

Pengaruh Influencer Saham, Motivasi Investasi, dan Pengetahuan Investasi terhadap Minat Investasi Saham pada Mahasiswa di Purwokerto

by Dewi Listiani

Submission date: 21-Aug-2025 01:08PM (UTC+0700)

Submission ID: 2732750024

File name: cek_plagiarisme_dewi_pengaruh_influencer_sham.pdf (1.76M)

Word count: 5349

Character count: 35198

**PENGARUH *INFLUENCER* SAHAM, ¹¹MOTIVASI INVESTASI, DAN
PENGETAHUAN INVESTASI TERHADAP MINAT INVESTASI
PADA MAHASISWA DI PURWOKERTO**

²SKRIPSI

Diajukan Sebagai salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi
Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta



Disusun Oleh:

DEWI LISTIANI

212301007

**²PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI
YOGYAKARTA
2025**

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Investasi adalah suatu bentuk komitmen terhadap sejumlah uang atau sumber daya tertentu yang disediakan sekarang dengan tujuan menghasilkan keuntungan di kemudian hari (Tandelilin, 2010). Saat ini, terdapat berbagai bentuk investasi yang dapat dipilih, antara lain tabungan, emas, properti, serta instrumen keuangan seperti saham dan obligasi. Di antara pilihan tersebut, pasar modal menjadi alternatif pembiayaan yang memberikan keuntungan bagi sektor publik maupun swasta. Sejak kehadiran Bursa Efek Indonesia (BEI), investasi pasar modal semakin diminati karena kemudahan akses terhadap berbagai layanan yang tersedia (Bakhri, 2018).

Menurut Tandelilin (2010) ¹ pasar modal adalah tempat dimana instrumen keuangan jangka panjang seperti surat utang, ekuitas dan instrumen derivatif diperdagangkan. Peran ini menjadikan pasar modal tidak hanya sebagai sumber pendanaan bagi sektor swasta dan publik, tetapi juga sebagai indikator yang mencerminkan kepercayaan investor terhadap kondisi ekonomi suatu negara. Selain itu, keberadaan pasar modal turut mendorong efisiensi alokasi dana ke sektor-sektor produktif, sehingga berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan. Peran strategis pasar modal sebagai pendorong pertumbuhan ekonomi, karena menyediakan alternatif sumber pendanaan bagi perusahaan. Melalui pendanaan tersebut, perusahaan mampu meningkatkan skala operasionalnya, yang pada akhirnya dapat mendorong peningkatan laba serta kesejahteraan masyarakat. Sekarang ini, keberadaan investasi saham bukan lagi hal yang asing bagi masyarakat Indonesia. Tingkat ketertarikan masyarakat Indonesia terhadap aktivitas investasi pun tergolong cukup baik (Fatimah, 2020).

Perkembangan Pasar modal Indonesia menunjukkan peningkatan beberapa tahun terakhir. Hal ini ditandai dengan meningkatnya jumlah investor dari tahun ke tahun. Berdasarkan data statistik pasar modal Indonesia yang berasal dari PT Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI), jumlah investor yang tercatat melalui *Single Investor Identification* (SID) mengalami kenaikan yang signifikan, dari 12,17 juta pada tahun 2023 menjadi 14,87 juta pada akhir Desember 2024. Peningkatan ini mencerminkan adanya kesadaran dan ketertarikan yang semakin besar dari masyarakat terhadap aktivitas investasi, khususnya pada investasi saham. Menariknya, dari total jumlah investor tersebut, sebagian besar berasal dari kelompok usia muda, yaitu di bawah 30 tahun, yang mencapai 54,8%. Banyaknya investor yang didominasi generasi muda ini, memberikan sinyal kuat bahwa generasi muda menunjukkan kesadaran investasi. Fenomena ini menunjukkan bahwa generasi muda atau mahasiswa memiliki potensi yang besar untuk pertumbuhan pasar modal di masa depan (KSEI, 2024). Meskipun pasar modal Indonesia mengalami pertumbuhan positif, partisipasi masyarakat dalam investasi saham masih tergolong rendah. Hingga akhir Desember 2024, jumlah investor pasar modal di Indonesia mencapai 14,87 juta *Single Investor Identification* (SID). Jika dibandingkan dengan penduduk Indonesia yang berjumlah 281,6 juta jiwa pada pertengahan tahun 2024 maka rasio investor terhadap jumlah penduduk hanya sekitar 5,28% (BPS, 2024). Angka ini mencerminkan bahwa mayoritas masyarakat Indonesia belum terlibat dalam investasi pasar modal. Rendahnya tingkat keterlibatan masyarakat Indonesia dalam partisipasi investasi di pasar modal disebabkan oleh berbagai faktor.

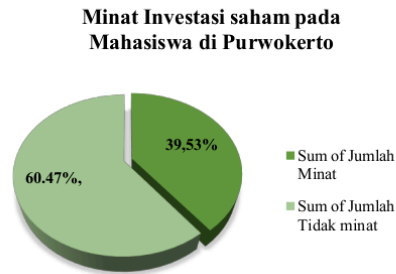
Salah satu pengaruh utama yang menyebabkan rendahnya partisipasi ini adalah kurangnya literasi masyarakat mengenai investasi. Theresia (2024) menemukan bahwa generasi muda masih memiliki keterbatasan dalam memahami instrumen dan mekanisme pasar modal, sehingga cenderung ragu atau belum siap untuk memulai investasi. Hal ini sejalan dengan temuan Rizal Fauzan Adhima *et al.*, (2024) yang mengungkapkan bahwa sebagian besar masyarakat belum mengetahui dasar-dasar investasi, termasuk risiko dan potensi keuntungan, sehingga menghambat mereka untuk memiliki ketertarikan berinvestasi.

Kurangnya literasi dan pengetahuan tersebut menjadikan edukasi keuangan sebagai langkah yang penting dalam membentuk kesadaran dan minat masyarakat terhadap investasi.

Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan berbagai perguruan tinggi di Indonesia melakukan kerja sama dalam rangka meningkatkan pemahaman terkait investasi. Melalui kerja sama tersebut, BEI secara aktif mendorong peningkatan literasi dan edukasi pasar modal di lingkungan akademik. Salah satu bentuk konkret dari kerja sama ini adalah pendirian Galeri Investasi BEI di lingkungan kampus yang berfungsi sebagai pusat edukasi, tempat simulasi transaksi saham, serta sarana promosi investasi yang aman dan legal (Andriani & Pohan, 2019). Selain itu, BEI juga rutin mengadakan seminar, pelatihan, dan kuliah umum bekerja sama dengan dosen dan praktisi pasar modal guna memberikan pemahaman mendalam mengenai instrumen-instrumen investasi seperti saham, reksa dana, dan obligasi (Mulyadi & Oktapiani, 2021). Kegiatan lain seperti kompetisi simulasi *trading* saham dan pembentukan Kelompok Studi Pasar Modal (KSPM) turut memberikan pengalaman langsung yang menarik bagi mahasiswa, sehingga mendorong munculnya ketertarikan untuk terlibat langsung dalam aktivitas investasi (Leni Afrina *et al.*, 2024). Kemudahan dalam pembukaan rekening efek secara kolektif yang difasilitasi oleh BEI dan perusahaan sekuritas juga berperan penting dalam menurunkan hambatan teknis yang mungkin dihadapi calon investor muda.

Namun demikian, realitas di beberapa daerah menunjukkan bahwa peningkatan minat investasi di kalangan mahasiswa belum merata. Salah satu contohnya adalah Purwokerto, sebuah kota pendidikan di Jawa Tengah yang memiliki jumlah mahasiswa yang cukup besar yang menjadi tujuan banyak pelajar dan mahasiswa dari berbagai daerah. Kota ini dikenal memiliki lingkungan akademik yang cukup kuat, ditandai dengan keberadaan sejumlah perguruan tinggi ternama, baik negeri maupun swasta (Pratamasari *et al.*, 2024). Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) kabupaten Banyumas (2023) mencatat terdapat 59.045 jumlah mahasiswa aktif pada tahun akademik 2022/2023. Hasil survei awal

terhadap 129 mahasiswa menunjukkan bahwa hanya 39,5% mahasiswa yang berminat berinvestasi saham, mengindikasikan *gap* antara akses edukasi dan realisasi minat.



Gambar 1.1 Diagram Minat Investasi Pada Mahasiswa di Purwokerto

Hasil studi pendahuluan yang dilakukan terhadap 129 mahasiswa di Purwokerto menunjukkan bahwa 60,47% mahasiswa tidak memiliki minat untuk berinvestasi saham, artinya hanya 39,53% yang berminat. Temuan ini memperlihatkan bahwa tingkat minat mahasiswa terhadap investasi saham masih rendah, padahal mereka termasuk dalam kelompok usia yang mendominasi jumlah investor nasional.

Menurut Mappiare (1986) dalam Isticharoh dan Kardoyo (2020) Minat merupakan gabungan dari berbagai emosi, harapan, pendidikan, ketakutan, dan kecenderungan terhadap ketertaikan individu untuk membuat pilihan tertentu. Ketertarikan, keinginan, dan keyakinan terhadap sesuatu dapat memengaruhi minat, yang pada akhirnya berpengaruh pada pengambilan keputusan (Halimatus *et al.*, 2021). Minat investasi adalah ketertarikan dan perhatian seseorang untuk berpartisipasi dalam kegiatan yang berhubungan dengan investasi, tanpa adanya paksaan dari pihak lain, dan disertai dengan perasaan senang. Menurut survei awal yang telah dilakukan terhadap beberapa mahasiswa di Purwokerto, kebanyakan

dari mereka tidak memiliki minat terhadap investasi. Meskipun demikian, mereka merupakan generasi yang aktif di media sosial, yang berpotensi besar terpengaruh dengan *influencer* saham.

Minat investasi saham salah satunya dapat dipengaruhi oleh *influencer* saham. *Influencer* merupakan seseorang yang memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap pengikutnya. *Influencer* saham merupakan seseorang dengan pengikut banyak di media sosial dan memberikan pengetahuan terkait saham yang ada di Bursa Efek Indonesia (BEI). Fenomena kehadiran *influencer* saham ini menambah warna baru dalam dunia investasi, *Influencer* mampu memberikan pengaruh kepada pengikutnya agar tertarik terhadap konten yang dia buat (Pratiwi, 2020). Tidak semua *influencer* memiliki kemampuan yang memadai untuk memberikan informasi tentang saham dengan baik. Banyak *influencer* saham yang memberikan rekomendasi dan informasi tanpa didukung oleh analisis fundamental dan teknikal yang memadai karena mereka hanya fokus pada potensi keuntungan tanpa menjelaskan risiko yang mungkin terjadi. Sehingga diperlukan kehati-hatian dalam menerima informasi dari sosial media khususnya *influencer* saham agar dapat kritis dalam menerima informasi (Pahlevi, 2021).

Penelitian oleh Pratiwi (2020); Siswanti dan Triyanto (2023); Wulandari dan Rasmini (2024) memberitahu bahwa sosial media *influencer* berpengaruh positif terhadap minat investasi mahasiswa. Selaras dengan penelitian Fauzianti dan Retnosari (2022) bahwa *influencer* berpengaruh terhadap minat investasi pada mahasiswa akuntansi Universitas Tidar. Artinya bahwa dengan konten yang dibuat oleh *influencer* saham di media sosial dapat menumbuhkan minat mahasiswa dalam melakukan investasi. Berbeda dengan penelitian Sanutri *et al.*, (2024) Menunjukkan bahwa *Influencer* dan *self control* terbukti tidak berpengaruh terhadap keputusan investasi. Penelitian yang dilakukan oleh Cindiyasari *et al.*, (2024) juga menunjukkan hasil bahwa minat investasi tidak dipengaruhi oleh *influencer* keuangan dikarenakan beberapa *influencer* tidak jujur terhadap produk yang mereka promosikan atau saham yang mereka rekomendasikan.

Motivasi juga memiliki peranan yang penting dalam meningkatkan minat individu untuk berinvestasi, karena motivasi merupakan dorongan bagi seseorang untuk bertindak dan mengambil keputusan dalam mencapai tujuan tertentu (Nisa & Zulaika, 2017). Menurut Abidah dan Suryandani (2024) motivasi investasi merupakan dorongan yang berasal dari individu maupun orang lain, yang memengaruhi keinginannya untuk melakukan suatu tindakan yang berhubungan dengan aktivitas investasi. Motivasi sangat penting karena lingkungan yang baik dan dukungan keluarga pasti akan menumbuhkan minat mahasiswa dalam berinvestasi.

Abidah dan Suryandani (2024) dan Wulandari, (2020) memberikan hasil motivasi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa untuk berinvestasi di pasar modal. Selaras dengan penelitian Saputra (2018) memberikan hasil bahwa motivasi investasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat investasi. Peningkatan motivasi memiliki dampak yang signifikan terhadap minat investasi di kalangan mahasiswa. Mahasiswa yang menerima dorongan motivasi, terutama dari orang tua dan lingkungan sekitarnya, cenderung lebih tertarik untuk berinvestasi. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa individu yang ingin berinvestasi biasanya memerlukan dukungan dan rasa percaya diri. Berbeda dengan penelitian Nabilah dan Hartutik (2020) memberikan hasil bahwa motivasi investasi secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat investasi karena mahasiswa cenderung lebih terpacu pada manfaat dan potensi keuntungan daripada motivasi investasi. Penelitian yang dilakukan oleh Aini, (2019) dan Ramadhani dan Priantinih (2020) juga menunjukkan bahwa motivasi tidak berpengaruh positif terhadap minat investasi.

Selain motivasi investasi, minat investasi dapat dipengaruhi oleh pengetahuan investasi. Pengetahuan investasi adalah ilmu atau pengetahuan yang berhubungan dengan investasi, atau rangkuman teori-teori yang harus dimengerti atau dipahami mengenai risiko keuntungan dalam investasi dan berbagai manfaat lainnya (Sumaiya *et al.*, 2022). Dengan memiliki pengetahuan investasi bertujuan

untuk terhindar dari investasi yang merugikan atau penipuan (Isticharoh & Kardoyo, 2020). Semakin banyak pengetahuan seseorang tentang investasi, baik melalui studi maupun sosialisasi di pasar modal, maka semakin besar pula keinginannya untuk berinvestasi di pasar modal (Burhanudin *et al.*, 2021).

Beberapa penelitian sebelumnya oleh Fauzianti dan Retnosari (2022); Mastura *et al.* (2020); Negara dan Febrianto (2020) menunjukkan hasil pengetahuan seseorang tentang investasi memengaruhi minatnya dalam berinvestasi. Penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi, (2020); Siswanti dan Triyanto (2023) dan Wulandari (2020) juga menunjukkan hasil bahwa pengetahuan investasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi. Artinya, individu memiliki yang memiliki pengetahuan tentang analisis fundamental dan teknis membantu calon investor memilih investasi yang sesuai. Sedangkan penelitian Isticharoh dan Kardoyo (2020) dan Listyani *et al.* (2019) menunjukkan bahwa, pengetahuan investasi tidak memiliki pengaruh minat investasi mahasiswa. Penelitian yang dilakukan oleh Sagung *et al.*, (2023) juga menunjukkan bahwa pengetahuan investasi tidak Memberikan kontribusi yang signifikan dalam memengaruhi minat investasi. Ketika pengetahuan investasi yang dimiliki seseorang juga memikirkan risiko investasi maka minat terhadap investasi tersebut juga akan turun.

Peneliti menggunakan *Theory of Planned Behavior* (TPB) dan *Social Cognitive Theory* (SCT) sebagai landasan teoritis dalam penelitian ini karena kedua teori tersebut secara komprehensif mampu menjelaskan beberapa hal psikologis dan sosial yang memengaruhi minat dalam berinvestasi. Menurut TPB terdapat 3 komponen utama yang memengaruhi minat individu dalam bertindak yaitu *attitude behaviour toward*, *Subjectif norm*, dan *preceivide behaviour conrol*. Dalam konteks minat investasi, mahasiswa memandang investasi sebagai hal yang positif dan mendapat atau pengaruh sosial dari lingkungan sekitarnya, serta merasa mampu dalam menjalankan investasi, akan memiliki minat yang lebih tinggi memulainya (Ajzen, 1991).

Sementara itu, *Social Cognitive Theory (SCT)* menekankan bagaimana perilaku manusia dibentuk oleh komunikasi dua arah antara elemen-elemen perilaku dan pribadi, dan lingkungan sosial. Salah satu konsep utama dalam SCT adalah *self-efficacy*, merupakan kepercayaan seseorang terhadap kesanggupannya dalam melakukan tindakan secara efektif. Keyakinan ini sangat penting dalam membentuk minat mahasiswa untuk berinvestasi, terutama jika mereka memiliki pengetahuan, keahlian, dan kesiapan mental. Selain itu, SCT juga menggaris bawahi pentingnya *observational learning*, yaitu mengamati perilaku orang lain dalam proses belajar (Bandura, 2001). Dalam konteks ini, mahasiswa dapat mengembangkan minat investasi setelah mengamati pengalaman atau keputusan investasi orang lain.

Berdasarkan fenomena, masalah, dan hasil penelitian yang inkonsisten terkait minat investasi saham mahasiswa, peneliti tertarik mengetahui pengaruh *influencer*, motivasi investasi, dan pengetahuan investasi. Penelitian ini memiliki perbedaan dengan sebelumnya yaitu pada objek penelitian dan waktu penelitian. Untuk membuktikan hasil penelitian ini, peneliti ingin mengajukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Influencer* Saham, Motivasi Investasi, dan Pengetahuan Investasi terhadap Minat Investasi Saham pada Mahasiswa di Purwokerto”.

B. Rumusan Masalah

Berikut adalah rumusan masalah berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan:

1. Apakah *influencer* saham memberikan pengaruh positif terhadap minat mahasiswa Purwokerto untuk berinvestasi saham?
2. Apakah motivasi investasi berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa Purwokerto dalam investasi saham?
3. Apakah pengetahuan investasi berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa Purwokerto dalam investasi saham?

C. Tujuan Penelitian

Berikut adalah tujuan penelitian berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang sudah diuraikan:

1. Mengetahui apakah *influencer* saham berpengaruh positif terhadap minat investasi mahasiswa di Purwokerto.
2. Mengetahui apakah motivasi investasi berpengaruh positif terhadap investasi saham mahasiswa di Purwokerto.
3. Mengetahui apakah pengetahuan investasi berpengaruh positif terhadap investasi saham mahasiswa di Purwokerto.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat memperdalam pemahaman di bidang ekonomi, khususnya investasi, dengan melihat bagaimana faktor saham, motivasi, dan pengetahuan mempengaruhi minat mahasiswa dalam berinvestasi. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti lain yang ingin mengkaji lebih jauh tentang minat investasi.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi mahasiswa, diharapkan dapat memberikan pemahaman lebih mendalam tentang pentingnya pengetahuan investasi dan motivasi dalam mempengaruhi minat investasi. Selain itu penelitian ini diharapkan membuat mahasiswa lebih kritis dalam menerima informasi dari *influencer* saham.
- b. Bagi Universitas, hasil penelitian ini dapat menjadi dasar dalam mengembangkan program atau pelatihan terkait investasi pada mahasiswa.
- c. Bagi pemerintah dan regulator pasar modal, penelitian ini dapat memberikan masukan terkait peran *influencer* saham, sehingga pemerintah dapat memberikan regulasi yang tepat untuk *influencer* saham agar memberikan informasi yang relevan.

⁷⁵
E. Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian

Penelitian ini hanya meneliti populasi mahasiswa di Purwokerto, sehingga hasilnya tidak dapat dibandingkan dengan mahasiswa di seluruh Indonesia dan penelitian ini hanya mencakup variabel independen *Influencer* saham, motivasi investasi dan pengetahuan investasi yang menjadi fokus pada penelitian ini dan variabel dependen minat investasi saham pada mahasiswa.

PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI
YOGYAKARTA

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif. Menurut (Sugiyono, 2019). Metode penelitian kuantitatif yaitu strategi positivisme yang digunakan untuk mempelajari populasi atau suatu kelompok. Untuk menguji hipotesis yang dikembangkan, instrumen penelitian digunakan untuk pengumpulan data, dan analisis statistik dilakukan untuk analisis data. Jenis penelitian ini tidak bertujuan untuk membandingkan variabel antar sampel maupun mencari hubungan sebab-akibat antara variabel, melainkan lebih fokus pada pemaparan karakteristik atau gambaran dari suatu fenomena secara kuantitatif.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penelitian dilakukan pada perguruan tinggi di Purwokerto baik swasta maupun negeri.

2. Waktu Penelitian

Tabel 3.1 Jadwal Penelitian

No	Tahap Penelitian	Kegiatan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agt
1	Persiapan	Pengajuan Judul							
		Penyusunan dan Bimbingan Proposal							
2	Seminar Proposal	Pelaksanaan Seminar Proposal							

No	Tahap Penelitian	Kegiatan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agt
		Revisi Proposal setelah Seminar							
3	Pengumpulan Data	Penyusunan Instrumen dan Pengumpulan Data							
4	Pengolahan Data	Pengolahan dan Analisis Data							
5	Penyusunan Skripsi Akhir	Penyusunan Bab IV dan V + Revisi							
6	Sidang Skripsi	Sidang Pendadaran							

40

C. Definisi Operasional Variabel

1. Variabel Independen

Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel Independen

Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
<i>Influencer Saham</i>	<i>Influencer</i> saham merupakan individu yang memberikan edukasi kepada para	<ul style="list-style-type: none"> • Unggahan konten tentang saham • Tingkat kepercayaan kepada <i>influencer</i> saham • <i>Influencer</i> saham merupakan selebgram yang populer di Instagram 	Skala <i>likert</i> 1-4

Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
	pengikutnya mengenai investasi saham di pasar modal, khususnya yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (Saiang <i>et al.</i> , 2022).	(Pratiwi, 2020)	
Motivasi Investasi	Motivasi investasi adalah dorongan internal yang berasal dari individu, yang memberikan dorongan untuk melakukan tindakan yang berkaitan dengan aktivitas investasi. (Mastura <i>et al.</i> , 2020)	<ul style="list-style-type: none"> • Keinginan mencapai keamanan finansial • Keinginan mendapatkan keuntungan • Motivasi diri dan lingkungan sosial (Mastura <i>et al.</i>, 2020) 	Skala <i>likert</i> 1-4
Pengetahuan Investasi	Pengetahuan investasi	<ul style="list-style-type: none"> • Pemahaman tentang kondisi berinvestasi 	Skala <i>likert</i> 1-4

Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
	merupakan ilmu atau pengetahuan yang berhubungan dengan investasi menjadi begitu penting untuk para calon investor. (Isticharoh & Kardoyo, 2020)	<ul style="list-style-type: none"> • Pemahaman dasar penilaian saham • Pemahaman risiko investasi • Pemahaman tentang tingkat pengembalian saham (Mardiyana, 2019) 	

2. Variabel Dependen

Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel Dependen

Variabel	Definisi	Indikator	Skala Likert
Minat investasi	Minat berinvestasi dapat dipahami sebagai keinginan atau ketertarikan seseorang untuk terlibat dalam kegiatan investasi. (Pratiwi, 2020)	<ul style="list-style-type: none"> • Memiliki rasa tertarik untuk investasi di pasar modal • Mencari informasi terkait pasar modal • Keinginan untuk membuka akun sekuritas (Pratiwi, 2020) 	Skala <i>likert</i> 1-4

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan area umum yang mencakup item atau orang dengan kuantitas dan ciri-ciri tertentu yang dipilih peneliti untuk dianalisis dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019). Populasi yang diteliti yaitu mahasiswa aktif pada perguruan tinggi yang ada di Purwokerto.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari kuantitas dan ciri-ciri dari sebuah populasi. Ketika ukuran populasi terlalu besar dan peneliti menghadapi dana, waktu, dan sumber daya yang terbatas, maka peneliti dapat mengambil sampel yang mencerminkan karakteristik suatu populasi (Sugiyono, 2019). Teknik yang digunakan dalam mengambil sampel yaitu *random sampling*. Artinya, setiap komponen populasi diberikan kesempatan yang setara untuk dipilih sebagai sampel, dengan tujuan membantu mengurangi bias dan meningkatkan generalisasi hasil penelitian terhadap populasi mahasiswa. Sugiyono (2019) menyebutkan bahwa jumlah sampel yang layak dalam penelitian berjumlah 30-500 responden. Pada penelitian yang melakukan analisis dengan *multivariate* (korelasi atau regresi linear berganda) maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah indikator yang diteliti. Misalnya variabel penelitian ada 5 (Independen + dependen) maka jumlah anggota sampel adalah $10 \times 5 = 50$. Dalam penelitian ini jumlah variabel adalah 4 (3 independen + 1 dependen) sehingga jumlah minimal sampel yang digunakan adalah $10 \times 4 = 40$ sampel. Namun, untuk meningkatkan reliabilitas dan akurasi hasil analisis, penelitian ini menggunakan 357 responden, yang masih berada dalam rentang jumlah sampel yang layak (Sugiyono 2019).

E. Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen penelitian yang digunakan peneliti adalah skala *likert*. Skala ini digunakan untuk mengukur persepsi, sikap, dan pandangan seseorang atau kelompok terhadap suatu pernyataan (Sugiyono, 2019). Skala *likert* yang digunakan adalah modifikasi 1-4, yang tidak menyertakan opsi netral untuk meningkatkan validitas data. Kategori respons skala ini adalah: 1 : Sangat tidak setuju, 2 : Tidak setuju, 3 : Setuju dan 4 = Sangat setuju.

F. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data primer. Data primer yaitu data yang dikumpulkan langsung dari partisipan penelitian atau responden. Dengan kata lain, data yang dikumpulkan merupakan hasil pengukuran yang dilakukan langsung oleh peneliti pada sumber data (Sugiyono, 2019).

Pengumpulan data dilakukan oleh peneliti menggunakan angket atau kuesioner. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang meminta responden untuk menjawab pertanyaan. Kuesioner berupa *google form* yang disebar melalui sosial media *WhatsApp dan Instagram*. Teknik penyebaran kusioner dibantu dengan menggunakan teknik *snowball*, yaitu responden awal diminta untuk menyebar kuesioner kepada individu lain yang masuk ke dalam populasi penelitian (Sugiyono, 2019).

G. Teknik Analisa Data

Teknik analisis data adalah cara untuk menyederhanakan data menjadi informasi yang dapat dianalisis dan dipahami (Sugiyono, 2019). Teknik analisis data yang digunakan adalah data kuantitatif dengan pengujian hipotesis, yang mencakup penetapan hipotesis, uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolinearitas. Proses ini dilakukan dengan bantuan program IBM SPSS 25 untuk memastikan apakah variabel independen mempengaruhi variabel dependen.

1. Analisis statistik deskriptif

Statistik deskriptif digunakan sebagai sarana dalam memahami dan menjelaskan data yang telah kita kumpulkan. Dengan statistik ini, kita bisa menggambarkan data tersebut secara jelas dan sederhana, tanpa berusaha menarik kesimpulan yang berlaku untuk umum. Metode ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang jelas mengenai karakteristik data, seperti jumlah responden, nilai tertinggi dan terendah, rata-rata (*mean*), median, serta deviasi standar. Dengan demikian, peneliti dapat memahami distribusi dan pola yang terdapat dalam data yang telah dikumpulkan. Dalam statistik deskriptif tidak ada uji signifikansi, tidak ada margin kesalahan dan kesalahan generalisasi dikarenakan tidak bermaksud untuk membuat generalisasi (Sugiyono, 2019).

20

2. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Uji validitas berfungsi untuk mengevaluasi sejauh mana suatu item pernyataan dalam kuesioner mampu mengukur variabel yang dimaksud secara tepat (Ghozali, 2018). Peneliti menggunakan tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$) dalam melakukan uji validitas. Suatu item dikategorikan *valid* apabila nilai signifikansi (*p-value*) $< 0,05$ artinya adanya hubungan yang signifikan antara skor item dengan skor total variabel yang diukur (Ghozali, 2018).

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas bertujuan untuk mengevaluasi stabilitas dan konsistensi alat penelitian dalam menghasilkan data yang dapat dipercaya selama proses pengumpulan data (Ghozali, 2018). Pengujian ini diuji dengan nilai koefisien *Cronbach Alpha*. Sebuah Variabel dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* nya $> 0,70$ dan menunjukkan nilai positif (Ghozali, 2018). Kriteria penilaian reliabilitas secara rinci adalah sebagai berikut:

- 1) Variabel penelitian dianggap reliabel jika nilai *Alpha Cronbach* $> 0,70$

- 2) Variabel Penelitian dianggap tidak reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* < 0,7

3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk memastikan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian memenuhi persyaratan tertentu, sehingga hasil estimasi bersifat *valid* dan reliabel (Ghozali, 2018).

a. Uji Normalitas

Untuk memastikan bahwa data dalam penelitian ini berfungsi normal atau tidak, digunakan uji normalitas. Karena jumlah sampel lebih dari 50 responden, maka digunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Selain itu, analisis grafik seperti histogram dan normal P-P plot juga digunakan untuk mendukung hasil uji normalitas secara visual. Jika nilai signifikansi (*sig.*) > 0,05 artinya data terdistribusi normal (Ghozali, 2018).

b. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk mendeteksi apakah dalam model regresi terdapat korelasi antar variabel independen. Menurut Ghozali (2018) multikolinearitas dapat dideteksi melalui nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*. Multikolinearitas terjadi apabila *Tolerance* $\leq 0,10$ dan *VIF* ≥ 10 ; jika tidak, maka tidak terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan uji heteroskedastisitas adalah untuk menilai apakah ada perbedaan dalam varians residual antara pengamatan yang berbeda dalam model regresi (Ghozali, 2018). Heteroskedastisitas tidak terjadi jika *p-value* > 0,05 dan terjadi jika *p-value* < 0,05. Jika tidak terjadi heteroskedastisitas maka model tersebut dikatakan baik. Salah satu metode yang dapat

digunakan adalah uji *gleser*. Uji *gleser* dilakukan dengan meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel independen.

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda adalah metode untuk menentukan pengaruh beberapa variabel independen terhadap variabel dependen. Model regresi linier berganda digunakan untuk menjelaskan bagaimana variabel independen memengaruhi variabel dependen (Ghozali, 2018). Dengan menggunakan analisis regresi linier berganda, diprediksikan sejauh mana pengaruh variabel bebas yaitu *influencer* saham (X_1), motivasi investasi (X_2), dan pengetahuan investasi (X_3) terhadap variabel terikat yaitu minat mahasiswa Purwokerto terhadap investasi saham (Y).

Analisis dalam penelitian ini menggunakan model regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \epsilon$$

Keterangan:

- Y = Minat Investasi Saham
- X_1 = *Influencer* saham
- X_2 = Motivasi Investasi
- X_3 = Pengetahuan Investasi
- α = Konstanta
- $\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = Koefisien regresi untuk masing-masing variabel independen
- ϵ = *Error term* (kesalahan pengganggu)

35

5. Uji hipotesis

1. Uji koefisien determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) adalah Kemampuan model regresi untuk menjelaskan perubahan pada variabel terikat dapat dilihat melalui uji koefisien determinasi (R^2). Nilai R^2 ini bernilai 0 hingga 1. Jika nilai R^2

rendah, itu berarti variabel independen tidak terlalu efektif dalam menjelaskan variabel terikat. Namun, Jika nilai R^2 mendekati 1, dapat diasumsikan bahwa variabel independen hampir sepenuhnya menjelaskan perubahan variabel dependen (Ghozali, 2018).

2. Uji t

Uji t berguna dalam menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial (Ghozali, 2018). Uji t menunjukkan adanya pengaruh variabel bebas yaitu faktor pengaruh saham (X_1), motivasi investasi (X_2) dan pengetahuan investasi (X_3) secara parsial terhadap variabel terikat yaitu minat investasi saham pada mahasiswa di Purwokerto (Y). Untuk mengetahui pengaruh parsial masing-masing variabel, penelitian ini menggunakan signifikansi level 0,05 ($\alpha=5\%$). Jika nilai signifikansi $< 0,05$ dan koefisien regresi bernilai positif maka H_1 diterima dan H_0 di tolak, artinya variabel independen secara parsial berpengaruh positif terhadap variabel dependen, sebaliknya jika nilai signifikansi $> 0,05$ dan koefisien regresi bernilai negatif maka H_0 diterima dan H_1 di tolak, artinya variabel independen secara parsial tidak memiliki pengaruh positif terhadap variabel dependen.

Selain itu, uji t juga dapat diketahui dengan membandingkan antara t-tabel dengan t-hitung. T-tabel adalah nilai pembanding yang diambil dari distribusi t berdasarkan *degrees of freedom* (df) tertentu, yang ditentukan oleh rumus $df = n - k$ (di mana n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel). Jika t-hitung $<$ t-tabel dan hasil signifikansinya $< 0,05$ artinya variabel independen secara parsial memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Sedangkan jika t-hitung $>$ t-tabel dan hasil signifikansinya $> 0,05$ artinya variabel independen secara parsial tidak berpengaruh positif terhadap variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner secara daring (*online*) menggunakan *random* sampling dengan teknik *snowball* yang ditujukan kepada mahasiswa aktif yang sedang menempuh pendidikan di wilayah Purwokerto. Setelah data terkumpul, dilakukan pengolahan dan analisis menggunakan perangkat lunak SPSS versi 25. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui dan mengukur sejauh mana pengaruh *influencer* saham, motivasi berinvestasi, serta pengetahuan investasi terhadap minat mahasiswa dalam berinvestasi saham. Pendekatan ini dipilih untuk memberikan gambaran empiris mengenai faktor-faktor yang mendorong minat investasi di kalangan mahasiswa.

1. Hasil Identifikasi Karakteristik Responden

Penelitian ini melibatkan 410 responden yang mengisi kuesioner secara *online*. Setelah dilakukan proses penyaringan data, ditemukan bahwa 2 responden bukan populasi penelitian karena tidak berstatus sebagai mahasiswa yang berdomisili atau berkuliah di wilayah Purwokerto. Dengan demikian, jumlah responden dalam penelitian ini berjumlah 408 orang. Karakteristik responden dalam penelitian ini dijabarkan berdasarkan tiga indikator utama, yaitu asal perguruan tinggi, jenjang semester yang sedang ditempuh, sebagaimana ditampilkan dalam tabel 4.1 berikut:

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Universitas di Purwokerto

Nama Universitas	Jumlah	Persentase
Amikom Purwokerto	56	13.7%
BSI Kampus Purwokerto	11	2.7%
Universitas Jenderal Soedirman	97	23.8%
Stimik Widya Utama Purwokerto	2	0.5%
UIN Prof.K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto	155	38.0%

Nama Universitas	Jumlah	Persentase
Universitas Muhammadiyah Purwokerto	78	19.1%
Universitas Nadhatul Ulama Purwokerto	7	1.7%
Universitas Terbuka Purwokerto	2	0.5%
Jumlah	408	100.0%

Sumber: Data diolah (2025)

Tabel di atas menunjukkan distribusi responden berdasarkan asal universitas di wilayah Purwokerto. Responden paling banyak berasal dari UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto sebanyak 155 orang (38.0%), diikuti oleh Universitas Jenderal Soedirman sebanyak 97 orang (23.8%), serta Universitas Muhammadiyah Purwokerto sebanyak 78 orang (19.1%). Responden lainnya berasal dari Universitas Amikom Purwokerto (13.7%), BSI Kampus Purwokerto (2.7%), Universitas Nahdlatul Ulama Purwokerto (1.7%), STIMIK Widya Utama Purwokerto (0.5%), dan Universitas Terbuka Purwokerto (0.5%). Keberagaman asal universitas ini menunjukkan bahwa responden dalam penelitian tersebar dari berbagai perguruan tinggi yang berada di wilayah Purwokerto. Selain itu karakteristik mahasiswa juga berdasarkan mahasiswa aktif atau bukan, untuk menentukan apakah responden merupakan mahasiswa aktif berdasarkan semester responden. Tabel 4.2 menyajikan hasil identifikasi karakteristik responden berdasarkan status mahasiswa:

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Mahasiswa

Semester	Jumlah	Persentase
2	52	12.75%
4	134	32.84%
5	3	0.74%
6	106	25.98%
7	1	0.25%
8	105	25.74%
9	1	0.25%
10	5	1.23%
12	1	0.25%
Total	408	100%

Sumber: Data diolah (2025)

Responden dalam penelitian ini berasal dari berbagai tingkat semester, dengan distribusi terbanyak pada semester 4 (32,84%), semester 6 (25,98%), dan semester 8 (25,74%). Jumlah responden dari semester lainnya relatif lebih sedikit. Berdasarkan Permendikbud Nomor 3 Tahun 2020, masa studi maksimal untuk jenjang sarjana adalah 14 semester, sehingga seluruh responden dari semester 2 hingga semester 12 masih tergolong sebagai mahasiswa aktif.

2. Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk mengartikan data yang sudah terkumpul, tanpa bermaksud menarik kesimpulan yang bersifat umum atau inferensial. Statistik ini menyajikan data dalam bentuk ringkasan numerik, seperti nilai terendah, tertinggi, rata-rata dan standar deviasi nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, nilai tertinggi, dan nilai terendah, sehingga dapat menyajikan gambaran awal terhadap kecenderungan atau pola data yang diteliti (Ghozali, 2018).

Sebelum dilakukan analisis statistik lebih lanjut, data penelitian diperiksa terlebih dahulu untuk memastikan kelayakan analisis, salah satunya melalui deteksi *outlier*. *Outlier* adalah data atau observasi yang memiliki nilai ekstrem, yaitu nilai yang sangat kecil atau sangat besar dibandingkan dengan data lain, sehingga dapat memengaruhi hasil analisis statistik secara signifikan. *Outlier* diperbolehkan untuk meningkatkan kualitas data (Ghozali, 2018). Dari 408 responden, dilakukan uji normalitas menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov*. Hasil uji menunjukkan bahwa beberapa variabel tidak berdistribusi normal maka dilakukan penghapusan *outlier* dengan *diagnostic detection*. Setelah dilakukan penghapusan diperoleh 357 data yang telah memenuhi penyebaran normalitas. Jumlah sampel 357 sudah memenuhi syarat untuk dianalisis karena jumlah minimal sampel yang ditentukan adalah 40 sampel. Berikut tabel 4.3 menyajikan hasil analisis statistik deskriptif:

Tabel 4.3 Hasil Uji Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
<i>Influencer Saham</i>	357	6	20	16,75	2,542
Motivasi Investasi	357	5	20	16.69	2,463
Pengetahuan Investasi	357	5	20	16.79	2,567
Minat Investasi Saham	357	7	20	16.78	2.514

Sumber: Data diolah (2025)

Hasil Pengujian statistik berdasarkan tabel 4.3 dijelaskan sebagai berikut:

1. Hasil uji dekrptif dengan sampel 357 penelitian menunjukkan bahwa nilai minimum *influencer* saham adalah sebesar 6. Nilai maksimum sebesar 20. Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai *influencer* saham kisaran di antara 6 sampai 20 dengan nilai rata rata 16,75 dan nilai standar deviasi sebesar 2,542. Artinya, sebagian besar responden memberikkan penilaian yang tinggi terhadap peran *influencer* saham, pseperti konten yang mereka buat, kepercayaan mereka terhadap *influencer* dan analisis yang dilakukan oleh *influencer* dengan tingkat penyebaran jawaban yang tergolong sedang namun tetap relatif homogen atau tidak terlalu menyebar jauh dari rata-rata.
2. Hasil uji deskriptif dengan sample 357 menunjukkan bahwa nilai minimal motivasi investasi adalah sebesar 5. Nilai maksimum sebesar 20. Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai mottivasi investasi kisaran di antara 5 sampai 20 dengan nilai rata rata 16,68 dan nilai standar deviasi sebesar 2,463. Artinya Rata rata yang tinggi menunjukkan bahwa responden memiliki motivasi yang cukup kuat dalam melakukan investasi, baik itu karena dorongan meraih keuntungan, mencapai tujuan finansial tertentu, ataupun alasan keamanan keuangan di masa depan. Standar deviasi yang

tergolong sedang mengindikasikan bahwa jawaban responden cukup terkonsentrasi di sekitar rata-rata, atau dengan kata lain, responden memiliki persepsi yang cukup seragam terhadap motivasi mereka dalam berinvestasi.

3. Hasil pengujian uji dekriptif dengan sample 357 penelitian menunjukkan bahwa nilai terendah pengetahuan investasi adalah sebesar 5. Nilai tertinggi 20. Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai pengetahuan investasi berkisaran di antara 5 sampai 20 dengan nilai rata-rata 16,79 dan nilai standar deviasi sebesar 2,567. Artinya, rata rata menunjukkan bahwa responden memiliki tingkat pengetahuan investasi yang cukup tinggi, termasuk pemahaman mengenai risiko investasi, *return*, jenis instrumen saham, dan cara kerja pasar modal. Setandar deviasi menunjukkan kategori sedang dan menunjukkan bahwa tingkat variasi jawaban tidak terlalu besar, artinya sebagian besar responden memiliki tingkat pengetahuan yang mirip satu sama lain, meskipun terdapat sedikit perbedaan tingkat pemahaman antar responden.
4. Hasil pengujian uji deskriptif dengan sampel 357 menghasilkan nilai terendah minat investasi 7 dan tertinggi 20 dengan nilai rata-rata 16,78 dan nilai standar deviasi sebesar 2,514. Rata-rata yang tinggi menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki minat yang tinggi untuk melakukan investasi saham. Standar deviasi yang tergolong sedang menunjukkan bahwa tingkat variasi tanggapan relatif kecil, sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden memiliki minat investasi yang tinggi dan cenderung seragam.

3. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengevaluasi sejauh mana instrumen penelitian mampu mengukur *konstruk* yang dimaksud secara tepat

(Ghozali, 2018). Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan terhadap 357 responden dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 5% dan r-tabel diperoleh dari *degree of freedom* (df) = $n-2 = 355$, berdasarkan r-tabel untuk $df355$ maka nilai r-tabelnya adalah 0,104. Jika nilai signifikansi (*P-Value*) < 0,05 dan nilai r-hitung > r-tabel artinya terdapat hubungan yang signifikan antara skor item dengan skor total variabel yang di ukur. Berikut tabel 4.4 menyajikan hasil uji validitas penelitian ini:

Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas

Variabel	No. Item	R Hitung	Sig.	Keterangan
Influencer Saham (X1)	X1.1	0.760	0.000	Valid
	X1.2	0.768	0.000	Valid
	X1.3	0.729	0.000	Valid
	X1.4	0.795	0.000	Valid
	X1.5	0.705	0.000	Valid
Motivasi Investasi (X2)	X2.1	0.690	0.000	Valid
	X2.2	0.781	0.000	Valid
	X2.3	0.741	0.000	Valid
	X2.4	0.743	0.000	Valid
	X2.5	0.719	0.000	Valid
Pengetahuan Investasi (X3)	X3.1	0.743	0.000	Valid
	X3.2	0.772	0.000	Valid
	X3.3	0.782	0.000	Valid
	X3.4	0.755	0.000	Valid
	X3.5	0.733	0.000	Valid
Minat Investasi Saham (Y)	Y.1	0.757	0.000	Valid
	Y.2	0.748	0.000	Valid
	Y.3	0.725	0.000	Valid
	Y.4	0.761	0.000	Valid
	Y.5	0.763	0.000	Valid

Sumber : Data diolah (2025)

Pengujian memberikan hasil seluruh pertanyaan/pernyataan bernilai signifikansi 0,000 ($<0,05$) dan $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$, sehingga alat penelitian *valid* dapat digunakan.

79 b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berfungsi memastikan apakah alat pengukur tetap saat digunakan dalam kondisi yang sama pada saat proses pengumpulan data. Ketika pengukuran relatif dilakukan lebih dari satu kali, uji reliabilitas menunjukkan seberapa konsisten hasilnya (Ghozali, 2018). Jika nilai koefisiensi *Cronbach's Alpha* $> 0,07$ dan menunjukkan nilai positif maka dapat dikatakan reliabel. Berikut tabel 4.5 menyajikan hasil uji reliabilitas penelitian ini:

Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Standar Reliabel	Keterangan
<i>Influencer Saham (X1)</i>	0.808	0.70	Reliabel
Motivasi Investasi (X2)	0.787	0.70	Reliabel
Pengetahuan Investasi (X3)	0.814	0.70	Reliabel
Minat Investasi Paham (Y)	0.806	0.70	Reliabel

Sumber: Data diolah (2025)

Karena nilai *Cronbach's Alpha* pada tabel > 0.7 , terbukti semua butir pernyataan/pertanyaan memiliki nilai yang berada di dalam tingkat keandalan yang dapat diterima. Sehingga, setiap penggunaan alat dalam penelitian ini telah dianggap dapat dipercaya dan memadai untuk digunakan.

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Untuk mengetahui apakah data sampel tersebar secara normal atau tidak sehingga dilakukan uji normalitas. Asumsi ini terbukti dari kesalahan yang terdistribusi secara normal dalam regresi linier. Regresi yang baik

layak diuji secara statistik karena memiliki distribusi normal (Ghozali, 2018). Uji *Kolmogorov-Smirnov* digunakan untuk menentukan suatu data tersebar secara normal atau. Data dianggap terdistribusi normal jika nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05. Berikut tabel 4.6 menyajikan hasil uji normalitas:

Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas

<i>Asymp Sig. (2-tailed)</i>	Kriteria Sig.	Keterangan
0.200	0.05	Data Terdistribusi normal

Sumber: Data di Olah (2025)

Dari tabel tersebut diketahui bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar $0.200 > 0.05$. membuktikan bahwa data terdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas berguna mendeteksi hubungan langsung yang kuat antara variabel independen dalam suatu model regresi. Nilai VIF < 10 menunjukkan tidak adanya multikolinearitas, sedangkan nilai VIF > 10 menunjukkan adanya multikolinearitas (Ghozali, 2018). Berikut tabel 4.7 menyajikan hasil uji multikolinearitas penelitian:

Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel Independen	<i>Tolerance</i>	VIF	Keterangan
<i>Influencer Saham</i> (X1)	0.310	3.228	Tidak terjadi multikolinearitas
Motivasi Investasi (X2)	0.290	3.445	Tidak terjadi multikolinearitas
Pengetahuan Investasi (X3)	0.293	3.415	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: Data diolah (2025)

Dari hasil tersebut nilai VIF untuk semua variabel < 10 dan nilai *tolerance* > 0.10 maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan varians data yang substansial antar kelompok, digunakan uji heteroskedastisitas. Jika varians tidak konstan, terjadi heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas tidak terjadi jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 (Ghozali, 2018). Berikut tabel 4.8 menyajikan hasil uji heteroskedastisitas dalam penelitian:

Tabel 4.8 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel Independen	Sig. (p-value)	Keterangan
<i>Influencer</i> Saham	0.295	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Motivasi Investasi	0.360	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Pengetahuan Investasi	0.906	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: Data diolah (2025)

Berdasarkan hasil uji tersebut diketahui nilai signifikansi untuk semua variabel di atas dari 0,05 maka dapat disimpulkan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

5. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen yaitu *influencer* saham (X_1), motivasi investasi (X_2), dan pengetahuan investasi (X_3) terhadap variabel dependen yaitu minat investasi (Y). Berikut tabel 4.9 menyajikan hasil analisis regresi linear berganda:

Tabel 4.9 Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien B	Sig.
Konstanta	1,584	0,000
<i>Influencer</i> Saham (X_1)	0,323	0,000
Motivasi Investasi (X_2)	0,331	0,000
Pengetahuan Investasi (X_3)	0,254	0,000

Sumber: Data diolah (2025)

Untuk mengetahui pengaruh *Influencer* Saham (X_1), Motivasi Investasi (X_2), dan Pengetahuan Investasi (X_3) terhadap Minat Investasi Saham (Y), dilakukan analisis regresi linear berganda dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3$$

Berdasarkan pengolahan data, diperoleh persamaan berikut:

$$65 = 1,584 + 0,323X_1 + 0,331X_2 + 0,254X_3$$

Berikut adalah penjelasan persamaan regresi di atas :

- a. Nilai Konstanta 1,584 menunjukkan bahwa apabila variabel independen (X_1 , X_2 , X_3) bernilai nol, maka minat investasi saham akan tetap sebesar 1,584 satuan. Artinya nilai ini merupakan nilai dasar dari minat investasi tanpa pengaruh variabel lain.
- b. Nilai Koefisien X_1 sebesar 0,323, artinya minat investasi saham akan meningkat sebesar 0,323 setiap peningkatan 1 satuan pada *influencer* saham. Sehingga semakin tinggi pengaruh *influencer* saham maka minat investasi pada mahasiswa semakin tinggi.
- c. Nilai koefisien X_2 sebesar 0,331, artinya minat investasi saham akan meningkat sebesar 0,331 setiap peningkatan 1 satuan pada motivasi investasi saham. Sehingga semakin tinggi motivasi maka minat investasinya juga semakin tinggi.
- d. Nilai koefisien X_3 sebesar 0,254. Artinya, minat investasi saham akan meningkat sebesar 0,254 setiap peningkatan 1 satuan pada pengetahuan investasi saham. sehingga semakin tinggi pengetahuan investasi saham, minat investasi saham pada mahasiswa juga semakin tinggi.

B. Pengujian Hipotesis

1. Uji t

Dalam regresi linier berganda, uji t digunakan untuk menentukan apakah satu variabel independen secara signifikan memengaruhi variabel dependen setelah disesuaikan dengan variabel independen lainnya. Kontribusi

masing-masing variabel independen dianalisis secara terpisah dalam uji ini. (Ghozali, 2018). Berikut tabel 4.10 merupakan hasil uji t dalam penelitian:

Tabel 4.10 Hasil Uji t

Variabel Independen	Nilai t hitung	Sig. (<i>p-value</i>)
<i>Influencer</i> Saham (X1)	6,397	0,000
Motivasi Investasi (X2)	6,144	0,000
Pengetahuan Investasi (X3)	4,972	0,000

Sumber: Data diolah (2025)

Selanjutnya untuk menentukan nilai t-tabel pada tabel distribusi t dicari dengan menggunakan rumus $\alpha/2 = 0,05 = 0.025$ dengan derajat bebas $N-k-1$ yaitu $457 - 3 - 1 = 353$, sehingga t-tabel 1.967. Jika nilai t-hitung $>$ t tabel dan nilai signifikansi $<$ 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel tersebut berpengaruh signifikan.

- a. Nilai t-hitung dari *influencer* saham sebesar $6,397 >$ t-tabel dan *sig.* $<$ 0,05. Artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan *influencer* saham terhadap minat investasi saham pada mahasiswa.
- b. Nilai t-hitung dari motivasi investasi sebesar $6,144 >$ t-tabel dan *sig.* $<$ 0,05. Artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan antara motivasi investasi terhadap minat investasi mahasiswa.
- c. Nilai t-hitung pada variabel pengetahuan investasi sebesar $4,927 >$ t-tabel dan *sig.* $<$ 0,05. Artinya terdapat pengaruh positif signifikan pengetahuan investasi terhadap minat investasi pada mahasiswa.

2. Uji Koefisiensi Determinasi (R^2)

Untuk mengetahui kemampuan model regresi menjelaskan perubahan pada variabel terikat dapat dilihat melalui uji koefisiensi determinasi *Adjusted* (R^2). Nilai *Adjusted* R^2 berada pada rentan 0-10. Berikut tabel 4.10 menyajikan hasil uji koefisien determinasi:

Tabel 4.11 Hasil Uji Koefisiensi Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.845	0.715	0.712	1.349

Sumber: Data di olah (2025)

¹ Diketahui nilai *Adjusted R*² 0,712 atau 71,2%. Artinya sebesar 71,2% minat investasi saham dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen yaitu *influencer* saham, motivasi investasi dan pengetahuan investasi. Sisanya 28,8% dijelaskan oleh variabel lain.

²³

C. Pembahasan

1. Pengaruh *influencer* saham terhadap minat investasi saham pada mahasiswa di Purwokerto

Berdasarkan hasil uji hipotesis, diperoleh bahwa *influencer* saham memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi saham mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kualitas dan intensitas paparan terhadap konten yang dibagikan oleh *influencer*, semakin besar tingkat kepercayaan dan analisis *influencer* serta semakin mahasiswa kenal terhadap *influencer* Saham tersebut, maka semakin tinggi pula minat mahasiswa untuk melakukan investasi saham. Sehingga hipotesis pertama dari penelitian ini diterima yaitu *influencer* saham berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi.

⁷¹ Secara teoritis, temuan ini mendukung kerangka *Theory of Planned Behavior* (TPB), khususnya pada aspek norma subjektif, yaitu persepsi individu terhadap ekspektasi sosial dari orang-orang yang dianggap penting dalam pengambilan keputusan perilaku (Ajzen, 1991). Dalam konteks ini, *influencer* saham diposisikan sebagai pihak yang berpengaruh secara sosial dan informatif. Mahasiswa cenderung memandang *influencer* sebagai sumber yang kredibel, terutama apabila konten yang disampaikan bersifat edukatif, informatif, dan disertai dengan pengalaman nyata dalam berinvestasi (Pratiwi, 2020). Selain

itu, *Social Cognitive Theory* oleh Bandura, juga menjelaskan bahwa perilaku manusia terbentuk melalui proses pengamatan (*observational learning*), terutama ketika individu menyaksikan figur publik atau pengaruh sosial yang memperoleh hasil positif dari suatu tindakan. *Influencer* saham berperan sebagai model simbolik, dan ketika mahasiswa melihat konten yang menggambarkan keberhasilan finansial, strategi investasi, atau manfaat investasi lainnya, maka mereka akan terdorong untuk meniru perilaku tersebut (Dewi *et al.*, 2024). Kepercayaan terhadap *influencer* menjadi kunci utama dalam memperkuat efek observasi tersebut, karena semakin tinggi kepercayaan, semakin besar pula pengaruhnya terhadap sikap dan perilaku mahasiswa.

Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi (2020); Siswanti dan Triyanto (2023); Wulandari dan Rasmini (2024) yang menyatakan bahwa *influencer* saham berpengaruh positif terhadap minat investasi. Artinya bahwa dengan konten yang dibuat oleh *influencer* saham di media sosial dapat menumbuhkan minat mahasiswa dalam melakukan investasi.

12 2. Pengaruh motivasi investasi terhadap minat investasi saham pada mahasiswa di Purwokerto

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa motivasi investasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa dalam berinvestasi saham. Artinya Mahasiswa yang memiliki dorongan kuat dari dalam diri maupun lingkungan sosial baik berupa keinginan untuk mencapai kemandirian finansial, mempersiapkan masa depan, mendapatkan penghasilan harian dari *trading* saham, keinginan mendapatkan deviden dan *capital gain* serta pengaruh lingkungan sosial cenderung memiliki ketertarikan yang lebih tinggi terhadap aktivitas investasi. Hal ini mencerminkan bahwa motivasi merupakan salah satu faktor penting yang mendorong munculnya minat terhadap investasi saham pada mahasiswa di Purwokerto. Sehingga hipotesis kedua dalam penelitian ini

diterima yaitu motivasi investasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi saham pada mahasiswa di Purwokerto.

Dalam perspektif *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikemukakan oleh Ajzen (1991), motivasi mencerminkan sikap terhadap perilaku (*attitude toward the behavior*), yakni evaluasi individu terhadap manfaat dan risiko dari suatu tindakan. Mahasiswa yang memiliki pandangan positif terhadap investasi misalnya menganggap investasi sebagai cara yang efektif untuk mencapai tujuan finansial jangka panjang, tertarik karena lingkungan sekitar akan lebih cenderung memiliki niat untuk melakukannya (Masyhuri & Munir, 2024). Oleh karena itu, sikap positif yang dibentuk dari motivasi yang kuat akan memengaruhi kemunculan minat untuk berinvestasi. Selain itu, *Social Cognitive Theory* (SCT) oleh Bandura (1986) juga menempatkan motivasi sebagai bagian dari faktor personal yang berperan dalam pembentukan perilaku. Motivasi berkaitan dengan *self-efficacy*, yaitu keyakinan mahasiswa atas kemampuan dirinya untuk memahami, mengelola, dan menjalankan aktivitas investasi. Mahasiswa yang merasa yakin dan percaya diri bahwa mereka mampu mengelola investasi secara mandiri cenderung akan menunjukkan minat lebih besar terhadap kegiatan tersebut (Schunk & DiBenedetto, 2020).

Penelitian dari Sari *et al.* (2021) dan Wulandari (2020) menunjukkan hasil yang serupa bahwa motivasi investasi berpengaruh positif terhadap minat investasi. Artinya semakin tinggi seseorang memiliki motivasi investasi maka akan semakin tinggi minat terhadap investasi karena terdorong oleh diri sendiri ataupun orang lain yang sudah melakukan investasi.

3. Pengaruh pengetahuan investasi terhadap minat investasi saham pada mahasiswa di Purwokerto

Salah satu aspek penting yang memengaruhi minat mahasiswa dalam berinvestasi saham adalah tingkat keahlian investasi mereka. Temuan uji

hipotesis menunjukkan bahwa minat mahasiswa dalam berinvestasi di Purwokerto dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh pengetahuan mereka tentang investasi. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa lebih mungkin tertarik berinvestasi ⁴⁸ jika mereka memiliki pemahaman yang kuat tentang perencanaan prosedur, risiko, dan potensi ⁸⁵ imbal hasil pasar modal. Dengan demikian, hipotesis ketiga ⁸⁵ penelitian ini bahwa pengetahuan investasi secara signifikan dan positif memengaruhi ⁸⁵ minat investasi diterima.

⁴¹ Dalam kerangka *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikembangkan oleh Ajzen (1991), Pengetahuan investasi *perceived behavioral control*, yaitu persepsi individu terhadap ¹⁶ kemampuannya dalam melakukan suatu tindakan. Ketika mahasiswa merasa ¹⁶ memiliki pemahaman yang cukup tentang dunia investasi, mereka akan merasa lebih percaya diri untuk memulai aktivitas tersebut. Perasaan mampu dan siap ini secara langsung meningkatkan niat untuk ⁶³ melakukan investasi (Pratiwi, 2020). Selain itu, temuan ini juga relevan dengan ⁶³ *Social Cognitive Theory* (SCT) yang dikemukakan oleh Bandura (1986), di mana pengetahuan menjadi salah satu faktor personal kognitif yang berperan penting dalam membentuk *self-efficacy*. Mahasiswa yang merasa memiliki cukup pemahaman mengenai investasi akan memiliki kepercayaan diri (efikasi diri) yang lebih tinggi dalam menghadapi risiko dan mengambil keputusan investasi (Fatimah, 2020). Menurut Bandura (2001), *self-efficacy* merupakan penentu utama dalam proses belajar sosial dan pembentukan perilaku secara sadar.

⁴³ Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi, (2020); Siswanti dan Triyanto (2023) dan Wulandari (2020) menunjukkan hasil bahwa ¹ pengetahuan investasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi. Artinya, individu dengan pengetahuan tentang analisis fundamental dan teknis membantu calon investor memilih investasi yang sesuai.

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Kesimpulan penelitian berdasarkan hasil dan pembahasan yang sudah dilakukan yaitu:

1. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel *Influencer* saham memiliki tingkat signifikansi kurang dari 0,05 dan nilai t hitung 6,397 > t tabel. Hal ini menunjukkan bahwa keberadaan *influencer* saham berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi mahasiswa di Purwokerto. Minat investasi mahasiswa meningkat seiring dengan tingkat keterlibatan dan kepercayaan mereka.
2. Berdasarkan hasil pengujian, variabel motivasi investasi memiliki nilai t hitung sebesar 6,144, yang menunjukkan bahwa variabel ini berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap minat investasi saham mahasiswa Purwokerto. Minat investasi mahasiswa meningkat seiring dengan keinginan mereka untuk mencapai target keuangan atau mendapatkan pengakuan sosial.
3. Berdasarkan hasil pengujian, variabel pengetahuan investasi memiliki nilai t 4,927 > t tabel dan tingkat signifikansi < 0,05. Dengan demikian, minat investasi mahasiswa meningkat karena pengetahuan investasi yang berdampak baik dan signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa seiring bertambahnya pengetahuan siswa tentang dunia keuangan, termasuk risiko, pengembalian, dan dinamika pasar, minat mereka dalam investasi saham pun meningkat.

B. Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari masih terdapat keterbatasan-keterbatasan pada penelitian ini, yaitu:

1. Penelitian ini hanya dilakukan terhadap siswa di Purwokerto dan oleh karena itu tidak dapat digeneralisasikan ke siswa di daerah lain.

2. Karena pengisian kuesioner dilakukan secara daring, peneliti tidak dapat mengontrol lingkungan atau situasi ketika responden menjawab.

C. Saran

1. Disarankan penelitian selanjutnya memperluas cakupan wilayah penelitian agar hasilnya dapat dibandingkan dan digeneralisasikan pada mahasiswa di wilayah lain dengan latar belakang sosial berbeda serta menambah variabel lain bebas lai seperti *fomo*, pengaruh aturan BEI, dan pengendali dalam minat untuk berinvestasi saham.
2. Bagi perguruan tinggi, hasil penelitian ini dapat menjadi dasar pengembangan program pendidikan keuangan dan investasi yang lebih terstruktur, seperti seminar atau pelatihan dengan para pakar pasar modal dan pakar *Influencer* saham yang terpercaya.
3. Bagi pemerintah, diharapkan agar memberikan regulasi kepada *influencer* saham agar informasi yang mereka sebar merupakan informasi yang benar. Karena peran *influencer* saham berpengaruh positif terhadap minat investasi.

Pengaruh Influencer Saham, Motivasi Investasi, dan Pengetahuan Investasi terhadap Minat Investasi Saham pada Mahasiswa di Purwokerto

ORIGINALITY REPORT

24% SIMILARITY INDEX	21% INTERNET SOURCES	13% PUBLICATIONS	11% STUDENT PAPERS
--------------------------------	--------------------------------	----------------------------	------------------------------

PRIMARY SOURCES

1	repositori.usu.ac.id Internet Source	1%
2	Submitted to Konsorsium Perguruan Tinggi Swasta Indonesia II Student Paper	1%
3	eprints.uny.ac.id Internet Source	1%
4	jp.feb.unsoed.ac.id Internet Source	1%
5	Puji Rahmi Anandia, Ribut Wahidi. JUARA : Jurnal Olahraga, 2016 Publication	1%
6	es.scribd.com Internet Source	1%
7	lib.ibs.ac.id Internet Source	1%
8	japendi.publikasiindonesia.id Internet Source	<1%
9	Dede Sevi, Sri Mulyati, Asep Kurniawan. "THE EFFECT OF KNOWLEDGE OF ETHICS, RELIGIOSITY, ETHICAL SENSITIVITY, ETHICAL ORIENTATION TO ACCOUNTING STUDENTS PERCEPTION OF CREATIVE ACCOUNTING	<1%

PRACTICES", ACCRUALS (Accounting Research
Journal of Sutaatmadja), 2021

Publication

10	eprints.pancabudi.ac.id Internet Source	<1 %
11	eprints.uad.ac.id Internet Source	<1 %
12	e-jurnal.unisda.ac.id Internet Source	<1 %
13	repofeb.undip.ac.id Internet Source	<1 %
14	repositorybaru.stieykpn.ac.id Internet Source	<1 %
15	www.researchgate.net Internet Source	<1 %
16	Submitted to Universitas Islam Indonesia Student Paper	<1 %
17	Submitted to Universitas Muhammadiyah Palembang Student Paper	<1 %
18	journal.student.uny.ac.id Internet Source	<1 %
19	lib.unnes.ac.id Internet Source	<1 %
20	repository.uinsu.ac.id Internet Source	<1 %
21	Submitted to UIN Sunan Ampel Surabaya Student Paper	<1 %
22	repository.unsri.ac.id Internet Source	<1 %

23	repository.usd.ac.id Internet Source	<1 %
24	Submitted to Universitas PGRI Semarang Student Paper	<1 %
25	Victor Devin Santoso, Noer Sasongko. "Pengaruh Motivasi Investasi, Pengetahuan Investasi, dan Media Sosial Terhadap Minat Investasi Pasar Modal Pada Mahasiswa", Jurnal EMT KITA, 2024 Publication	<1 %
26	eprints.kwikkiangie.ac.id Internet Source	<1 %
27	repository.ub.ac.id Internet Source	<1 %
28	repository.uinbanten.ac.id Internet Source	<1 %
29	Submitted to Universitas Muhammadiyah Surakarta Student Paper	<1 %
30	jurnal.unpand.ac.id Internet Source	<1 %
31	repository.stei.ac.id Internet Source	<1 %
32	www.journal.stimykpn.ac.id Internet Source	<1 %
33	www.pekerjadata.com Internet Source	<1 %
34	Submitted to Universitas Jenderal Soedirman Student Paper	<1 %
35	Submitted to Universitas Negeri Semarang Student Paper	<1 %

36	core.ac.uk Internet Source	<1 %
37	digilib.uinsby.ac.id Internet Source	<1 %
38	jurnal.penerbitseval.com Internet Source	<1 %
39	repository.iainpurwokerto.ac.id Internet Source	<1 %
40	www.coursehero.com Internet Source	<1 %
41	Rahil Imainul Aprilian, Wenni Anggita. "Pengaruh Mental Accounting dan Norma Subjektif terhadap Consumptive Behavior Gen Z dalam Menggunakan E-paylater (Studi Kasus pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi di Bangka Belitung)", Jurnal EMT KITA, 2025 Publication	<1 %
42	Submitted to Xi'an Jiaotong-Liverpool University Student Paper	<1 %
43	repository.um-palembang.ac.id Internet Source	<1 %
44	Bambang Sunatar, Muhammad Hendra, Suharmoko Suharmoko. "Pengaruh Pengetahuan Investasi dan Motivasi Investasi Terhadap Minat Berinvestasi Di Pasar Modal Syariah Pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah IAIN Sorong", POINT: Jurnal Ekonomi dan Manajemen, 2023 Publication	<1 %
45	Submitted to IAIN Purwokerto Student Paper	<1 %

46	journal.uc.ac.id Internet Source	<1 %
47	prin.or.id Internet Source	<1 %
48	Mohamad Bastomi, Nurhidayah Nurhidayah. "Faktor Penentu Minat Investasi di Pasar Modal Syariah: Studi Pada Generasi Z Kota Malang", Widya Cipta: Jurnal Sekretari dan Manajemen, 2023 Publication	<1 %
49	digilib2.unisayogya.ac.id Internet Source	<1 %
50	e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id Internet Source	<1 %
51	eprints.umm.ac.id Internet Source	<1 %
52	eprints.umpo.ac.id Internet Source	<1 %
53	etd.iain-padangsidimpuan.ac.id Internet Source	<1 %
54	repositori.telkomuniversity.ac.id Internet Source	<1 %
55	repository.unhas.ac.id Internet Source	<1 %
56	www.kompasiana.com Internet Source	<1 %
57	www.scribd.com Internet Source	<1 %
58	Hasrini Sari, Muhammad Rifky Adi Pradana. "Perancangan Strategi Pemasaran Galeri	<1 %

Investasi Berdasarkan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Intensi Investor untuk Berinvestasi", Jurnal Ilmiah Teknik Industri, 2018

Publication

59	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	<1 %
60	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	<1 %
61	etd.uinsyahada.ac.id Internet Source	<1 %
62	jems.ink Internet Source	<1 %
63	journal.uinjkt.ac.id Internet Source	<1 %
64	repo.stiemuhcilacap.ac.id Internet Source	<1 %
65	repository.umsu.ac.id Internet Source	<1 %
66	repository.unbari.ac.id Internet Source	<1 %
67	swa.co.id Internet Source	<1 %
68	www.scilit.net Internet Source	<1 %
69	123dok.com Internet Source	<1 %
70	Asah Wiari Sidiq, Asih Niati. "PENGARUH TINGKAT LITERASI KEUANGAN, SIKAP INDIVIDU TERHADAP MINAT INVESTASI SAHAM DI KALANGAN MAHASISWA S2	<1 %

71 Kalila Erianita Kusuma Wardhani, Dita Puruwita, Nofriska Krissanya. "Pengaruh Efikasi Diri, Sikap, dan Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Niat Berwirausaha Siswa Smkn 48 Jakarta", JAE (JURNAL AKUNTANSI DAN EKONOMI), 2025

Publication

72 Muhammad Muchlisinalahuddin Al Mubayin, Eko Widodo. "Pengaruh Literasi Keuangan, Perkembangan Teknologi Dan Risiko Investasi Terhadap Minat Invetasi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Kahuripan Kediri", Otonomi, 2022

Publication

73 Nurdiana Nurdiana, Muspa Muspa, Ashari Anshar. "Analisis Pengaruh Kemajuan Teknologi dan Risiko Investasi Terhadap Minat Investasi di Mediasi Pengetahuan Investasi Generasi Z di Pasar Modal Kota Makassar", POINT: Jurnal Ekonomi dan Manajemen, 2024

Publication

74 Yeni Nur Asrifah Yeni, Titi Rapini Titi Rapini, Riawan Riawan, Riawan Riawan. "Pengaruh Pengetahuan Investasi, Kemampuan Finansial, Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo", Jurnal Ecodemica : Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis, 2022

Publication

75	aimos.ugm.ac.id Internet Source	<1 %
76	christianyonathanlokas.wordpress.com Internet Source	<1 %
77	docplayer.info Internet Source	<1 %
78	dspace.uui.ac.id Internet Source	<1 %
79	ecampus.iainbatusangkar.ac.id Internet Source	<1 %
80	eprints.universitaspurabangsa.ac.id Internet Source	<1 %
81	journalpedia.com Internet Source	<1 %
82	jurnal.unmuhjember.ac.id Internet Source	<1 %
83	repository.ppns.ac.id Internet Source	<1 %
84	repository.uiad.ac.id Internet Source	<1 %
85	sultanist.ac.id Internet Source	<1 %
86	www.neliti.com Internet Source	<1 %
87	www.slideshare.net Internet Source	<1 %
88	www.stiepembnas.ac.id Internet Source	<1 %

89 Addiin Arrahmi, Nursanita. "PENGARUH PENGETAHUAN INVESTASI, MOTIVASI DAN INFLUENCER SAHAM TERHADAP MINAT INVESTASI GENERASI MILENIAL DI PASAR MODAL", Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Manajemen, 2023

Publication

<1 %

90 Indra Firdiyansyah, Putu Rani Susanthi, Asih Purwaka Sari, Rina Rina, Afrinanda Afrinanda, Kiki Wulandari, Nurul Yusyawiru. "Pelatihan Pasar Modal Memoderasi Pengetahuan Investasi dan Kemajuan Teknologi Terhadap Minta Investasi Mahasiswa", Bahtera Inovasi, 2024

Publication

<1 %

91 Ni Putu Widiastuti, Surya Nugraha, Kadek Nanik Arismawati. "PENGARUH TINGKAT SUKU BUNGA, LEVERAGE, PROFITABILITAS, DAN LIKUIDITAS TERHADAP RETURN SAHAM", Journal of Applied Management Studies, 2022

Publication

<1 %

92 Afifah Afifah, Farid Ardyansyah. "Analisis Minat Masyarakat Berinvestasi Emas Melalui Produk Pembiayaan Cicil Emas di Bank Syariah Indonesia Menggunakan Pendekatan Theory of Planned Behavior", Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah, 2023

Publication

<1 %

93 Rycha Amalia Garingging, Rahmayati Rahmayati. "Pengaruh Motivasi Investasi Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Investasi Saham Syariah Pada Mahasiswa Fakultas

<1 %

94

repository.radenintan.ac.id

Internet Source

<1 %

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off

UNIVERSITAS PERPUSTAKAAN
JENDERAL ACHMAD YANI
YOGYAKARTA