

**Pengaruh pengetahuan investasi, kebijakan modal minimum,  
literasi keuangan dan *social media influencer* terhadap  
minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal**

Lestiana, Ahada Nurfauziya

Universitas Islam Indonesia  
e-mail: ahadanur@uii.ac.id

---

**Abstrak**

*Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengetahuan investasi, kebijakan modal minimum, literasi keuangan, dan social media influencer terhadap minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal. Objek dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif pada Fakultas Ekonomi Universitas di Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan convenience sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui google form dan memperoleh 114 responden. Setiap pertanyaan diukur menggunakan skala likert. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan bantuan aplikasi SPSS 26. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis (1) dapat diterima yang menunjukkan bahwa pengetahuan investasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi mahasiswa di pasar modal. Hipotesis (2) ditolak yang menunjukkan bahwa kebijakan modal minimum berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi mahasiswa di pasar modal. Hipotesis (3) ditolak yang menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat berinvestasi mahasiswa di pasar modal. Hipotesis (4) diterima yang menunjukkan bahwa social media influencer berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi mahasiswa di pasar modal.*

*Kata Kunci: Pengetahuan Investasi, Kebijakan Modal Minimum, Literasi Keuangan, Social Media Influencer, Minat Berinvestasi.*

DOI: [10.20885/ncaf.vol5.art16](https://doi.org/10.20885/ncaf.vol5.art16)

---

**PENDAHULUAN**

Pertumbuhan investor milenial sangat cukup pesat. Menurut PT Bursa Efek Indonesia (BEI) dalam Liputan6.com. Dalam kurun waktu 2016 hingga 2020, investor berusia muda yang mendominasi pasar modal Indonesia. Menurut Direktur Pengembangan BEI Hasan Fawzi mengatakan bahwa 45 persen dari total investor berusia dibawah 30 tahun dan 25 persen berikutnya berusia 31-40 tahun. Secara demografi pertumbuhan tersebut ditunjang oleh berbagai kampanye yang diadakan BEI seperti “Yuk Nabung Saham” sejak akhir 2015 (Kencana, 2020). Perkembangan ekonomi dan teknologi yang pesat disertai berkembangnya perusahaan yang terdaftar di BEI, sehingga masuknya investor asing yang menanamkan modal di Indonesia juga semakin banyak (Wardani & Supiati, 2020).

Dalam berkembangnya pembangunan ekonomi Indonesia, mahasiswa memiliki peran yang penting. Sebagai salah satu investor muda diharapkan mampu berkontribusi aktif dalam memajukan dan meningkatkan investasi di pasar modal Indonesia (Manik & Usman, 2021). Namun sebagian masyarakat maupun mahasiswa masih beranggapan bahwa berinvestasi sulit dan rumit. Hal tersebut merupakan salah satu kendala dalam perkembangan investor domestik.

Pengetahuan akan investasi dapat membantu mahasiswa dalam menghadapi kendala dalam mengambil keputusan berinvestasi (Marlin, 2020). Pengetahuan dasar dalam berinvestasi merupakan hal yang sangat penting untuk dipelajari bagi calon investor. Pengetahuan investasi dapat membuat calon investor terhindar dari investasi *bodong* dan untuk meminimalisir terjadinya kerugian saat berinvestasi dan dapat membentuk perilaku investor maupun calon investor dalam berinvestasi (Mahdi et al., 2020). Dalam memulai investasi diperlukan pengetahuan yang cukup, pengalaman, serta naluri bisnis yang digunakan untuk menganalisis efek- efek mana yang akan dibeli (Halim, 2003).

Secara finansial mahasiswa masih kurang mapan, dikarenakan belum mampu menghasilkan uang sendiri. Untuk memulai investasi diperlukan jumlah minimum modal dan hal tersebut menjadi pertimbangan yang penting bagi mahasiswa. Sebelumnya investor harus memiliki modal jutaan rupiah untuk bisa berinvestasi, namun saat ini hanya dengan modal Rp. 100.000,00 mahasiswa sudah dapat melakukan investasi di pasar modal. Perusahaan - perusahaan yang terdaftar di BEI juga menawarkan saham dengan harga yang murah dan sehingga calon investor atau mahasiswa dengan modal Rp. 100.000 sudah bisa langsung melakukan transaksi sah (Dewi et al., 2017). Modal minimum investasi dapat mempengaruhi minat seseorang untuk berinvestasi, karena dalam modal minimum terdapat perhitungan estimasi dana untuk melakukan investasi (Mahdi et al., 2020).

Banyak kendala yang dihadapi oleh mahasiswa untuk memulai melakukan investasi. Tingkat literasi keuangan dapat dikatakan sebagai faktor yang menjadi kendala mahasiswa dalam melakukan investasi, karena literasi keuangan merupakan bagian terpenting dalam pengambilan keputusan keuangan yang terinformasi (Gede et al., 2021). Literasi keuangan berhubungan dengan kemampuan berkomunikasi tentang konsep keuangan yaitu kemampuan seseorang untuk mendapatkan akses pada lembaga jasa keuangan atau dapat mengakses dan memiliki hubungan dengan lembaga keuangan (Shofwa, 2017). Dengan kata lain literasi keuangan dapat membuat investasi yang dilakukan mahasiswa lebih terencana dengan baik.

Mahasiswa sangat membutuhkan informasi yang lebih banyak untuk memulai melakukan investasi. Dengan perkembangan teknologi dapat memberikan keuntungan bagi para calon investor untuk memulai melakukan investasi. Hal tersebut juga sejalan dengan media internet yang semakin berkembang, sehingga memudahkan calon investor mendapatkan informasi mengenai jenis dan langkah-langkah berinvestasi (Firdhausa & Apriani, 2021). Sebuah informasi harus memiliki kejelasan yang benar agar tidak merugikan banyak orang. Dengan hal tersebut Bursa Efek Indonesia (BEI) akan berencana membuat edukasi tentang pasar modal.

Dikutip dari IDX Chanel.com Hasan Fauzi selaku Direktur Pengembangan BEI mengatakan bahwa perlu adanya edukasi terkait pemahaman seputar dunia investasi. Hal ini berguna untuk mencegah hal yang melanggar atau dapat merugikan jika hanya mendengar atau mendapatkan informasi dari yang bukan berwenang. Menurut data mencapai 50% jumlah investor yang terus menanjak dan bertambah. Hal ini dikarenakan banyak para *influencer* yang mempromosikan dan membagikan pengalaman mereka tentang berinvestasi. Bursa Efek Indonesia menyambut niat baik para *influencer* untuk menyemangati dan mengajak calon investor dengan prosedur yang ada. BEI juga berencana untuk merangkul dan membekali para *influencer* agar dapat disosialisasikan dengan baik kepada masyarakat sesuai dengan prosedur dan aturan (Abidin, 2021).

Penelitian ini menambahkan variabel *social media influencer* karena media sosial banyak digunakan oleh mahasiswa sehingga diharapkan bisa meningkatkan jumlah investor domestik Indonesia. Berdasarkan data laporan *Kustodian* Sentral Efek Indonesia (KSEI), per April 2022 jumlah investor domestik telah menembus 8,62 juta dan didominasi oleh anak muda (Annur, 2022). Penelitian ini dilakukan di Yogyakarta dengan kriteria mahasiswa aktif pada Fakultas Ekonomi Perguruan Tinggi di Yogyakarta, karena informasi tentang pasar modal mudah didapatkan mahasiswa. Melalui galeri investasi yang ada di beberapa kampus di Yogyakarta dan mahasiswa sudah memahami materi - materi dasar mengenai investasi maupun pasar modal dari perkuliahan.

## TINJAUAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

### *Theory Planned of Behavior*

*Theory of Planned Behavior* (TPB) merupakan teori perkembangan Fishbein & Ajzen (2020) dalam *Theory of Reasoned Action*. TRA menjelaskan tentang perilaku dipengaruhi oleh niat seseorang dalam menentukan apakah perilaku tersebut akan dilakukan atau tidak. Niat tersebut dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku dan norma subjektif (Nisa & Zulaika, 2017). Pada tahun 1991, Ajzen menambahkan bahwa niat seseorang dipengaruhi oleh faktor sikap terhadap perilaku, norma subjektif mengenai perilaku, dan kontrol perilaku persepsi. Dalam perumusan teori saat ini, sikap yang menguntungkan dan norma

subjektif yang mendukung memberikan motivasi untuk terlibat dalam perilaku tetapi niat konkret untuk melakukannya hanya terbentuk ketika kontrol yang dirasakan atas perilaku cukup kuat (Ajzen, 2020).

Seseorang yang memiliki sikap yang positif pada investasi dan mendapatkan dukungan dari orang sekitar, sehingga munculnya persepsi kemudahan karena tidak ada hambatan untuk berinvestasi. Dengan hal ini niat seseorang untuk berinvestasi akan semakin tinggi (Seni & Ratnadi, 2017). Menurut Ajzen (2020), *Theory of Planned Behavior* (TPB) ditentukan oleh tiga faktor: sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan kontrol perilaku persepsi.

Sikap terhadap perilaku dapat dijabarkan sebagai sikap instrumental atau sikap pengalaman. Sikap instrumental menunjukkan apakah seseorang percaya pada suatu objek atau perilaku tersebut memiliki manfaat, sedangkan sikap pengalaman menunjukkan apakah suatu objek atau perilaku dianggap menyenangkan atau menggembirakan (Moore & Burrus, 2019). Sikap terhadap perilaku dipengaruhi oleh keyakinan sebagai akibat dari perbuatan yang dilakukan. Sikap mahasiswa yang berkeinginan untuk berinvestasi harus memiliki keyakinan positif bahwa melakukan investasi merupakan kegiatan yang menguntungkan bagi mereka dan sebaliknya jika mahasiswa memiliki niat yang rendah, maka mereka akan mempersiapkan berinvestasi akan memberikan kerugian bagi mereka (Seni & Ratnadi, 2017).

Norma subjektif dapat dikatakan sebuah keyakinan terhadap pemikiran rujukan dalam menampilkan atau tidak menampilkan perilaku yang dipertanyakan. Keinginan individu untuk mematuhi pendapat orang yang akan membentuk tekanan normatif disebut dengan norma subjektif dan dapat dilihat sejauh mana individu bersedia melakukan suatu perilaku berdasarkan seberapa penting orang tersebut bagi dia (Pratiwi, 2020).

Kontrol perilaku persepsi merupakan pemahaman tentang pengalaman dan hambatan di masa lalu, seperti hambatan untuk menemukan solusi dalam menghadapi masalah. Kemudahan dan kesulitan dapat digambarkan dengan kesediaan dana, informasi, dan sarana prasarana yang digunakan. Selain itu, apabila faktor pendukung seseorang berkurang atau hilang. Maka semakin sulit untuk memahami perilaku yang dilakukan seseorang (Ajzen, 2005).

Investasi merupakan suatu tindakan yang jarang dilakukan secara impulsif. Pemikiran dan perenungan yang cukup mendahului keputusan investasi yang sangat menyarankan bahwa TPB akan ideal sebagai kerangka teoritis. Teori ini umumnya dianggap tidak cocok untuk aplikasi dimana konsumsi tidak disengaja, tetapi dibutuhkan dalam membuka rekening tabungan (konvensi sosial), pembelian barang yang wajib untuk keamanan (dipaksa oleh komitmen sebelumnya), dan pembelian dalam kategori impulsif (dimana ada sedikit pemikiran yang terlibat) (Sivaramakrishnan et al., 2017). Masyarakat akan memiliki ketertarikan untuk berinvestasi karena memiliki kapabilitas dan kesempatan. Kapabilitas dapat ditingkatkan melalui sosialisasi, pelatihan investasi, sementara itu kesempatan ada karena tawaran investasi (Nisa & Zulaika, 2017).

## **Pengetahuan Investasi**

Pengetahuan merupakan dasar terbentuknya suatu kekuatan bagi seseorang untuk dapat melakukan sesuatu yang diinginkannya. Selain itu ada beberapa hal yang lain yang harus dipahami dan dipertimbangkan mahasiswa sebelum mengambil keputusan berinvestasi, yaitu mahasiswa harus memahami cara kerja bisnis, tujuan bisnis perusahaan tempat akan berinvestasi, menentukan perusahaan yang memiliki fundamental bisnis yang kuat, jangka waktu investasi, mengalokasikan portofolio secara efisien, dan mempelajari analisis teknikal dan fundamental. Pengetahuan merupakan dasar terbentuknya suatu kekuatan bagi seseorang untuk dapat melakukan sesuatu yang diinginkannya (Suprihati & Pradanawati, 2020).

Pengetahuan investasi merupakan pengetahuan dasar yang harus dimiliki mahasiswa agar meminimalisir dari kerugian saat berinvestasi di pasar modal, dengan cara memahami jenis instrumen investasi, *return* dan risiko investasi agar memudahkan mahasiswa mengambil keputusan berinvestasi (Rodiyah, 2019). Setiap manusia memiliki kontrol berupa keberadaan daya, keterampilan maupun kemungkinan untuk melakukan suatu perbuatan, sehingga ketika seseorang mempunyai ketiga kontrol tersebut, maka mereka dapat tekad untuk berperilaku. Dalam keterkaitannya dengan minat melakukan investasi maka pengetahuan investasi adalah kontrol perilaku persepsi yang akan mempengaruhi minat berinvestasi (Pratiwi, 2020).

## Kebijakan Modal Minimum

Modal merupakan suatu faktor produksi yang memiliki pengaruh kuat untuk mempengaruhi kemampuan produktivitas perusahaan, secara makro modal adalah penunjang untuk meningkatkan investasi secara langsung melalui kegiatan produksi perusahaan maupun dari segi prasarana, sehingga dapat meningkatkan produktivitas perusahaan (Siri & Meirini, 2021). Dalam penelitian ini modal investasi yang dipakai yaitu modal minimum investasi, hal ini dikarenakan modal minimum investasi merupakan suatu hal yang penting dalam mempertimbangkan melakukan investasi. Terdapat besaran jumlah modal untuk berinvestasi yang akan ditentukan dari jenis produk investasi tersebut.

Kebijakan modal minimum merupakan kebijakan yang diambil untuk memikat calon investor. Kebijakan ini dapat juga mempengaruhi minat berinvestasi pada mahasiswa karena sebagian besar dari mahasiswa belum memiliki penghasilan tetap sehingga jika akan berinvestasi harus menyisihkan uang dahulu (Gede et al., 2021). Apabila modal yang dibutuhkan saat berinvestasi semakin minimum, maka akan semakin tinggi minat mahasiswa dalam berinvestasi.

## Literasi Keuangan

Literasi keuangan merupakan sekumpulan pengetahuan dan keterampilan yang dapat memungkinkan seseorang untuk mengambil keputusan dengan seluruh sumber daya keuangan yang dimilikinya (Taufiqoh et al., 2019). Tingkat pemahaman atau literasi seseorang akan mempengaruhi orang untuk bersikap positif yaitu memiliki pandangan bahwa berinvestasi dapat menguntungkan sehingga akan mendorong minat untuk berinvestasi. Selain dapat meningkatkan kemampuan seseorang dalam membuat keputusan, literasi keuangan juga bisa meningkatkan kemampuan seseorang untuk mengakses layanan keuangan dengan mudah (Hutasoit & Ginting, 2021).

Literasi keuangan merupakan pengetahuan yang sangat penting bagi masyarakat karena dapat meningkatkan taraf hidup dan perilaku keuangan sehingga memiliki perencanaan keuangan yang baik untuk kedepannya (Hikmah & Rustam, 2020). Seorang investor yang memiliki sikap rasional dan dapat tercermin saat pengambilan keputusan investasi yang dimana literasi keuangan yang dimilikinya menjadi fondasi dasarnya (Deviyanti et al., 2017). Beberapa penelitian menunjukkan literasi keuangan merupakan pengetahuan yang dapat berguna untuk alokasi dana, mengelola sistem keuangan, dan berpikir tentang masa depan, salah satunya dengan berinvestasi (Fadli & Wijayanto, 2020).

## Social Media Influencer

Media sosial menawarkan pola komunikasi multi arah, transmisi informasi multidimensi, dan memfasilitasi keterlibatan konsumen dalam *word-of-mouth* (eWOM) elektronik terkait *brand*. *Word-of-mouth* (eWOM) adalah promosi yang dilakukan dari mulut ke mulut. *Social media influencer* memiliki ciri daya tarik, kredibilitas, keahlian, dan eWOM yang dianggap otentik dan dapat dipercaya (Zhou et al., 2021). *Social media Influencer* merupakan individu pengguna media sosial untuk mendapatkan ketenaran online. Mereka akan membangun identitas online yang kuat terlebih dahulu, kemudian mereka akan membagikan minat dan pendapat mereka di blog pribadi atau media sosial lainnya seperti Facebook, Instagram, YouTube, twitter, dan yang terbaru, TikTok. Memiliki pengaruh yang kuat terhadap pengambilan keputusan pengikut mereka. Maka dari itu banyak, *brand*, organisasi atau perusahaan mendekati mereka untuk mendukung pengiklanan (Hudders et al., 2021).

*Social media influencer* juga akan aktif menggunakan akun media sosial mereka dan sering membahas topik tertentu, serta memberikan informasi baru. Mereka membuat dan membagikan konten yang terkait dengan bidang minat atau keahlian tertentu seperti kebugaran, makanan, video game, dan investasi di media sosial. Seseorang dengan minat di bidang tertentu dapat mengikuti dan berinteraksi dengan *influencer* tersebut untuk mengikuti perkembangan terakhir dalam berita dan tren (Ulmi et al., 2022). Lingkungan seseorang dapat berperan penting dalam pengambilan keputusan dan memiliki seseorang yang dianggap penting atau menjadi idola sehingga dapat mempengaruhi minat untuk berinvestasi. Dengan demikian pengaruh *social media influencer* dan lingkungan ini membuktikan bahwa teori norma subjektif mampu mempengaruhi niat mahasiswa dalam berinvestasi di pasar modal (Pratiwi, 2020). Berikut ini beberapa influencer seperti Andhika Diskartes, Felicia Putri Tjiasaka, Annisa Steviani, Prita

Hapsari, Reza Pahlevi, dan beberapa influencer lainnya yang berbagi dan membuat konten terkait keuangan dan investasi melalui edukasi untuk memperluas pengetahuan investasi.

### Penelitian Terdahulu

Berinvestasi merupakan kegiatan yang harus diperhitungkan dan dipertimbangkan secara baik sebelum melakukannya. Hal ini diperlukan agar terhindar dari investasi *bodong* atau penipuan yang lain, oleh karena itu dibutuhkan pengetahuan terkait investasi (Mahdi et al., 2020). Terlebih mengenai dasar-dasar investasi, seperti risiko yang diperoleh pada saat berinvestasi sehingga dapat jadi pertimbangan dalam pengambilan keputusan berinvestasi dan dapat meminimalisir risiko yang timbul saat berinvestasi (Darmawan et al., 2019). Dalam *Theory of planned Behavior* terdapat bagian *perceived behavioral control* atau kontrol perilaku persepsi bahwa jika seseorang memiliki pengetahuan tentang investasi yang baik sehingga dapat mempengaruhi minat mahasiswa dalam berinvestasi. Penjelasan di atas sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Marlin (2020), Mahdi et al. (2020), Darmawan et al. (2019) yang menggunakan hipotesis yaitu pengetahuan investasi memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi mahasiswa di pasar modal. Maka dari itu, hipotesis kesatu ( $H_1$ ) penelitian ini adalah sebagai berikut:

$H_1$ : Pengetahuan investasi berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal.

Banyak Mahasiswa yang menganggap bahwa modal minimal bukan pertimbangan yang penting, hal ini dikarenakan saat ini seseorang dapat memulai berinvestasi dengan modal Rp. 100.000. Maka sangat memungkinkan bagi mahasiswa untuk mulai berinvestasi di pasar modal. Mahasiswa yang memiliki pengetahuan investasi akan mempertimbangan faktor umum dan faktor lain untuk berinvestasi. Faktor tersebut yaitu informasi mengenai laporan keuangan perusahaan, informasi reputasi dan posisi perusahaan dalam industri, dan saran dari beberapa orang yang mengenal dunia investasi (Nisa & Zulaika, 2017). Dalam penelitian terdahulu terdapat gap sehingga menghasilkan kesimpulan yang berbeda. Penelitian yang dilakukan oleh Dewi et al. (2017), Gede et al. (2021), Fauzianti & Retnosari (2022) menyimpulkan bahwa kebijakan modal minimum berpengaruh negatif terhadap minat berinvestasi. Namun dalam penelitian Aini et al. (2019), Amrul & Wardah (2020), Mahdi et al. (2020) menyimpulkan kebijakan modal minimum berpengaruh positif terhadap minat berinvestasi. Maka dari itu, hipotesis kedua ( $H_2$ ) ini adalah sebagai berikut:

$H_2$ : Kebijakan modal minimum berpengaruh negatif terhadap minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal.

Literasi keuangan merupakan pengetahuan dan keterampilan yang dapat mempengaruhi perilaku mahasiswa agar meningkatkan kualitas dalam pengelolaan keuangan. Literasi keuangan dapat membantu mahasiswa agar tidak mengalami kesalahan yang signifikan dalam berinvestasi. Maka dari itu bahwa mahasiswa akan lebih tertarik berinvestasi dengan seiring tingkat literasi keuangan yang memadai (Hasanah et al., 2022). Hal ini sesuai dengan *Theory of planned Behavior* bahwa *attitude towards behavior* (sikap terhadap perilaku) dimana ketika perilaku mahasiswa dalam mengelola dan memiliki pengetahuan tentang keuangan yang baik. Hal tersebut menunjukkan bahwa jika mahasiswa memiliki literasi keuangan yang baik dapat mempengaruhi minat mahasiswa untuk berinvestasi. Penjelasan di atas sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hutasoit & Ginting (2021), Tehupelasuri et al. (2021); dan Hasanah et al. (2022) yang menggunakan variabel literasi keuangan dalam hipotesis dan menunjukkan bahwa berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi mahasiswa di pasar modal. Maka dirumuskan hipotesis ketiga ( $H_3$ ) sebagai berikut:

$H_3$ : Literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal.

Pada era *society* 5.0 sekarang media sosial sangat mempengaruhi kehidupan, terutama pada generasi muda. Salah satunya yaitu mahasiswa, pada semua bidang kehidupan seperti bergantung pada media sosial, termasuk dalam hal minat (Ningrum, 2021). Pada media sosial terdapat seseorang yang memiliki pengaruh cukup besar sehingga ribuan pengikut yang mengikuti kegiatan mereka akan sangat mempercayai pendapat seseorang ini yang disebut sebagai *influencer*. Saat ini banyak *influencer* yang melakukan sosialisasi tentang investasi dengan menggunakan media sosial untuk menarik perhatian publik untuk mencoba berinvestasi di pasar modal (Fauzianti & Retnosari, 2022). Sejalan dengan *Theory of planned Behavior* bahwa norma subjektif dimana perilaku seseorang dipengaruhi oleh pendapat dan pengalaman *social media*

*influencer* sehingga mempengaruhi minat mahasiswa untuk berinvestasi di pasar modal (Pratiwi, 2020). Penjelasan di atas sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ulmi et al. (2022), Fauzianti & Retnosari (2022), dan Firdhausa & Apriani (2021) yang menggunakan variabel *social media influencer* dalam hipotesis dan menunjukkan bahwa positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi di pasar modal. Maka dirumuskan hipotesis keempat (H<sub>4</sub>) sebagai berikut:

H<sub>4</sub>: *Social media influencer* berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal.

## METODE PENELITIAN

### Populasi dan Sampel

Populasi merupakan suatu kelompok elemen yang lengkap, dapat berupa orang, objek, transaksi, atau kejadian saat kita tertarik untuk mempelajarinya atau menjadi objek penelitian (Kuncoro, 2003). Populasi dalam penelitian ini merupakan mahasiswa Fakultas Ekonomi yang berada di Yogyakarta. Adapun kriteria dalam penelitian ini yaitu responden merupakan mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi Perguruan Tinggi di Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan mekanisme pemungutan sampel dengan teknik *convenience sampling* yaitu metode penentuan sampel didasarkan pada ketersediaan elemen dan kemudahan mendapatkannya (Sugiyono, 2017). Metode pengambilan sampel ini digunakan pada mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi yang paling mudah ditemui, diakses, dan memenuhi kriteria yang telah ditentukan.

Akibat jumlah orang pada penelitian ini tidak diketahui sehingga perhitungan minimum jumlah sampel dalam menentukan minat mahasiswa menggunakan rumus *Lemeshow* (Riduwan & Akdon, 2020), (dalam Pratiwi, 2020) dan (dalam Aji, 2021). Rumus *Lemeshow* digunakan karena populasi yang dituju terlalu besar dengan jumlah yang berubah-ubah dan berikut rumusnya:

$$n = \frac{z^2 \times p(1-p)}{d^2}$$

Keterangan:

n : Jumlah sampel

z : Skor z pada kepercayaan 95% = 1.96

p : Maksimal estimasi 0,5

d : alpha (0,1)/ atau toleransi error = 10%

Maka dari itu:

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5(1-0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 0,25}{0,01}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Sampel minimum yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 96,04 responden yang akan dibulatkan menjadi 100 responden. Kuesioner akan disebarikan secara online dengan menggunakan *google form* dengan melalui whatsapp, line, instagram, facebook dan email.

### Jenis Data

Penelitian ini menggunakan jenis data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber penelitian yaitu dengan memberikan kuesioner yang berupa pertanyaan seputar penelitian kepada responden yang menjadi objek pada penelitian ini. Kuesioner akan diberikan kepada mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi Universitas di Yogyakarta.

### Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

Pengambilan data dilakukan dengan memberikan kuesioner secara online dengan menggunakan *google form* yang disebarikan kepada responden. Kuesioner ini diukur menggunakan skala likert. Pada satu pertanyaan terdapat empat pilihan jawaban yaitu:

Sangat Tidak Setuju (STS)	= 1
Tidak Setuju (TS)	= 2
Setuju (S)	= 3
Sangat Setuju (SS)	= 4

Teknik analisis data penelitian ini yaitu analisis statistik deskriptif, uji kualitas data, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis. Data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner akan diolah menggunakan program SPSS 26.

### Analisis Data

Penelitian ini bersumber dari data primer yang didapatkan dengan menyebarkan kuesioner kepada mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi Perguruan Tinggi di Yogyakarta melalui mekanisme pemungutan sampel dengan teknik *convenience sampling*. Penelitian ini memerlukan waktu kurang lebih 30 hari untuk menyebarkan kuesioner secara online dan sampel yang terkumpul sebanyak 114 responden. Seluruh responden telah mengisi kuesioner secara lengkap dan benar, maka data dapat dianalisis lebih lanjut. Dengan rincian karakteristik responden dikelompokkan menurut jenis kelamin, usia, semester, program studi, perguruan tinggi, asal, dan domisili selama kuliah.

## ANALISIS DAN PEMBAHASAN

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengukur apakah variabel dependen dan variabel independen berdistribusi normal atau tidak (Ghozali, 2018). Pada umumnya model analisis regresi yang baik adalah data yang dimiliki terdistribusi dengan normal. Uji normalitas yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan metode *Kolmogorov Smirnov*. Pengujian data memiliki ketentuan, apabila nilai *Asymp.Sig. (2-tailed)* > 0,05 maka berarti terdistribusi normal.

		Unstandardized Residual
N		114
Normal Parameters	Mean	0,000000
	Std. Deviation	1,76867819
Most Extreme Differences	Absolute	0,059
	Positive	0,038
	Negative	-0,059
Test Statistic		0,059
Asymp.Sig. (2-tailed)		0,200

Hasil uji tabel 4.9 diatas, menunjukkan bahwa nilai *Asymp.Sig. (2-tailed)* adalah 0,200. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa data dalam model regresi ini terdistribusi normal karena *Asymp.Sig. (2-tailed)* > 0,05. Hasil diatas sesuai dengan pernyataan yang ada dalam uji asumsi klasik menurut (Ghozali, 2018).

#### Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen dan model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen (Ghozali, 2018). Pada penelitian ini menggunakan pengujian dengan cara mencari *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance*. Adapun nilai *Tolerance* > 0,10 atau VIF < 10 maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas antar variabel tersebut.

Variabel	Kriteria <i>Collinearity Statistics</i>		<i>Collinearity Statistics</i> Hitung		Keterangan
	<i>Tolerance</i>	VIF	<i>Tolerance</i>	VIF	
Pengetahuan Investasi	0,10	10,00	0,553	1,807	Tidak terjadi Multikolinieritas
Kebijakan Modal Minimum	0,10	10,00	0,583	1,716	Tidak terjadi Multikolinieritas
Literasi Keuangan	0,10	10,00	0,839	1,193	Tidak terjadi Multikolinieritas
<i>Social Media</i> <i>Influencer</i>	0,10	10,00	0,812	1,231	Tidak terjadi Multikolinieritas

Berdasarkan pada tabel 4.10 di atas, menunjukkan bahwa tidak adanya kesamaan antar variabel independen. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa model regresi tersebut tidak terjadi multikolinieritas. Dikarenakan nilai VIF dan *Tolerance* sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan.

### Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dengan tujuan untuk menguji apakah ada ketidaksamaan varian dari suatu residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Apabila varian dari suatu residual satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda. Maka terdapat gejala heteroskedastisitas dalam model regresi tersebut. Pada umumnya model regresi yang baik adalah model regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk menguji heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan uji *Glejser*. Adapun kriteria yang digunakan yaitu apabila nilai signifikansi (Sig.) > 0,05 maka, tidak terjadi heteroskedastisitas.

Variabel	Kriteria Sig.	Sig.	Keterangan
Pengetahuan Investasi (X1)	0,05	0,160	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Kebijakan Modal Minimum (X2)	0,05	0,313	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Literasi Keuangan (X3)	0,05	0,839	Tidak terjadi heteroskedastisitas
<i>Social Media</i> <i>Influencer</i> (X4)	0,05	0,252	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Berdasarkan tabel 4.11 di atas menunjukkan bahwa variabel independen yaitu pengetahuan investasi, kebijakan modal minimum, literasi keuangan, dan *social media influencer* memiliki nilai signifikansi di atas 0,05 yang artinya tidak terjadi heteroskedastisitas.

### Uji Hipotesis

#### Analisis Regresi Linear Berganda

Pengujian analisis regresi linear berganda bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara variabel independen yaitu pengaruh investasi, kebijakan modal minimum, literasi keuangan, dan *social media influencer* terhadap variabel dependen yaitu minat berinvestasi.

Variabel	Prediksi	<i>Unstandardized</i> <i>Coefficients</i>	Sig.t	Keterangan
		B		
Minat Investasi (Y)		-0,631	0,729	
Pengetahuan Investasi (X1)	(+)	0,336	0,036	H1 didukung
Kebijakan Modal Minimum (X2)	(-)	0,461	0,000	H2 tidak didukung
Literasi Keuangan (X3)	(+)	-0,005	0,946	H3 tidak didukung
<i>Social Media</i> <i>Influencer</i> (X4)	(+)	0,123	0,018	H4 didukung

Berdasarkan dari hasil perhitungan tabel 4.12 diatas, maka dapat diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = -0,631 + 0,336X_1 + 0,461X_2 + -0,005X_3 + 0,123X_4$$

Dari persamaan regresi diatas, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: konstanta yaitu nilai konstanta sebesar  $-0,631$  yang menunjukkan bahwa apabila variabel independen tidak mengalami perubahan atau belum dipengaruhi, maka besarnya minat investasi akan bernilai  $-0,631$ . Pengetahuan Investasi ( $X_1$ ) yaitu nilai koefisien regresi pengetahuan investasi adalah sebesar  $0,336$  yang artinya jika pengetahuan investasi meningkat sebesar satu persen, maka nilai minat investasi akan meningkat sebesar  $0,336$  dengan asumsi seluruh variabel independen yang lain konstan.

Kebijakan Modal Minimum ( $X_2$ ) yaitu nilai koefisien regresi kebijakan modal minimum adalah sebesar  $0,461$  yang artinya jika pengetahuan investasi meningkat sebesar satu persen, maka nilai minat investasi akan meningkat sebesar  $0,461$  dengan asumsi seluruh variabel independen yang lain konstan. Literasi Keuangan ( $X_3$ ) yaitu nilai koefisien regresi literasi keuangan adalah sebesar  $-0,005$  yang artinya jika pengetahuan investasi meningkat sebesar satu persen, maka nilai minat investasi akan meningkat sebesar  $0,005$  dengan asumsi seluruh variabel independen yang lain konstan.

*Social Media Influencer* ( $X_4$ ) yaitu nilai koefisien regresi *social media influencer* adalah sebesar  $0,123$  yang artinya jika pengetahuan investasi meningkat sebesar satu persen, maka nilai minat investasi akan meningkat sebesar  $0,123$  dengan asumsi seluruh variabel independen yang lain konstan.

### Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel independen yang mempengaruhi variabel dependen. Hal ini dapat dilihat dari nilai tersebut antara nol sampai dengan satu. Apabila nilai tersebut mendekati satu, maka semakin besar juga pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen.

<i>Adjusted R Square</i>	Keterangan
0,382	Variabel independen berpengaruh sebesar 38 % terhadap variabel dependen.

Dari tabel 4.13 diatas, menunjukkan nilai *Adjusted R Square* yaitu sebesar  $0,382$  atau  $38\%$  yang dapat diartikan bahwa model regresi penelitian minat investasi dapat dijelaskan dengan variabel pengetahuan investasi, kebijakan modal minimum, literasi keuangan, dan *social media influencer* sebesar  $38\%$  sisanya sebesar  $62\%$  dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.

### Uji F

Uji F bertujuan untuk menguji apakah variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen. Adapun syarat uji F yaitu apabila nilai signifikansi lebih kecil dari  $0,05$ , maka artinya nilai tersebut merupakan model regresi baik.

F	Signifikansi	Keterangan
18,498	0,000	Model Regresi Baik

Berdasarkan hasil uji F pada tabel 4.14 diatas, dapat diketahui bahwa nilai F yaitu  $18,498$  dan nilai signifikan sebesar  $0,000$  yang artinya nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari  $0,05$ . Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Hal tersebut menunjukkan bahwa setiap perubahan pada seluruh variabel independen meliputi pengetahuan investasi, kebijakan modal minimum, literasi keuangan, dan *social media influencer* secara bersama-sama akan mempengaruhi minat investasi atau variabel dependen.

## Pembahasan

Hasil hipotesis penelitian pengaruh pengetahuan investasi terhadap minat investasi yaitu berdasarkan hasil penelitian menggunakan analisis regresi linier berganda membuktikan bahwa pengetahuan investasi berpengaruh terhadap minat investasi pada mahasiswa secara positif dan signifikan. Dengan ini hipotesis pertama didukung, hal ini berarti dengan tingginya pengetahuan investasi maka minat investasi akan tumbuh secara signifikan. Sesuai dengan teori *perceived behavior control* dimana minat dapat mempengaruhi mahasiswa untuk berinvestasi. Hal ini dikarenakan pengetahuan investasi yang memadai sangat diperlukan.

Mahasiswa dapat menilai kinerja perusahaan yang bersangkutan untuk beberapa tahun belakang, seperti analisis fundamental maupun analisis teknikal. Pengetahuan investasi akan membantu mahasiswa untuk menentukan investasi yang sesuai dan meminimalisir kerugian saat berinvestasi di pasar modal. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mahdi et al. (2020) yang menyimpulkan bahwa pengetahuan investasi berpengaruh terhadap minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal. Marlin (2020) mengatakan bahwa secara parsial pengetahuan investasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat investasi mahasiswa.

Pengaruh kebijakan modal minimum terhadap minat investasi yaitu berdasarkan hasil penelitian menggunakan analisis regresi linier berganda membuktikan bahwa kebijakan modal minimum berpengaruh terhadap minat investasi pada mahasiswa secara positif dan signifikan. Dengan ini hipotesis kedua tidak didukung, hal ini berarti modal awal investasi yang tinggi, maka akan semakin tinggi minat mahasiswa untuk berinvestasi. Dengan modal awal yang besar mahasiswa beranggapan akan mendapatkan *return* yang lebih besar dan begitu sebaliknya. Maka dari itu mahasiswa tidak terlalu terlalu berminat dengan kebijakan modal awal investasi yang rendah.

Menurut Mahdi et al. (2020) bahwa saat ini investor sudah tidak lagi mempertimbangkan faktor-faktor umum sebelum berinvestasi contohnya seperti *trend* harga saham, tetapi faktor lain yaitu seperti *professional recommendation* atau para ahli bidang investasi yang dapat membantu investor yang belum berpengalaman dalam menentukan suatu investasi. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Aini et al. (2019) yang menyatakan bahwa pengambilan keputusan keuangan untuk kegiatan investasi bukan dipengaruhi besarnya modal minimum investasi. Mahdi et al. (2020), Amrul & Wardah (2020) menyimpulkan bahwa modal minimum investasi berpengaruh positif terhadap minat investasi mahasiswa di pasar modal.

Pengaruh literasi keuangan terhadap minat investasi yaitu berdasarkan hasil penelitian menggunakan analisis regresi linier berganda membuktikan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap minat investasi pada mahasiswa. Dengan ini hipotesis ketiga tidak didukung, hal ini berarti tinggi atau rendahnya literasi keuangan tidak akan mempengaruhi besar atau kecilnya minat investasi mahasiswa. Mahasiswa merupakan investor pemula sehingga banyak yang mempunyai toleransi yang sangat rendah terhadap resiko. Hal ini karena belum adanya pengalaman yang memadai.

Maka dari walaupun mahasiswa memiliki literasi keuangan yang cukup baik belum dapat dipastikan mereka akan melakukan investasi. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Ladamay et al. (2021) dan Rodiyah (2019) yang menyimpulkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berinvestasi mahasiswa di pasar modal. Namun penelitian ini tidak sejalan dengan hasil yang diperoleh dalam penelitian Hutasoit & Ginting (2021), Tehupelasuri et al. (2021), Hasanah et al. (2022) yang mengatakan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif terhadap minat berinvestasi mahasiswa.

Pengaruh *social media influencer* terhadap minat investasi yaitu berdasarkan hasil penelitian menggunakan analisis regresi linier berganda membuktikan bahwa *social media influencer* berpengaruh terhadap minat investasi pada mahasiswa secara positif dan signifikan. Dengan ini hipotesis keempat didukung, hal ini berarti dalam penggunaan *social media influencer* yang baik dapat meningkatkan minat investasi mahasiswa.

Diikuti dengan pesatnya perkembangan teknologi di kalangan mahasiswa membuat *social media influencer* sangat berperan dalam menumbuhkan minat investasi mahasiswa. *Influencer* merupakan pihak yang mampu memberikan pengaruh pada pengikutnya yang mayoritas adalah generasi muda seperti mahasiswa. Dengan memiliki pengalaman dan keahlian dalam bidang investasi, maka semakin besar peran

*influencer* dalam tindakan mengambil keputusan mahasiswa untuk berinvestasi. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Ulmi et al. (2022); Fauzianti & Retnosari (2022); dan Firdhausa & Apriani (2021) yang menyatakan bahwa *social media influencer* mampu memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi mahasiswa.

## **SIMPULAN**

Penelitian ini dilakukan agar dapat mengetahui dan menganalisis pengaruh pengetahuan investasi, kebijakan modal minimum, literasi keuangan, *social media influencer* terhadap minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal. Populasi dalam penelitian ini merupakan mahasiswa Fakultas Ekonomi yang berada di Yogyakarta dengan kriteria yaitu mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi Universitas di Yogyakarta. Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka simpulan yang diperoleh adalah sebagai berikut: Pengetahuan investasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal. Hal ini dapat diartikan bahwa semakin besar pengetahuan investasi, maka akan semakin besar minat mahasiswa berinvestasi.

Kebijakan modal minimum berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal. Hal ini dapat diartikan bahwa semakin besar kebijakan modal minimum maka akan semakin besar minat mahasiswa berinvestasi. Literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal. Hal ini dapat diartikan bahwa besar atau kecil tingkat literasi keuangan tidak akan mempengaruhi minat mahasiswa berinvestasi. *Social media influencer* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal. Hal ini dapat diartikan bahwa semakin besar penggunaan *social media influencer* maka akan semakin besar minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal.

## **Implikasi Penelitian**

Berdasarkan hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa berinvestasi. Namun pada variabel pengetahuan investasi, kebijakan modal minimum, dan *social media influencer* berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa berinvestasi. Maka melalui penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai acuan bagi Bursa Efek Indonesia, Perguruan Tinggi, dan unit kegiatan mahasiswa dalam bidang investasi seperti KSPM (Kelompok Studi Pasar Modal) dapat memberikan peningkatan literasi keuangan agar mahasiswa memiliki literasi keuangan yang tinggi dan memberikan pelatihan terhadap mahasiswa, namun dapat dikemas dengan secara kreatif agar mahasiswa lebih berminat. Dengan seperti itu secara perlahan mahasiswa akan mempunyai literasi keuangan yang tinggi dan memiliki keberanian untuk melakukan investasi.

## **Keterbatasan Penelitian**

Berikut ini keterbatasan dalam melakukan penelitian yang menjadi kelemahan dan dapat berpengaruh terhadap hasil penelitian yaitu antara lain: pada penelitian ini tidak membedakan responden mahasiswa yang belum pernah sama sekali berinvestasi dan mahasiswa yang memang sudah mulai berinvestasi. Pada penelitian ini tidak membedakan responden yang sudah pernah mengambil mata kuliah terkait investasi dan responden yang belum pernah mengambil mata kuliah terkait investasi. Pada penelitian ini hasil perhitungan koefisien determinasi penelitian yaitu sebesar 38% yang mempengaruhi minat berinvestasi mahasiswa dari empat variabel independen penelitian ini.

## **Saran**

Berikut ini saran yang dapat diberikan penulis untuk penelitian di masa yang akan datang yaitu sebagai berikut: dapat membedakan responden yang sudah mulai berinvestasi dan mahasiswa yang belum pernah berinvestasi pada penelitian selanjutnya. Pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat membedakan responden yang sudah pernah mengambil mata kuliah terkait investasi dengan responden yang belum pernah mengambil mata kuliah terkait investasi. Dapat menambah atau mengganti variabel yang akan digunakan untuk penelitian selanjutnya yang dapat mempengaruhi variabel dependen. Dapat seperti besaran pendapatan, lingkungan mahasiswa, atau iklan investasi.

**DAFTAR REFERENSI**

- Abidin, F. (11 Januari 2021). “Edukasi Pasar Modal, BEI Bakal Rangkul *influencer* dan Selebriti”. IDX Chanel.com. <https://www.idxchannel.com/yuknabungsaham/edukasi-pasar-modal-bei-bakal-rangkul-influencer-dan-selebriti>
- Aini, N., Maslichah, & Junaidi. (2019). Pengaruh Pengetahuan dan Pemahaman Investasi, Modal Minimum Investasi, Return, Risiko dan Motivasi Investasi terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi di Pasar Modal (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Kota Malang). *E-Jra 08, 08(05)*, 28–52.
- Aji, B. P. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Motivasi, Manfaat Investasi dan Pengetahuan Investasi terhadap Minat Mahasiswa dalam Berinvestasi di Pasar Modal. *Skripsi*, 6.
- Ajzen, I. (2005). Attitudes, Personality & Behavior. In *Open University Press*.
- Ajzen, I. (2020). The Theory of Planned Behavior: Frequently Asked Questions. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2(4), 314–324.
- Amrul, R., & Wardah, S. (2020). Pengaruh Modal Minimal, Pengetahuan Investasi, dan Motivasi terhadap Minat Berinvestasi Mahasiswa di Pasar Modal. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi*, 7(E-ISSN 2406-9566), 55–68.
- Annur, C. M. (27 Mei 2022). “Jumlah Investor Pasar Modal Capai 8,62 Juta Orang hingga April 2022”. Databks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/05/27/jumlah-investor-pasar-modal-capai-862-juta-orang-hingga-april-2022#:~:text=Ini%20terlihat%20dari%20laporan%20Kustodian,sebanyak%207%2C48%20juta%20orang>.
- Darmawan, A., Kurnia, K., & Rejeki, S. (2019). Pengetahuan Investasi, Motivasi Investasi, Literasi Keuangan dan Lingkungan Keluarga Pengaruhnya terhadap Minat Investasi di Pasar Modal. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 8(2), 44–56.
- Deviyanti, L. P. A. E., Purnamawati, I. G. A., & Yasa, I. N. P. (2017). Pengaruh Norma Subjektif, Persepsi Return dan Literasi Keuangan terhadap Minat Mahasiswa untuk Berinvestasi Saham di Pasar Modal (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Program S1 Universitas Pendidikan Ganesha). *e-Journal S1 Ak Universitas Pendidikan Ganesha*, 8(2), 1–12.
- Dewi, N. N. S. R. T., Adnantara, K. F., & Asana, G. H. S. (2017). Modal Investasi Awal dan Persepsi Risiko dalam Keputusan Berinvestasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 2, 173–190.
- Fadli, A., & Wijayanto, A. (2020). Investment Training Moderates the Effect of Financial Literacy, Return and Risk on Investment Interest in Capital Markets. *Management Analysis Journal*, 9(1), 102–112.
- Fauzianti, A., & Retnosari. (2022). Pengaruh Modal Awal Investasi, Pengetahuan Investasi, Sosial Media Influencer terhadap Minat Investasi Mahasiswa Akuntansi Universitas Tidar. *Jurnal Sinar Manajemen*, 09(2337–8743), 26–35.
- Firdhaua, F., & Apriani, R. (2021). Pengaruh Platform Media Sosial terhadap Minat Generasi Milenial dalam Berinvestasi di Pasar Modal. *Supremasi Hukum*, 17, 96–103.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (2020). The Reasoned Action Approach. *Predicting and Changing Behavior: The Reasoned Action Approach*, 2009.
- Gede, I., Perdana, B. W., & Yasa, G. W. (2021). The Effect of Minimum Investment Capital, Financial Literacy Level, and Family Environment on Students Investment Interest in the Indonesian Capital Market. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research*, 5(E-ISSN: 2378-703X), 253–260. [www.ajhssr.com](http://www.ajhssr.com)
- Ghozali, I. (2018). Ghozali 2018. In *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.

- Halim, A. (2003). *Analisis Investasi Edisi 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hasanah, F., Wahyuningtyas, E. T., & Susesti, D. A. (2022). Dampak Motivasi Investasi, Persepsi Resiko, literasi dan Efikasi Keuangan terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi di Pasar Modal. *Jurnal Akuntansi UNESA*, 2, 1–10.
- Hikmah, & Rustam, T. A. (2020). Pengetahuan Investasi, Motivasi Investasi, Literasi Keuangan dan Persepsi Resiko terhadap Minat Investasi Pada Pasar Modal. *SULTANIST: Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 8(2), 131–140.
- Hudders, L., De Jans, S., & De Veirman, M. (2021). The Commercialization of Social Media Stars: A Literature Review and Conceptual Framework on the Strategic use of Social Media Influencers. *International Journal of Advertising*, 40(3), 327–375.
- Hutasoit, A. H., & Ginting, L. T. (2021). Effect of Information Technology, Investment Knowledge and Financial Literacy Millennial Generation Of Interest Invest in Capital Market. *Jurnal Mantik*, 5(E-ISSN 2685-4236), 1700–1707.
- Kencana, M. R. (26 Juni 2020). "70 Persen Investor Milenial Kuasai Pasar Modal Indonesia". Liputan 6: <https://www.liputan6.com/saham/read/4289768/70-persen-investor-milenial-kuasai-pasar-modal-indonesia>
- Kuncoro, M. (2003). Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi, Jakarta Erlangga. *Jakarta: Erlangga*.
- Ladamay, A. Z. F., Supriyanto, T., & Nugraheni, S. (2021). Pengaruh Media Sosial, Literasi Keuangan, Risiko, Imbal Hasil, dan Religiusitas terhadap Minat Berinvestasi Sukuk Generasi Z di Jakarta. *Islamic Economics Journal*, 7, 161.
- Mahdi, S. A., Jeandery, G., & Wahid, F. A. (2020). Pengetahuan, Modal Minimal, Motivasi Investasi dan Minat Mahasiswa Untuk Berinvestasi di Pasar Modal. *Jurnal Ekonomi, Akuntansi dan Manajemen Multiparadigma*, 1(E-ISSN 2686-4932), 44–55.
- Manik, E., & Usman, O. (2021). The Influence of Motivation, Knowledge and Technology Advancement on Investment Interest of Jakarta State University Students in the Capital Market. *SSRN Electronic Journal*, 1–13.
- Marlin, K. (2020). Pengaruh Pengetahuan Investasi, Persepsi Return, dan Motivasi Investasi terhadap Minat Investasi pada Galeri Investasi Syariah Bursa Efek Indonesia IAIN Batusangkar. *Jurnal Ilmiah Indonesia*, 5(e-ISSN: 2548-1398).
- Moore, R., & Burrus, J. (2019). Predicting STEM Major and Career Intentions With the Theory of Planned Behavior. *Career Development Quarterly*, 67, 139–155.
- Ningrum, S. (13 Desember 2021). "Peran Generasi Muda dalam Perkembangan Investasi Syariah di Era Society 5.0". *Republika.co.id*. <https://retizen.republika.co.id/posts/19451/peran-generasi-muda-dalam-perkembangan-investasi-syariah-di-era-society-5-0>
- Nisa, A., & Zulaika, L. (2017). Pengaruh Pemahaman Investasi, Modal Minimal Investasi dan Motivasi terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi di Pasar Modal. *Jurnal Penelitian Teori & Terapan Akuntansi*, 2(E-ISSN 2528-2581), 22–35.
- Pratiwi, D. T. (2020). Pengaruh Pengetahuan Investasi, Modal Awal Investasi, dan Social Media Influencer terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi di Pasar Modal. *Skripsi*.
- Riduwan, & Akdon. (2020). Rumus dan Data dalam Analisis Data Statistika. In *Alfabeta*.
- Rodiyah, F. (2019). Korelasi Pengetahuan Investasi, Literasi Keuangan, Pelatihan Pasar Modal dan Minat Mahasiswa Berinvestasi di Galeri Investasi Syariah. *Jibbiq: jurnal ekonomi, keuangan dan perbankan syariah*, 3(1), 17–37.
- Seni, N. N. A., & Ratnadi, N. M. D. (2017). Theory of Planned Behavior untuk Memprediksi Niat Berinvestasi. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 6(ISSN : 2337-3067), 4043–4068.

- Shofwa, Y. (2017). Pengaruh Motivasi dan Literatur Keuangan Terhadap Minat Berinvestasi di Pasar Modal (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purwokerto. *18*(ISSN 1411-5875).
- Siri, G. R., & Meirini, D. (2021). Pengaruh Modal Investasi, Teknologi yang Memadai, dan Motivasi Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi di Pasar Modal. *SOSEBI: Jurnal Penelitian Mahasiswa Ilmu Sosial, Ekonomi, dan Bisnis Islam*, *1*(1).
- Sivaramakrishnan, S., Srivastava, M., & Rastogi, A. (2017). Attitudinal Factors, Financial Literacy, and Stock Market Participation. *International Journal of Bank Marketing*, *35*(5), 818–841.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D). In *Metodelogi Penelitian*.
- Suprihati, & Pradanawati, S. L. (2020). The Influence of Knowledge, Investment Motivation and Investment Understanding on Student Interest To Invest in the Capital Market. *Business and Accounting Research (IJEBAAR) Peer Reviewed-International Journal*, *Vol.4*(No.4), 1037.
- Taufiqoh, E., Nur, D., & Junaidi. (2019). Pengaruh Norma Subjektif, Motivasi Investasi, Pengetahuan Investasi, Persepsi Return dan Literasi Keuangan terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi Saham di Pasar Modal. *E-Jra*, *08*(05), 1–13.
- Tehupelasuri, N. B., Askandar, N. S., & Mahsuni, A. W. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan dan Perilaku Keuangan terhadap Minat Investasi Mahasiswa FEB Universitas Islam Malang. *Jurnal Riset Akuntansi*, *10*, 52–59.
- Ulmi, A. T., Pahlevi, C., dan Sobarsyah, M. (2022). The Influence of Social Media Influencer on Students' Interest in Investing in the Capital Market. *Hasanuddin Journal of Business Strategy*, *4*(1), 25–31.
- Wardani, D. K., & Supiati. (2020). Pengaruh Sosialisasi Pasar Modal dan Persepsi atas Risiko terhadap Minat Investasi Mahasiswa di Pasar Modal. *Jurnal Akuntansi*, *12*(E-ISSN: 2598-4877), 13–22.
- Zhou, S., Barnes, L., McCormick, H., & Blazquez Cano, M. (2021). Social Media Influencers' Narrative Strategies to Create Ewom: A Theoretical Contribution. *International Journal of Information Management*, *59*(November), 102293.