sangat erat hubungannya dengan keputusan pembelian. Baik keputusan pembelian yang dilakukan oleh orang perorangan ataupun kelompok. Menurut Kotler dan Amstrong, proses pengambilan keputusan pembelian adalah dimulai dengan pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian.⁸

Investor selalu mempunyai banyak faktor yang akan mendorong keputusannya dalam berinvestasi saham. Menurut Engel, Blackwell dan Miniard, terdapat tiga faktor yang menjadi determinan penentu keputusan konsumen yaitu pengaruh lingkungan, pengaruh individu, dan proses psikologis.⁹ Dalam penelitian awal ini, peneliti melakukan penyebaran kuesioner kepada 30 investor yang membuka akun RDI pada SPM (Sekolah Pasar Modal) tahun 2018 di Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia UNISKA Kediri guna dijadikan sebagai acuan dalam penentuan variabel penelitian.

⁷ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2004), 4.

⁸ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2008), 179.

⁹ James F. Engel, et. al., *Perilaku Konsumen* (Jakarta: Binarupa Aksara, 2004), 60.

Adapun diperoleh hasil mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi investor dalam pengambilan keputusan berinvestasi saham di Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia UNISKA Kediri yaitu:

Tabel 1.3
Faktor-Faktor yang Mempengaruhi dalam Pengambilan Keputusan Berinvestasi Saham di Galeri Investasi BEI UNISKA Kediri

Faktor-faktor yang mempengaruhi		Responden
Pengaruh Lingkungan	Budaya	0
	Kelas Sosial	1
	Pengaruh Pribadi	0
	Keluarga	0
	Situasi	0
Pengaruh Individu	Sumber Daya Konsumen	0
	Keterlibatan	4
	Pengetahuan	18
	Sikap	0
	Kepribadian, Gaya Hidup dan Demografi	2
Proses Psikologis	Pengolahan Informasi	3
	Pembelajaran	2
	Perubahan Sikap atau Perilaku	0
Jumlah Responden		30

Sumber: Berdasarkan hasil angket terhadap investor yang membuka akun RDI pada SPM 2018 UNISKA Kediri, data diolah, Maret 2019.

Berdasarkan tabel 1.3 di atas dapat diketahui bahwa dari faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan berinvestasi saham di Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia UNISKA Kediri adalah faktor pengetahuan konsumen menjadi faktor paling tinggi dalam mempengaruhi keputusan berinvestasi saham yaitu sebanyak 18 responden. Hal tersebut sangatlah menarik, menurut Engel, Blackwell dan Miniard, pengetahuan dapat diartikan sebagai informasi yang tersimpan dalam memori.¹⁰ Sementara itu, menurut Shinta, pengetahuan konsumen adalah semua informasi yang dimiliki konsumen mengenai berbagai macam produk dan jasa, serta pengetahuan lainnya yang terkait

¹⁰ James F. Engel, et. al., *Perilaku Konsumen*, 337.

dengan produk dan jasa tersebut dan informasi yang berhubungan dengan fungsinya sebagai konsumen.¹¹ Pengetahuan konsumen penting bagi pemasar karena apa yang dibeli, berapa banyak yang dibeli, dimana harus membeli dan kapan membeli, akan tergantung pada pengetahuan konsumen mengenai hal-hal tersebut. Oleh karena itu, pengetahuan konsumen akan memengaruhi keputusan pembelian.¹²

Semakin banyak konsumen memiliki pengetahuan maka akan semakin baik konsumen dalam mengambil keputusan. Pengetahuan konsumen tentang saham di pasar modal dapat menjadi pertimbangan bagi investor dalam memilih berinvestasi. Jika pemasar berhasil memberikan pengetahuan yang jelas mengenai saham ataupun pasar modal, maka bisa jadi investor akan mempertimbangkan memilih berinvestasi saham di pasar modal. Pasar modal akan semakin tinggi lagi pertumbuhannya apabila masyarakat mempunyai permintaan dan antusias yang tinggi dikarenakan faktor peningkatan pemahaman dan pengetahuan tentang pasar modal, disamping faktor penyebab lainnya.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “PENGARUH PENGETAHUAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN BERINVESTASI SAHAM DI GALERI INVESTASI BURSA EFEK INDONESIA UNISKA KEDIRI”.

¹¹ Agustina Shinta, *Manajemen Pemasaran* (Malang: Universitas Brawijaya Press, 2011), 44.

¹² Rini Dwiastuti, et. al., *Ilmu Perilaku Konsumen* (Malang: Universitas Brawijaya Press, 2012), 50.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka peneliti merumuskan masalah-masalah yang akan diteliti pada penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana pengetahuan konsumen mengenai Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia UNISKA Kediri?
2. Bagaimana keputusan berinvestasi saham di Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia UNISKA Kediri?
3. Bagaimana pengaruh pengetahuan konsumen terhadap keputusan berinvestasi saham di Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia UNISKA Kediri?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui pengetahuan konsumen mengenai Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia UNISKA Kediri.
2. Untuk mengetahui keputusan berinvestasi saham di Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia UNISKA Kediri.
3. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan konsumen terhadap keputusan berinvestasi saham di Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia UNISKA Kediri.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan akan dapat memberikan manfaat baik dari segi teoritis maupun praktisnya. Adapun kegunaan dari penelitian ini yaitu:

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan akan menjadi masukan yang berharga dalam mengembangkan ilmu tentang investasi pasar modal pada umumnya dan pada ilmu tentang investasi saham pada khususnya.
- b. Dapat menjadi referensi bagi peneliti lain yang tertarik pada bidang kajian yang sama.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia UNISKA Kediri

Penelitian ini diharapkan mampu menjawab permasalahan tentang investasi saham khususnya yang berkaitan dengan “Pengaruh Pengetahuan Konsumen Terhadap Keputusan Berinvestasi Saham di Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia UNISKA Kediri”. Sehingga dapat menjadi bahan untuk meningkatkan jumlah investor saham di Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia UNISKA Kediri.

- b. Bagi Peneliti

- 1) Penelitian ini dilakukan guna menyelesaikan dan mendapat gelar (S1) pada Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Kediri.
- 2) Penelitian ini dilakukan guna mengukur kemampuan peneliti dalam menerapkan ilmu yang didapatkan pada perkuliahan.

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian adalah jawaban sementara terhadap masalah penelitian, yang kebenarannya masih harus diuji secara empiris. Hipotesis penelitian merupakan jawaban terhadap masalah penelitian yang secara teoritis di anggap paling tinggi tingkat kebenarannya.¹³

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

H_0 = Tidak ada pengaruh yang signifikan antara pengetahuan konsumen terhadap keputusan berinvestasi saham di Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia UNISKA Kediri.

H_1 = Ada pengaruh yang signifikan antara pengetahuan konsumen terhadap keputusan berinvestasi saham di Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia UNISKA Kediri.

F. Asumsi Penelitian

Menurut Arikunto, asumsi penelitian atau anggapan dasar adalah sebuah titik tolak pikiran yang kebenarannya diterima oleh penyidik.¹⁴ Asumsi penelitian oleh peneliti digunakan sebagai pijakan berpikir dan bertindak dalam melaksanakan penelitian. Mengacu pada hipotesis penelitian ini, maka asumsi penelitian yang diajukan peneliti adalah pengetahuan konsumen dapat mempengaruhi keputusan berinvestasi saham di Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia UNISKA Kediri.

¹³ Sumadi Suryabrata, *Metode Penelitian* (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), 21.

¹⁴ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), 66.

G. Telaah Pustaka

Telaah pustaka mempunyai tujuan untuk menjelaskan judul dan isi singkat kajian-kajian yang pernah dilakukan, buku-buku atau tulisan-tulisan yang ada terkait dengan topik atau masalah yang akan diteliti.¹⁵ Berikut ini beberapa penelitian terdahulu terkait penelitian yang akan dilakukan yaitu:

1. Moch. Iskandar (2018) dengan judul “Motivasi Mahasiswa Berinvestasi di Pasar Modal Syariah Melalui Galeri Investasi Syariah UIN Sunan Ampel Surabaya”.¹⁶

Hasil penelitian yang diperoleh yaitu: pertama adalah motivasi mahasiswa berinvestasi di pasar modal syariah. Ketika seseorang memutuskan melakukan investasi pasti ada suatu alasan atau dorongan atau yang biasa kita sebut dengan motivasi, motivasi yang dirasakan mahasiswa ketika berinvestasi di pasar modal syariah yaitu kebutuhan rasa aman untuk mengatur sistem keuangan, kebutuhan sosial untuk memikirkan masa depan dan jangka panjang, kebutuhan harga diri, dan kebutuhan aktualisasi diri. Kedua adalah edukasi tentang pasar modal syariah, penerapan edukasi guna menambah pengetahuan mahasiswa tentang pasar modal syariah dilakukan dengan mengadakan seminar, kopdar sesama anggota dan investor, membuka akun media sosial, dan membuat Sekolah Pasar Modal Syariah Jilid I, II, III, di Galeri Investasi Syariah UIN Sunan Ampel Surabaya.

¹⁵ Tim Revisi Buku Pedoman Penulisan Karya Ilmiah, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Kediri* (Kediri: STAIN Kediri, 2016), 62.

¹⁶ Moch. Iskandar, “Motivasi Mahasiswa Berinvestasi di Pasar Modal Syariah Melalui Galeri Investasi Syariah UIN Sunan Ampel Surabaya”, *Digital Library UIN Sunan Ampel Surabaya*, <http://www.digilib.uinsby.ac.id>, 2018, diakses tanggal 23 Desember 2018.

Persamaan penelitian di atas dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu sama-sama membahas mengenai keputusan berinvestasi melalui Galeri Investasi. Sedangkan perbedaan penelitian di atas dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada metode penelitiannya. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian di atas menggunakan pendekatan kualitatif sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan pendekatan kuantitatif.

2. Lina Budiarti (2010) dengan judul “Pengaruh Pengetahuan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Acer (Studi pada Pengguna Laptop Acer di Area Hotspot Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Universitas Brawijaya).¹⁷

Variabel dalam penelitian ini, meliputi variabel bebas yaitu: pengetahuan konsumen (X) dengan subvariabel pengetahuan produk (X_1), pengetahuan pembelian (X_2), serta pengetahuan pemakaian (X_3), sedangkan variabel terikat (Y) adalah keputusan pembelian.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa pengetahuan produk (X_1), pengetahuan pembelian (X_2), dan pengetahuan pemakaian (X_3) mempunyai nilai t_{hitung} masing-masing (2,206; 6,970; 2,111) sedangkan nilai F_{hitung} sebesar 38,236 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai 0,05. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan pengetahuan konsumen yang terdiri dari pengetahuan produk (X_1),

¹⁷ Lina Budiarti, “Pengaruh Pengetahuan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Acer (Studi pada Pengguna Laptop Acer di Area Hotspot Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Universitas Brawijaya)”, *Perpustakaan Digital Universitas Negeri Malang*, <http://library.um.ac.id>, 2010, diakses tanggal 23 Desember 2018.

pengetahuan pembelian (X_2), dan pengetahuan pemakaian (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) laptop Acer baik secara parsial maupun simultan. Sedangkan faktor yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian laptop Acer adalah pengetahuan pembelian (X_2).

Persamaan penelitian di atas dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu sama-sama menggunakan variabel bebas pengetahuan konsumen dan menggunakan metode penelitian pendekatan kuantitatif. Sedangkan perbedaan penelitian di atas dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada variabel terikatnya yaitu dalam penelitian di atas adalah keputusan pembelian sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan adalah keputusan berinvestasi.

3. Achmad Almuhrum Gaffar (2014) dengan judul “Pengaruh Pengetahuan Konsumen Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah (Studi Kasus Nasabah pada Bank Muamalat Cabang Makassar)”.¹⁸

Variabel dalam penelitian ini, meliputi variabel bebas yaitu: pengetahuan konsumen (X) dengan subvariabel pengetahuan produk (X_1), pengetahuan pembelian (X_2), serta pengetahuan pemakaian (X_3), sedangkan variabel terikat (Y) adalah keputusan nasabah.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa dari hasil analisis regresi nampak bahwa pengetahuan konsumen yang terdiri dari pengetahuan produk (X_1) memiliki nilai koefisien regresi sebesar

¹⁸ Achmad Almuhrum Gaffar, “Pengaruh Pengetahuan Konsumen Terhadap Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah (Studi Kasus Nasabah pada Bank Muamalat Cabang Makassar)”, *Hasanuddin University*, <http://repository.unhas.ac.id>, 2014, diakses tanggal 24 Desember 2018.

0,318 dan memiliki nilai $t_{hitung} = 2,452 > t_{tabel} = 1,986$, serta memiliki nilai $p_{value} = 0,016 < 0,05$; pengetahuan pembelian (X_2) memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,625 dan memiliki $t_{hitung} 3,239 > t_{tabel} 1,986$, serta memiliki nilai $p_{value} 0,002 < 0,05$; pengetahuan pemakaian (X_3) memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,408 dan memiliki nilai $t_{hitung} 2,869 > t_{tabel} 1,986$ serta, memiliki nilai $p_{value} 0,005 < 0,05$. Hal tersebut berarti pengetahuan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah di Makassar. Hasil pengujian pengukuran pengetahuan konsumen menunjukkan bahwa variabel yang paling dominan mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih Bank Syariah di Makassar adalah pengetahuan pembelian (X_2), hal ini dikarenakan untuk variabel pengetahuan pembelian mempunyai nilai koefisien regresi terbesar serta memiliki nilai signifikan yang terkecil dari variabel pengetahuan produk dan pengetahuan pemakaian.

Persamaan penelitian di atas dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu sama-sama menggunakan variabel bebas pengetahuan konsumen dan menggunakan metode penelitian pendekatan kuantitatif. Sedangkan perbedaan penelitian di atas dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada variabel terikatnya yaitu dalam penelitian di atas adalah keputusan menjadi nasabah sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan adalah keputusan berinvestasi.

H. Penegasan Istilah

Penegasan istilah dapat berbentuk definisi operasional variabel yang akan diteliti. Definisi operasional variabel adalah definisi yang didasarkan atas sifat-sifat sesuatu yang diamati.¹⁹ Istilah-istilah yang terdapat pada penelitian ini yaitu:

1. Pengetahuan Konsumen

Menurut Engel, Blackwell dan Miniard, pengetahuan dapat diartikan sebagai informasi yang tersimpan dalam memori. Sementara informasi yang berkaitan dengan konsumen yang berurusan dengan pangsa pasar disebut sebagai pengetahuan konsumen.²⁰

2. Keputusan Berinvestasi

Pengambilan keputusan dapat dianggap sebagai suatu hasil atau keluaran dari proses mental atau kognitif yang membawa pada pemilihan suatu jalur tindakan di antara beberapa alternatif yang tersedia. Setiap proses pengambilan keputusan selalu menghasilkan satu pilihan final. Keputusan dibuat untuk mencapai tujuan melalui pelaksanaan atau tindakan.²¹ Keputusan berinvestasi merupakan tindakan yang dilakukan setelah melalui pemilihan alternatif yang tersedia.

¹⁹ Tim Revisi Buku Pedoman Penulisan Karya Ilmiah, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Kediri* (Kediri: STAIN Kediri, 2016), 72.

²⁰ James F. Engel, et. al., *Perilaku Konsumen*, 337.

²¹ https://id.wikipedia.org/wiki/Pengambilan_keputusan, diakses tanggal 18 Mei 2019.