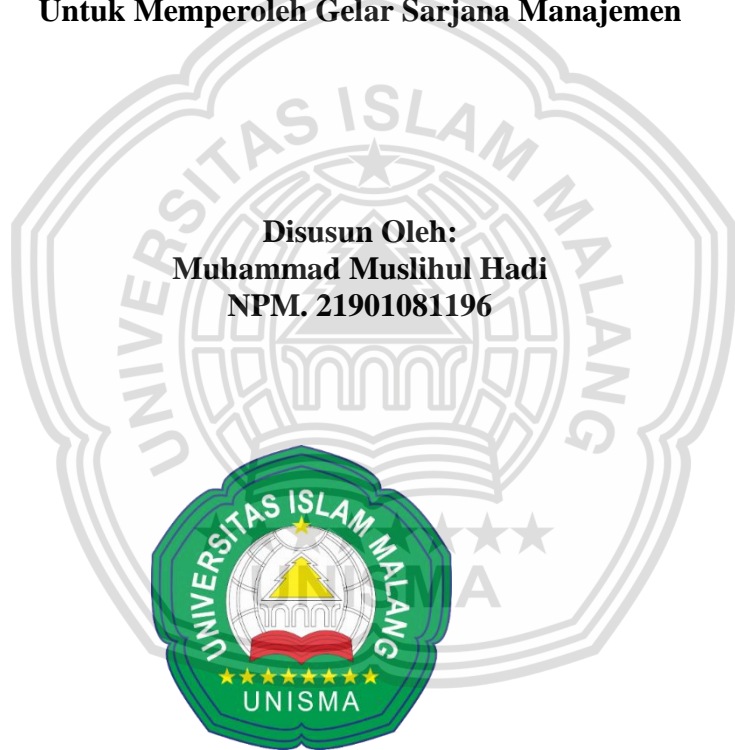




**PENGARUH *SOCIAL MEDIA PLATFORM, FINANCIAL LITERACY, DAN INVESTMENT MOTIVATION* TERHADAP MINAT BERINVESTASI DI PASAR MODAL.
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Generasi Z)**

SKRIPSI
Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh:
Muhammad Muslihul Hadi
NPM. 21901081196



UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
MALANG
2023

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Social Media platform*, *Financial literacy* dan *Investment Motivation* terhadap minat Minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif, dengan metode pengumpulan data dengan metode penyebaran kuesioner. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 90 responden dan pengolahan datanya menggunakan program pengolahan data SPSS. Penelitian ini telah memenuhi uji validitas dan reliabilitas. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji statistik dan koefisien determinasi. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Social Media platform*, *Financial literacy* dan *Investment Motivation*, yang merupakan variabel bebas, sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini adalah Minat Berinvestasi di Pasar Modal.

Kata Kunci : *Social Media platform, Financial literacy, Investment Motivation.*

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Social Media platform, Financial literacy and Investment Motivation on students' interest in investing in the capital market. The type of research used is quantitative research, with data collection methods by distributing questionnaires. The sample in this study were 90 respondents and the data processing used the SPSS data processing program. This study has fulfilled the validity and reliability tests. The data analysis used in this study is the classical assumption test, multiple linear regression test, statistical test and the coefficient of determination. The variables used in this study are Social Media platform, Financial literacy and Investment Motivation, which are independent variables, while the dependent variable in this study is Interest in Investing in the Capital Market.

Keywords: Social Media platform, Financial literacy, Investment Motivation.

BAB I

PENDAHULUAN

1. 1 Latar Belakang

Masyarakat Indonesia saat ini mulai menyukai dan menyadari pentingnya mengelola keuangannya baik itu menabung ataupun berinvestasi. Hal itu dapat dibuktikan melalui berita OJK yang menyatakan bahwa Pertumbuhan jumlah investor di pasar modal terus meningkat secara signifikan selama masa pandemi. Hoesen (Kepala Eksekutif Pengawas Pasar Modal OJK) dalam Seminar pasar modal dengan tema “Pasar modal Sebagai Pilihan Investasi” yang diselenggarakan di Surabaya, Selasa” (24/05) dalam penyampaianya ia juga berkata bahwa “Hingga akhir April 2022, secara nasional jumlah investor ritel di pasar modal telah mencapai 8, 62 juta atau telah meningkat sebesar 15, 11 persen (ytd) dibandingkan posisi 30 Desember 2021. Hoesen dalam sambutannya “Pertumbuhan jumlah investor ritel ini juga masih didominasi oleh kaum milenial atau usia di bawah 30 tahun sebesar 60,29 persen dari keseluruhan jumlah investor” (Ojk, 2022) .

Berbanding terbalik dengan peningkatan tersebut tidak dapat dipungkiri bahwa kenaikan jumlah dan minat investor tidak diikuti dengan kenaikan tingkat literasi keuangan, pada literasi keuangan dalam data Survei Nasional Literasi Keuangan (SNLK, 2019) mengungkapkan bahwa hasil indeks literasi keuangan sebesar 38, 03%, Sedangkan pertumbuhan literasi keuangan hanya sebesar 4, 9%, Yang masih tergolong sangat rendah. Rendahnya Literasi ini menyebabkan adanya kasus-kasus penipuan yang mengatasnamakan tentang investasi. sepanjang periode 2018–Juli 2022

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) telah menutup 1.064 entitas investasi ilegal. Namun, kurangnya literasi masyarakat tentang investasi membuat investasi ilegal tetap marak dan rawan memakan korban. Hal itulah yang menjadi kekhawatiran saya mengenai kasus-kasus yang beredar saat ini. Direktur perdagangan dan pengaturan anggota bursa BEI Laksono Widodo mengungkapkan "*Unfortunately* di pasar modal, terutama dibandingkan dengan perbankan, yang literasinya tinggi naik hingga 36 persen pada 2019 dari 28 persen pada 2016, di pasar modal termasuk yang terendah, kurang dari lima persen, demikian juga dengan tingkat inklusi bahkan masih sangat rendah di bawah 2 persen." (Ojk, 2022).

Dalam acara *Closing & Awarding* Desa Nabung Saham Literasi Keuangan Se-Malang Raya yang diadakan oleh FEB UNISMA yang dihadiri oleh pimpinan BEI jatim ia menyampaikan sambutan bahwa "Dari data investor saham telah mendapat 4 juta investor yang sudah tergabung, hal itu masih sangat sedikit dibandingkan jumlah penduduk di Indonesia." Sebelumnya dalam forum pembukaan kegiatan tersebut menyampaikan bahwa dominasi investor saham terbesar di Jawa timur yakni investor yang tergolong dalam usia 18 -40 tahun yang dimana mereka masuk kedalam Gen Z dengan jumlah 434. 142 SID atau 81, 94 %. Beliau juga menyampaikan karena maraknya kasus investasi ilegal maka harus ada vaksinasi di bidang keuangan yakni dengan cara mengedukasi tentang literasi keuangan di masyarakat. Disamping jumlah investor generasi Z juga perlu adanya edukasi mengenai literasi keuangan yang continue agar mereka terus mempunyai minat yang tinggi dalam berinvestasi.

Saat ini sudah cukup banyak mahasiswa yang sadar akan pentingnya berinvestasi dikarenakan mereka sadar dengan manfaat yang diberikan. Menurut Imam Gunadi pada seminarnya saat mahasiswa mulai berinvestasi sejak masa perkuliahan maka mereka akan mendapatkan manfaat berinvestasi jangka panjang. Jenis investasi yang saat ini banyak digunakan oleh mahasiswa adalah dengan berinvestasi di pasar modal Indonesia, baik pada pasar modal konvensional ataupun pasar modal syariah. Ada beberapa instrumen investasi yang ada di pasar modal seperti saham, reksadana, dan obligasi. Namun dari beberapa instrumen diatas yang paling sering ditransaksikan oleh para mahasiswa adalah saham dan reksadana (Ojk, 2022) .

Saat ini jumlah investor di Indonesia masih minim dibandingkan dengan negara-negara yang lainya. Dibuktikan dengan sumber pendukung Uly (2020) yang berpendapat bahwa "Jumlah Investor Pasar Modal Indonesia Masih Tertinggal dari Singapura dan Malaysia", direktur eksekutif departemen pengembangan pasar keuangan bank Indonesia, Donny Hutabarat mengatakan, dengan jumlah penduduk Indonesia usia produktif sebanyak 189 juta dan jumlah investor ritel di pasar modal 4, 16 juta, maka rasionya hanya sekitar 2, 2 persen. " Dibandingkan negara lain itu kita masih sangat rendah. Angka 5 persen itu tidak cukup, dibandingkan dengan jumlah penduduk usia produktif, itu masih dibawah 5 persen, bahkan masih sekitar 2 persen-an, " ungkapnya dalam acara *Bareksa-Kontan-Ovo Fund Awards 2020*,Rabu (21/10/2020) malam. Dari berita tersebut disampaikan bahwa minat investasi di Indonesia masih sangat rendah dibandingkan dengan jumlah penduduk yang ada di Indonesia saat ini.

Minat investasi mahasiswa tidak datang dengan mudah, tentunya harus dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti faktor lingkungan dan pendidikan. Ada beberapa peneliti yang sudah melakukan penelitian mengenai minat mahasiswa dalam berinvestasi. Beberapa variabel yang digunakan adalah *Social Media platform*, perspektif *return*, risiko hingga motivasi. Hasil dari penelitian tersebut beberapa variabel menunjukkan berpengaruh dan beberapa variabel tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam melakukan investasi di pasar modal.

Berdasarkan beberapa aspek kajian, variabel pada penelitian ini yaitu *Social Media platform*, *Financial literacy* dan *Investment Motivation* dapat dinilai sangat relevan jika diteliti pada kondisi saat ini. Pada variabel *Social Media platform*, saat ini angka penggunaan media sosial orang Indonesia tinggi, banyak sekali konten-konten baik di *Social Media* mengenai investasi menjadikan salah satu penyebab mahasiswa berminat dengan investasi. Pada pasar modal Indonesia saat ini dari PT. Bursa Efek Indonesia, Otoritas Jasa Keuangan (OJK), PT. Indopremier Sekuritas sudah mulai mendukung melalui *Social Media* seperti *instagram live*. Tentunya dengan hal seperti diatas tidak memberatkan para mahasiswa untuk mempelajari materi tentang investasi jadi peluang untuk membagikan ilmu melalui *Social Media* sangat memungkinkan. Pada Penelitian sebelumnya Rr & Darajati (2022) menjelaskan bahwa *Sosial media Influencer* berpengaruh terhadap minat untuk berinvestasi secara signifikan.

Selain *Social Media platform*, *Financial literacy* juga menjadikan salah satu penyebab mahasiswa berminat dengan investasi. Banyak pihak

seperti BEI dan perguruan tinggi yang memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk memberikan edukasi literasi keuangan tentang pasar modal. Sementara BEI mendukung mahasiswa dengan mendirikan Galeri Investasi di beberapa universitas yang dapat dijadikan wadah bagi seluruh civitas akademika untuk mempelajari investasi. Sementara itu, kampus menawarkan dukungan melalui kursus investasi seperti manajemen keuangan, pasar uang pasar modal (PUPM), dan teori portofolio. Dengan banyak dukungan dari berbagai pihak, mahasiswa memiliki pengetahuan yang baik tentang literasi keuangan khususnya di bidang investasi. Seperti menganalisis tren produk investasi dan memperkirakan pengembalian yang diharapkan. *Financial literacy* juga saat ini sedang digencarkan oleh BEI, IPOT, OJK, maupun FEB UNISMA melalui program literasi keuangan dengan tema peduli keuangan merawat masa depan yang pada program tersebut nantinya akan berpengaruh kepada masyarakat agar memahami dan mengerti tentang literasi keuangan tersebut. Penelitian sebelumnya Rr & Darajati (2022) menjelaskan bahwa *Financial literacy* berpengaruh terhadap minat untuk berinvestasi secara signifikan.

Banyak mahasiswa yang tidak hanya mengenal investasi dari mata kuliah saja, mahasiswa juga bisa belajar lebih banyak tentang investasi di pasar modal melalui Galeri Investasi. Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia (BEI) merupakan salah satu cara untuk memperkenalkan Pasar Modal kepada dunia akademis sejak dini. Galeri Investasi BEI merupakan kerjasama antara BEI, perguruan tinggi dan perusahaan sekuritas, yang diharapkan dapat mengedukasi masyarakat mengenai pasar modal tidak hanya dari perspektif

teoritis tetapi juga secara praktis. Galeri Investasi juga sering menawarkan pelatihan pasar modal baik di pasar modal tradisional maupun syariah yang selalu memberikan motivasi kepada calon investor baru untuk berani memulai berinvestasi saham. Selain memberikan edukasi dan motivasi, Galeri Investasi juga membantu mahasiswa membuka rekening dan berinvestasi di perusahaan pialang pasar modal. Salah satu perusahaan investasi yang bekerja sama dengan Galeri Investasi adalah PT. Indopremier sekuritas. Dalam penerapannya Galeri Investasi juga telah mempunyai *tagline/slogan* “Yuk Nabung Saham” yaitu kegiatan menabung saham dengan waktu tertentu untuk dapat merasakan manfaatnya di masa depan. Beberapa keuntungan yang didapat mahasiswa dari berinvestasi di pasar modal, khususnya produk saham adalah aset yang dimiliki tidak termakan dengan inflasi. Dengan adanya motivasi- motivasi investasi harapannya agar selalu terus belajar untuk menjadi investor handal yang nantinya juga akan membantu indonesia dalam bidang perekonomian

Mahasiswa aktif pada tahun ini adalah mahasiswa yang termasuk pada usia generasi Z. Bhakti & Safitri (2017) menyatakan bahwa “generasi Z adalah orang orang yang lahir dengan rentang tahun 1995 hingga 2010.” Generasi Z sendiri dianggap menjadi generasi yang berbeda dari generasi sebelumnya, dan dianggap membawa pengaruh besar untuk berkembangnya aktivitas pasar modal di kemudian hari. Hal ini dapat disimpulkan dari banyaknya investor retail yang rata-rata masih berusia sangat muda. Generasi Z lahir pada keadaan teknologi sudah sangat maju, sehingga generasi ini dianggap dapat melakukan segala hal secara mudah dan instan, termasuk juga dalam berinvestasi di pasar modal.

Pangestika & Rusliati (2019) mendukung penelitian Bhaskara (2016), yang menjelaskan bahwa literasi keuangan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat investasi. Sedangkan Taufiqoh et al. (2019) menemukan bahwa variabel literasi keuangan berpengaruh secara negatif terhadap minat investasi.

Darmawan et al. (2019) mendukung penelitian dari Nandar et al. (2018), Pajar & Pustikaningsih (2017), menyatakan bahwa motivasi investasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat investasi mahasiswa. Namun berbeda dengan hasil penelitian Karima (2018) dan Situmorang & Masri (2014) yang menyatakan bahwa variabel motivasi tidak berpengaruh terhadap minat investasi mahasiswa di pasar modal.

Penelitian ini dan penelitian terdahulu memiliki kesamaan yaitu sama-sama menggunakan variabel bebas *Financial literacy* dan *Investment Motivation*. Terlebih lagi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang memiliki Galeri Investasi yang sangat baik. Hal ini dapat dilihat dari beberapa kegiatan yang sudah dilakukan oleh Galeri Investasi akhir-akhir ini mengadakan kegiatan Desa Nabung Saham dalam rangka program Literasi Keuangan di kabupaten Malang dengan tujuan vaksinasi keuangan masyarakat desa Se-Kabupaten Malang. Selain itu Galeri Investasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang juga telah menjalin hubungan kerja sama dengan Bursa Efek Indonesia dan perusahaan sekuritas yaitu PT. Indo Premier Sekuritas. Sedangkan pada penelitian ini selain mengambil *Financial literacy* dan *Investment Motivation*, kali ini peneliti mengambil variabel lainnya yaitu *Social Media platform*. GI BEI FEB UNISMA seiring dengan menjalankan

program literasi keuangan juga menggunakan Media Sosial untuk melakukan program edukasinya, banyak sekali konten-konten *Social Media* mengenai investasi menjadikan salah satu penyebab mahasiswa berminat dengan investasi di Pasar Modal.

Oleh sebab itu penelitian dengan judul “Pengaruh *Social Media platform*, *Financial literacy*, dan *Investment Motivation* Terhadap Minat Berinvestasi di Pasar Modal” ini perlu dilakukan.

1. 2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang seperti diatas maka peneliti merumuskan beberapa masalah yaitu:

1. Adakah pengaruh *Social Media platform* terhadap minat mahasiswa dalam berinvestasi di pasar modal?
2. Adakah pengaruh *Financial literacy* terhadap minat mahasiswa dalam berinvestasi di pasar modal?
3. Adakah pengaruh *Investment Motivation* terhadap minat mahasiswa dalam berinvestasi di pasar modal?

1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1. 3. 1 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh *Social Media platform* terhadap minat mahasiswa dalam berinvestasi di pasar modal.
2. Untuk menganalisis pengaruh *Financial literacy* terhadap minat mahasiswa dalam berinvestasi di pasar modal.
3. Untuk menganalisis pengaruh *Investment Motivation* terhadap minat mahasiswa dalam berinvestasi di pasar modal.

1. 3. 2 Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang seperti diatas, maka diharapkan penelitian ini dapat dimanfaatkan baik secara praktis maupun teoritis. Berikut manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan teori mengenai pengaruh *Social Media platform*, *Financial literacy* dan *Investment Motivation* terhadap minat mahasiswa dalam berinvestasi di pasar modal.

2. Manfaat Praktis

Dalam manfaat praktis dibagi menjadi tiga bagian, yaitu manfaat untuk peneliti, untuk peneliti selanjutnya dan untuk perguruan tinggi.

1. Manfaat untuk calon Investor

Dari penelitian ini diharapkan calon investor mendapat dorongan untuk dalam berinvestasi, lebih khususnya berinvestasi di pasar modal.

2. Manfaat untuk PT. Bursa Efek Indonesia

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi dalam memajukan sektor pasar modal di Indonesia. Serta diharapkan dengan penelitian ini bisa memunculkan strategi baru terhadap PT. Bursa Efek Indonesia untuk menarik minat calon investor domestik Indonesia.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5. 1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen yaitu *Social Media platform*, *Financial Literacy*, dan *Investment Motivation* terhadap variabel dependen Minat Berinvestasi di Pasar Modal. Berdasarkan hasil perhitungan sampel dan hasil analisis data yang telah dilakukan dengan menggunakan model regresi linier berganda, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Peningkatan *social media platform* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi di pasar modal, Semakin tinggi peningkatan *social media platform* maka mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis 2019 yang berada pada rentang usia generasi Z, akan semakin berminat dalam Berinvestasi di Pasar Modal.
2. Peningkatan *financial literacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi di pasar modal, semakin tinggi pemahaman *financial literacy* maka mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis 2019 yang berada pada rentang usia generasi Z, akan semakin sadar akan pentingnya berinvestasi sehingga akan semakin berminat dalam Berinvestasi di Pasar Modal.
3. Peningkatan *Investment motivation* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi di pasar modal, semakin tinggi *Investment*

motivation yang didapatkan seseorang maka mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis 2019 yang berada pada rentang usia generasi Z, akan semakin berminat dalam Berinvestasi di Pasar Modal.

5. 2 Keterbatasan

Adapun beberapa keterbatasan dalam penelitian ini adalah

1. Pada Penelitian ini responden kurang proporsional antara 3 program studi Manajemen, Akuntansi, dan Perbankan Syariah.
2. Koefisien determinasi pada penelitian ini sebesar 43,1%. Menunjukkan *Social Media platform*, *Financial Literacy*, dan *Investment Motivation* dalam menjelaskan Minat Berinvestasi di Pasar Modal sebesar 43, 1%, sedangkan sisanya sebesar 56, 9% (100% - 43, 1%) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

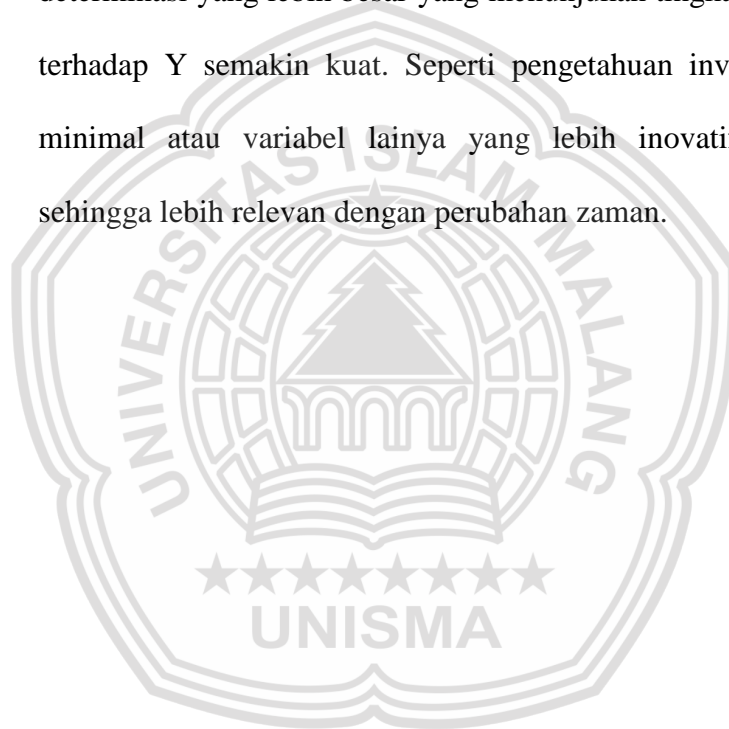
5. 3 Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan yang diperoleh saya sebagai peneliti sadar akan banyak kekurangan dalam penelitian ini sehingga saya memberikan menyarankan kepada pihak-pihak berikut mengenai penelitian ini:

- Saya menyarankan bagi peneliti selanjutnya untuk mendapatkan responden yang lebih proporsional antara ke 3 program studi yang ada yakni Manajemen, Akuntansi, dan Perbankan Syariah agar bisa menggambarkan dari ke 3 prodi tersebut.

1. program studi Manajemen sebanyak 598 Mahasiswa, dengan pengambilan sampel 58 Mahasiswa

2. program studi Akuntansi sebanyak 213 Mahasiswa, dengan pengambilan sampel 21 Mahasiswa
 3. program studi Perbankan Syariah sebanyak 119 Mahasiswa, dengan pengambilan sampel 11 Mahasiswa
- Saya menyarankan bagi peneliti selanjutnya untuk menambahkan variabel sehingga mendapatkan nilai Uji Statistik koefisien determinasi yang lebih besar yang menunjukkan tingkat pengaruh X terhadap Y semakin kuat. Seperti pengetahuan investasi, modal minimal atau variabel lainnya yang lebih inovatif kedepannya, sehingga lebih relevan dengan perubahan zaman.



DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior: Organizational behavior and human decision processes, 50, 179-211. <http://www-unix.oit.umass.edu/~ajzen>. Accessed August 2009.
- Ajzen, I. (2002). Construction of a standard questionnaire for the theory of planned behavior. <http://www-unix.oit.umass.edu/~ajzen>. Accessed August 2009.
- Aini, N., Muslichah & Junaidi. (2019). *Pengaruh Pengetahuan dan Pemahaman Investasi, Modal Minimum Investasi, Return, Risiko dan Motivasi Investasi Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi di Pasar Modal*. 08(05), 38–52.
- Bhakti, C. P. & Safitri, N. E. (2017). Peran Bimbingan Dan Konseling Untuk Menghadapi Generasi Z Dalam Perspektif Bimbingan Dan Konseling Perkembangan. *Konseling GUSJIGANG*, 3(1), 10. jurnal.umk.ac.id/index.php/gusjigang/article/download/1602/1072
- Budiastuti, D. & Bandur, A. (2018). Validitas dan Reliabilitas Penelitian. In *Binus*. www.mitrawacanamedia.com
- 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. <https://doi.org/10.32639/jiak.v8i2.297>
- Dharmmesta, Bayu Swastha (1992). Riset Tentang Minat dan Perilaku Konsumen : Sebuah catatan dan tantangan bagi peneliti yang mengacu pada "Theory of Reasoned Action"
- Fahmi, I. (2012). *Manajemen Investasi* (M. Masykur (ed.); 1st ed.). Penerbit Salemba Empat.
- Fauzi, F., Denick, A. B. & Asiati, D. I. (2019). *Metode Penelitian untuk Manajemen dan Akuntansi : Aplikasi SPSS dan EViews untuk Teknik Analisis Data*. Salemba Empat.
- Firdhousa, F. & Apriani, R. (2021). Pengaruh platform media sosial terhadap minat generasi milenial dalam berinvestasi di Pasar modal. *Supremasi Hukum*, 17(2), 96–103.
- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed.). Universitas Ponorogo.
- Grizzell, P. L. (2003). *Insights to Performance Excellence in Healthcare*. Wisconsin: American Society for Quality.
- Gusmarizal. (2021). *KEGUNAAN DAN KEPUASAN INSTAGRAM BAGI REMAJA SEBAGAI SUMBER INFORMASI LOKASI WISATA*.
- Hariyanto, E., Pandansari, T. & Hartikasari, Annisa Ilma. (2020). *PASAR MODAL DAN KELEMBAGAANYA* (M. Ahmadi (ed.); pertama). UM Purwokerto Press (Anggota

APPTI).

Hilaliyah, N., Susyanti, J. & Wahono, B. (2019). *ANALISIS TOLERANSI RISIKO, ALOKASI ASET DAN FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT INVESTASI PADA INVESTOR PEMULA*.

Karima, L. (2018). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa untuk Melakukan Investasi di Pasar Modal Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia). *Fakultas Ekonomi UII*, 1(1), 1–128.

Lara, G., Syaipudin, U. & Widiyanti, A. (2022). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat generasi Z untuk berinvestasi di pasar modal. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(1), 418–432. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v5i1.1892>

Larasati, R. K. & Yudiantoro, D. (2022). PENGARUH LITERASI KEUANGAN, KEMAJUAN TEKNOLOGI INFORMASI, DAN MODAL MINIMAL TERHADAP MINAT INVESTASI PASAR MODAL (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah Angkatan 2018-2020 UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung). *Jurnal Investasi*, 8(2), 55–64.

Lind, D. A., Marchal, W. G. & Wathen, S. A. (2021). *Basic Statistics in Business and Economics (ISE HED IRWIN STATISTICS)*. McGraw-Hill Education.

Listyani, T. T., Rois, M. & Prihati, S. (2019). Analisis Pengaruh Pengetahuan Investasi, Pelatihan Pasar Modal, Modal Investasi Minimal Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Di Pasar Modal (Studi Pada Pt Phintraco Sekuritas Branch Office Semarang). *Jurnal Aktual Akuntansi Keuangan Bisnis Terapan (AKUNBISNIS)*, 2(1), 49. <https://doi.org/10.32497/akunbisnis.v2i1.1524>

Maryuliana, Subroto, I. M. I. & Haviana, S. F. C. (2016). Sistem Informasi Angket Pengukuran Skala Kebutuhan Materi Pembelajaran Tambahan Sebagai Pendukung Pengambilan Keputusan Di Sekolah Menengah Atas Menggunakan Skala Likert. *Jurnal Transistor Elektro Dan Informatika*, 1(2), 1–12.

Muhibbin Syah. (2012). *Psikologi Belajar*. Rajawali Pers.

Nandar, H., Rokan, M. K. & Ridwan, M. (2018). *Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Berinvestasi di Pasar Modal Syariah Melalui Galeri Investasi lain Zawiyah Cot Kala Langsa*. 02.

Nisa, A. & Zulaika, L. (2017). *Pengaruh Pemahaman Investasi, Modal Minimal Investasi dan Motivasi Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi di Pasar Modal*. 2.

Ojk. (2022). *Sp 26/dhms/ojk/v/2022*.

OJK. (2017). Salinan Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan Nomor 30 /Seojk.07/2017. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.

Pajar, R. C. & Pustikaningsih, A. (2017). Pengaruh Motivasi Investasi Dan Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal Pada Mahasiswa Fe Uny. *Profita*, 1(2), 1–16.

Pangestika, T. & Rusliati, E. (2019). Literasi Dan Efikasi Keuangan Terhadap Minat

- Mahasiswa Berinvestasi Di Pasar Modal. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 12(1), 37. <https://doi.org/10.23969/jrbm.v12i1.1524>
- Paul J. Lavrakas. (2008). Encyclopedia of SURVEY RESEARCH METHODS. In *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย* (Vol. 4, Issue 1).
- Pratiwi, R. & Amri, F. (2022). Pengaruh Sikap Finansial Dan Perilaku Finansial Terhadap Taraf Literasi Finansial Mahasiswa. *Edunomic Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 10(2), 203. <https://doi.org/10.33603/ejpe.v10i2.7350>
- Riadi, E. (2016). *Statistika Penelitian (Analisis Manual dan IBM SPSS* (T. A. Prabawati (ed.); 1st ed.). Penerbit ANDI.
- Rr, N. : & Darajati, Y. R. (2022). "PENGARUH FINANCIAL LITERACY, RISK PERCEPTION, UANG SAKU, SOCIAL MEDIA INFLUENCER TERHADAP MINAT MAHASISWA BERINVESTASI DI MASA PANDEMI COVID-19" SKRIPSI Disusun oleh.
- Savanah, A. N. & Takarini, N. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Investasi Keuangan Pada Mahasiswa Manajemen UPN "Veteran" Jawa Timur. *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Politik*, 2, 84–92.
- Situmorang & Masri. (2014). Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Berinvestasi Di Pasar Modal Dengan Pemahaman Investasi Dan Usia Sebagai Variabel Moderat. *Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Berinvestasi Di Pasar Modal Dengan Pemahaman Investasi Dan Usia Sebagai Variabel Moderat*.
- Slameto. (2010). *Belajar dan Faktor yang Mempengaruhinya*. Rineka Cipta.
- 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.
- Uly, Y. A. (2020). *Jumlah Investor Pasar Modal Indonesia Masih Tertinggal dari Singapura dan Malaysia*. Kompas.Com. <https://money.kompas.com/read/2020/10/22/103000226/jumlah-investor-pasar-modal-indonesia-masih-tertinggal-dari-singapura-dan?page=all>
- Wahyudi, F., Arifin, R. & Hufron, M. (2018). Pengaruh Service Quality Galeri Investasi Dan Motivasi Investasi Terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa Feb Unisma Di Pasar Modal. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 7(2), 120–133. www.fe.unisma.ac.id
- WIDHYASTO PRATOMO BHASKARA. (2016). PENGARUH LITERASI KEUANGAN, EFIKASI KEUANGAN DAN FAKTOR DEMOGRAFI PADA KEPUTUSAN INVESTASI PASAR KEUANGAN KELUARGA DI SURABAYA. <https://Medium.Com/.https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>