

**ANALISIS PENGARUH MEDIA SOSIAL, *FINANCIAL*
INFLUENCER, DAN *FINANCIAL LITERACY* TERHADAP
MINAT INVESTASI DI PASAR MODAL PADA MAHASISWA
KOTA MALANG**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi

Oleh:
NAURA MAULIDIYA PUTRI
NPM. 22201082086



**UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI AKUNTANSI
2026**

**ANALISIS PENGARUH MEDIA SOSIAL, *FINANCIAL INFLUENCER*,
DAN *FINANCIAL LITERACY* TERHADAP MINAT INVESTASI DI PASAR
MODAL PADA MAHASISWA KOTA MALANG**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
Untuk memperoleh gelar sarjana Akuntansi

Oleh :

NAURA MAULIDIYA PUTRI

22201082086



Tanggal di setujui :

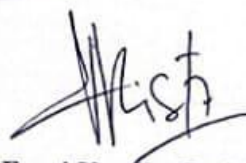
Sabtu, 28 Februari 2026

Pembimbing Utama



Atifudin, SE., M.SA., Ak

Pembimbing Pendamping



Arista Fauzi Kartika Sari, S.Pd., M.SA



SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH MEDIA SOSIAL, *FINANCIAL INFLUENCER*, DAN
FINANCIAL LITERACY TERHADAP MINAT INVESTASI DI PASAR MODAL
PADA MAHASISWA KOTA MALANG**

NAURA MAULIDIYA PUTRI
NPM. 22201082086

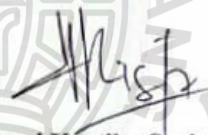
Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada Hari/tanggal : Sabtu, 28 Februari 2026

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

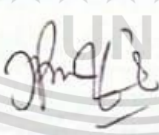
Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping


Affudin, SE., M.SA., Ak


Arista Fauzi Kartika Sari, S.Pd., M.SA

Anggota Dewan Penguji Lain


Dr. Irma Hidayati, SE., Ak., M.Ak

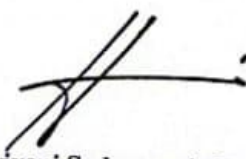
Skripsi ini diterima sebagai salah satu persyaratan guna memperoleh gelar:
SARJANA AKUNTANSI

Pada Hari/tanggal : Sabtu, 28 Februari 2026




Afifudin, SE., M.SA., Ak

Ketua Jurusan


Dr. Dwiyani Sudaryanti, SE., M.Si., Ak



UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS

Jurusan : Manajemen, Akuntansi, dan Perbankan Syariah

STATUS : UNGGUL



Alamat : Jl. Mayjen Haryono No.193 Malang 65144 telp 0341 - 551932, 551822, Fax.: 0341 - 552249

PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Nama : Naura Maulidiya Putri
NPM : 22201082086
Program Studi : Akuntansi

Menyatakan bahwa Tugas Akhir dengan judul :

Analisis Pengaruh Media Sosial, Financial Influencer dan Financial Literacy terhadap Minat Investasi di Pasar Modal pada Mahasiswa Kota Malang

Yang diuji pada tanggal : **28 Februari 2026** adalah benar-benar merupakan hasil karya saya.

Dan saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat atau keseluruhan hasil tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan, pendapat maupun pikiran penulis lain yang diakui sebagai hasil tulisan saya sendiri, dan dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru atau ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulisan aslinya.

Apabila saya secara sengaja maupun tidak sengaja melakukan hal tersebut diatas, maka saya menarik Tugas Akhir yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri dan jika terbukti saya melakukan hal tersebut diatas seolah-olah hasil karya saya sendiri, maka gelar dan ijazah yang diberikan Universitas Islam Malang berhak untuk dibatalkan.

Malang, 02 Maret 2026
at pernyataan,

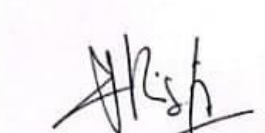


Naura Maulidiya Putri

Ketua Penguji


Afifudin, S.E., M.SA., Ak

Anggota


Arista Fauzi Kartika Sari,
S.Pd., M.SA.

Anggota


Dr. Irma Hidayati,
SE.,Ak.,M.Ak

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama Lengkap : Naura Maulidiya Putri
Tempat, Tanggal Lahir : Bangkalan, 08 Mei 2004
Nomor Pokok Mahasiswa : 22201082086
Alamat Email : nauramaulidya72@gmail.com
Nomor Telepon : 081556681726
Nama Orang Tua
Ayah : Nurul Huda
Ibu : Evvi Uliya Handayani
Alamat : Jl. Parkit V blok E8 No.9, Kuta Baru, Pasar
Kemis, Kabupaten Tangerang.

Pendidikan Formal

NO	NAMA SEKOLAH	TAHUN
1	TK MUSLIMAT SEPULU	2008-2010
2	SDN 1 SEPULU	2010-2016
3	SMPN 1 SEPULU	2016-2019
4	SMKN 1 SEPULU	2019-2022
5	UNIVERSITAS ISLAM MALANG	2022-2026

Pengalaman Kerja :

- Internship SKB Kota Malang, 2025.

MOTTO

“ Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya Dia mendapat (pahala) dari (kebajikan) yang dikerjakannya dan mendapat (siksa) dari (kejahatan) yang diperbuatnya.”

(Q.S Al-Baqarah:286)

“Allah tidak mengatakan hidup ini mudah. Tetapi Allah berjanji, bahwa sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan.”

(Q.S Al-Insyirah: 5-6)

“ Hatiku tenang karena mengetahui bahwa apa yang melewatkan ku tidak akan pernah menjadi takdirku, dan apa yang ditakdirkan untukku tidak akan pernah melewatkan ku.”

(Umar Bin Khattab)

“Apapun yang sudah terjadi dalam hidupmu, jangan katakan "seandainya", tapi katakan "Qadarullah" karna semua yang terjadi adalah takdir dan takdir Allah itu selalu baik, karna Allah itu maha baik.”

(Ustadz Hanan Attaki)

“Setetes keringat orang tuaku yang keluar, ada seribu langkahku untuk maju.”

(Penulis)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, serta karunia-Nya yang tiada henti mengalir, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan judul *“Analisis Pengaruh Media Sosial, Financial Influencer, dan Financial Literacy Terhadap Minat Investasi di Pasar Modal pada Mahasiswa Kota Malang”* sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Akuntansi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang. Dengan segala kerendahan hati, penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, doa, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mendedikasikan dan mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Puji syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT atas segala nikmat, kemudahan, serta kekuatan yang diberikan sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan penuh rasa syukur dan keikhlasan.
2. Prof. Drs. H. Junaidi, M.Pd., Ph.D., selaku Rektor Universitas Islam Malang yang telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk menempuh pendidikan di kampus ini.
3. Afiffudin, S.E., M.S.A., Ak., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang sekaligus dosen pembimbing I. Terima kasih atas segala bimbingan, arahan, kesabaran, serta ilmu yang diberikan selama proses penyusunan skripsi ini. Setiap masukan yang diberikan menjadi bekal berharga bagi penulis dalam menyempurnakan penelitian ini.
4. Dr. Dwiyani Sudayarti, S.E., M.Si., selaku Ketua Jurusan Akuntansi yang telah memberikan arahan selama penulis menempuh pendidikan.
5. Ibu Arista Fauzi Kartika Sari, S.Pd., M.SA., selaku dosen pembimbing II. Terima kasih atas perhatian, kesabaran, serta dukungan yang diberikan kepada penulis. Setiap saran dan motivasi yang diberikan sangat berarti dalam membantu penulis menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

6. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang, Universitas Negeri Malang, serta Politeknik Negeri Malang yang telah memberikan izin, fasilitas, dan dukungan dalam pelaksanaan penelitian ini.
7. Teristimewa kepada Mama tercinta, Evvi Uliya Handayani. Terima kasih atas kasih sayang yang tak pernah putus, doa yang selalu mengalir dalam setiap sujud, serta pengorbanan yang begitu besar. Mama adalah tempat pulang, sumber kekuatan, dan alasan penulis mampu bertahan hingga titik ini. Skripsi ini penulis persembahkan sebagai bentuk kecil dari rasa terima kasih atas cinta yang begitu tulus.
8. Kepada Ayah tercinta, Nurul Huda. Terima kasih atas kerja keras, pengorbanan, dan tanggung jawab yang luar biasa. Meskipun sering tanpa kata, setiap usaha Ayah adalah bukti cinta yang nyata. Doa dan harapan Ayah menjadi kekuatan terbesar bagi penulis untuk terus melangkah dan tidak menyerah.
9. Kepada saudara kandung Fahmi dan Syakira yang selalu memberikan doa, semangat, dan dukungan. Kehadiran kalian menjadi penyemangat dalam setiap proses yang penulis lalui.
10. Kepada pasangan tercinta, Saiful. Terima kasih karena selalu hadir dalam setiap proses, menjadi pendengar setia, dan pemberi semangat di saat penulis merasa lelah dan ragu. Kehadiranmu adalah ketenangan di tengah tekanan, serta kekuatan yang selalu menguatkan langkah penulis.
11. Kepada teman-teman seperjuangan: Alvia Serli, Alicia Tri Ananda, Ainurrohman, Sintya Mandara, Isna Alkhusna, Dany, Erwin, salsabila madinatul, Adelia Wulandari, Shofi Nida, Putri Wahyuni, dan Nurka. Terima kasih atas kebersamaan, dukungan, tawa, serta semangat yang selalu diberikan selama masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.
12. Terakhir, penulis ingin berterima kasih kepada diri sendiri. Terima kasih telah bertahan sejauh ini, telah kuat menghadapi berbagai tekanan, revisi, dan rasa lelah yang datang silih berganti. Terima kasih karena tidak menyerah, meskipun sering merasa ragu. Semua air mata, doa, dan usaha yang telah dilalui akhirnya mengantarkan penulis sampai pada titik ini.



Perjalanan ini menjadi bukti bahwa penulis mampu melewati segala tantangan dengan penuh keteguhan.



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat serta karunianya, sehingga dapat menempuh studi di Universitas Islam Malang serta dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **Analisis Pengaruh Media Sosial, Financial Influencer, dan Financial Literacy Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal Pada Mahasiswa Kota Malang**” dengan baik dan tepat waktu. Peneliti melakukan penelitian ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Islam Malang. Peneliti sangat menyadari bahwa peneliti ini tidak dapat dilakukan tanpa bantuan dan dukungan banyak orang. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada semua orang yang membantu dan mendukung selama proses penulisan skripsi ini, terutama kepada :

1. Allah SWT, yang telah melimpahkan segala nikmat, karunia, rahmat, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan penuh rasa syukur.
2. Prof. Drs. H. Junaidi, M.Pd., Ph.D., selaku Rektor Universitas Islam Malang.
3. Afiffudin, S.E., M.S.A, Ak., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNISMA dan selaku dosen pembimbing I, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas bimbingan, arahan, kesabaran, serta ilmu yang telah diberikan selama proses penyusunan skripsi ini. Setiap masukan yang diberikan sangat berarti dan membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini dengan baik.
4. Dr. Dwiyani Sudayarti, S.E., M.Si. selaku ketua jurusan Akuntansi.

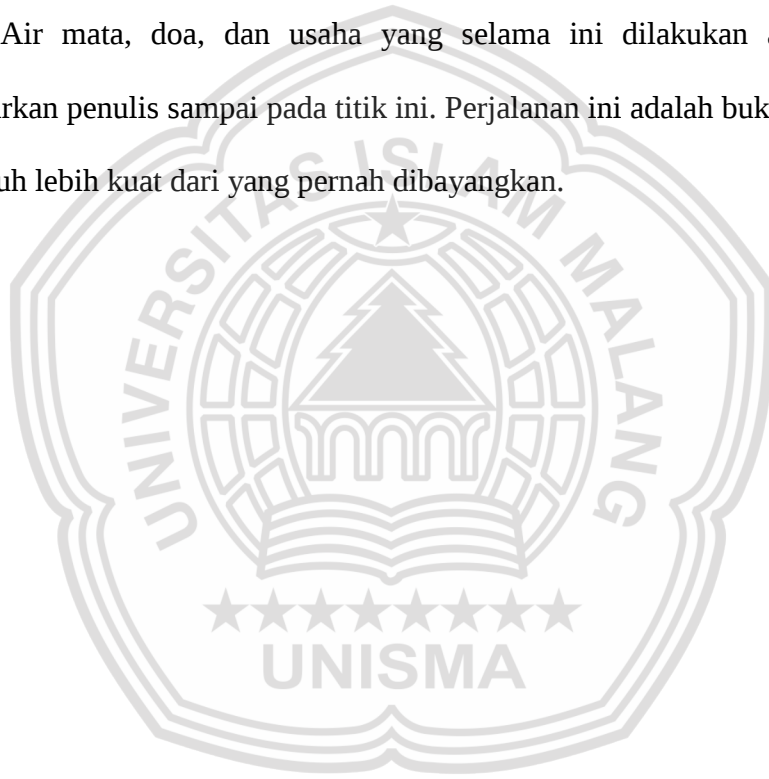
5. Ibu Arista Fauzi Kartika Sari, S.Pd., M.SA. Selaku dosen pembimbing II, penulis menyampaikan terima kasih yang tulus atas dukungan, saran, dan motivasi yang diberikan. Bimbingan yang penuh perhatian dan ketelitian sangat membantu penulis dalam menyempurnakan skripsi ini hingga selesai.
6. Terima kasih kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang yang telah memberikan bantuan dalam pelaksanaan penelitian ini.
7. Terima kasih kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Malang yang telah memberikan dukungan dalam pelaksanaan penelitian ini.
8. Terima kasih kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Politeknik Negeri Malang yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas dalam pelaksanaan penelitian ini.
9. Penulis mempersembahkan rasa terima kasih dan cinta yang sedalam-dalamnya kepada Mama tercinta, Evvi Uliya Handayani. Terima kasih karena selalu menjadi rumah tempat penulis kembali, menjadi pelukan saat dunia terasa berat, dan menjadi doa yang tak pernah berhenti menyebut nama penulis dalam setiap sujud. Setiap perjuangan dalam menyelesaikan skripsi ini tidak pernah penulis jalani sendiri, karena ada air mata, doa, dan pengorbanan Mama yang mengiringi di belakangnya. Jika hari ini penulis mampu sampai pada tahap ini, itu semua karena kekuatan yang Mama tanamkan sejak awal. Skripsi ini penulis persembahkan sebagai bentuk kecil dari rasa terima kasih atas cinta yang begitu besar dan tulus.
10. Penulis mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada Ayah tercinta, Nurul Huda. Terima kasih atas setiap kerja keras, pengorbanan, dan tanggung jawab yang Ayah pikul tanpa banyak kata. Mungkin Ayah tidak selalu mengungkapkan dengan kata-kata, tetapi setiap usaha dan keringat

Ayah adalah bukti cinta yang begitu besar bagi penulis. Dalam setiap langkah perjuangan menyelesaikan skripsi ini, ada doa dan harapan Ayah yang menjadi kekuatan terbesar bagi penulis untuk terus maju dan tidak menyerah. Skripsi ini penulis persembahkan sebagai bentuk kecil dari rasa terima kasih atas segala pengorbanan dan cinta Ayah.

11. Penulis mengucapkan terima kasih kepada saudara kandung, Fahmi dan Syakira, atas doa, dukungan, dan semangat yang selalu diberikan. Kehadiran kalian menjadi sumber kekuatan dan motivasi bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Penulis mengucapkan terima kasih kepada orang yang saya cintai dan yang selalu ada di setiap proses ini, Saiful. Terima kasih karena tidak pernah lelah mendengar keluh kesah, memberi semangat di saat penulis ragu, dan meyakinkan bahwa semua ini akan selesai pada waktunya. Kehadiranmu adalah ketenangan di tengah tekanan, dan dukungannya adalah kekuatan yang tidak terlihat namun sangat terasa. Jika skripsi ini adalah akhir dari satu perjuangan, maka kamu adalah bagian indah yang menemani setiap langkahnya.
13. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Alvia serli, Alicia Tri Ananda, Ainurrohman, Sintya Mandara, Isna Alkhusna, Dany, Erwin, salsabila madinatul, Adelia Wulandari, Shofi Nida, Putri Wahyuni, dan Nurka selaku teman-teman seperjuangan yang selalu kebersamaan dalam setiap proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas

kebersamaan, dukungan, semangat, serta tawa yang menjadi penguat di setiap langkah.

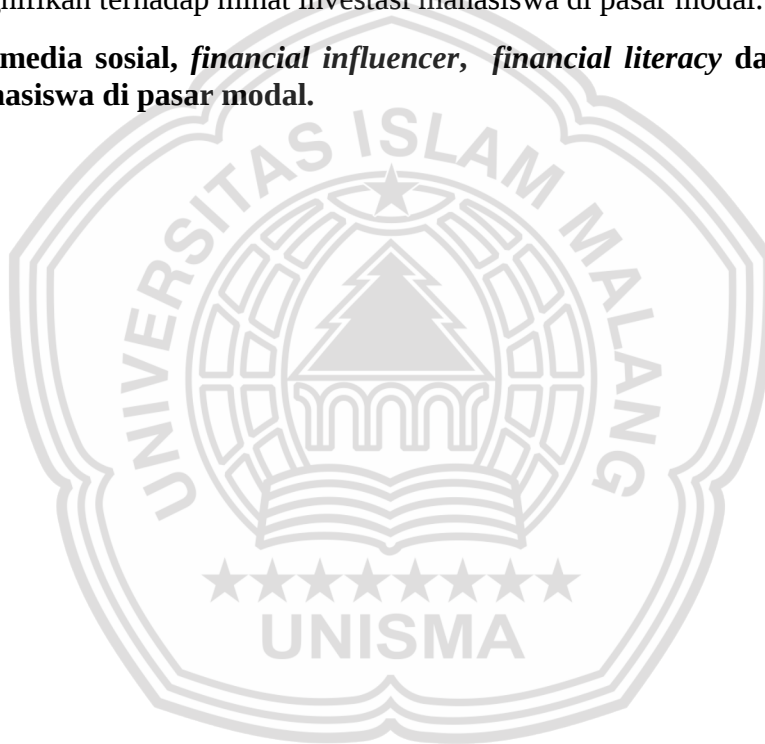
14. Terakhir, Penulis juga ingin berterima kasih kepada diri sendiri. Terima kasih sudah bertahan sejauh ini, sudah kuat melewati hari-hari yang penuh tekanan, revisi yang tak sedikit, serta rasa lelah yang sering datang tanpa diminta. Terima kasih karena tidak memilih menyerah meskipun pernah merasa tidak mampu. Air mata, doa, dan usaha yang selama ini dilakukan akhirnya mengantarkan penulis sampai pada titik ini. Perjalanan ini adalah bukti bahwa diri ini jauh lebih kuat dari yang pernah dibayangkan.



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh media sosial, *financial influencer*, dan *financial literacy* terhadap minat investasi mahasiswa di pasar modal. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Sampel penelitian terdiri dari 233 mahasiswa Program Studi Akuntansi angkatan 2022 di Universitas Islam Malang, Universitas Negeri Malang, dan Politeknik Negeri Malang. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan secara daring menggunakan *google form*. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial maupun simultan media sosial, *financial influencer*, dan *financial literacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi mahasiswa di pasar modal.

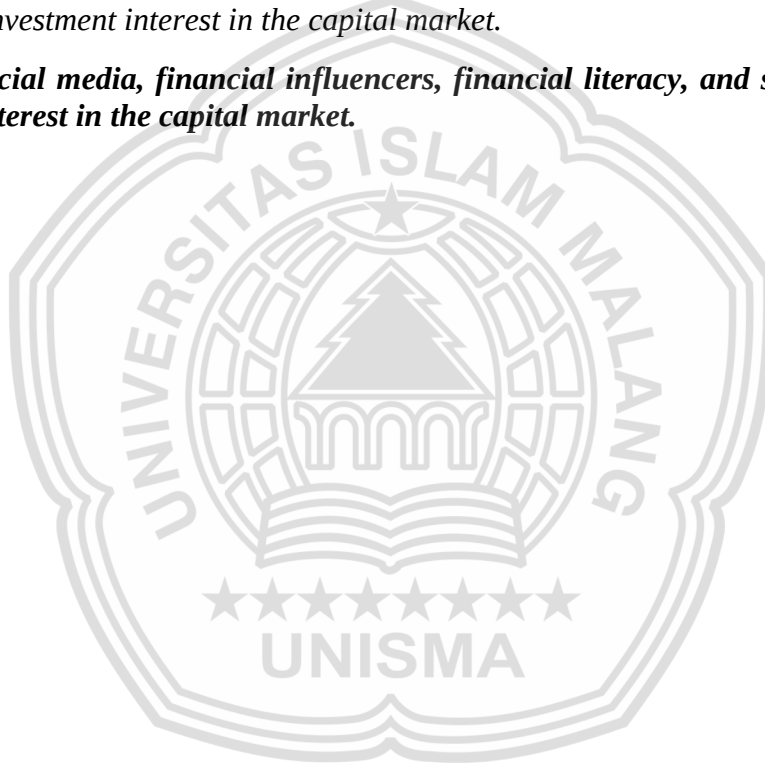
Kata kunci: media sosial, *financial influencer*, *financial literacy* dan minat investasi mahasiswa di pasar modal.



ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of social media, financial influencers, and financial literacy on students' investment interest in the capital market. The research method used was quantitative. The sample consisted of 233 Accounting Study Program students from the 2022 intake at the Islamic University of Malang, the State University of Malang, and the State Polytechnic of Malang. Data were collected through an online questionnaire distributed using Google Forms. The data analysis technique used was multiple linear regression. The results showed that, both partially and simultaneously, social media, financial influencers, and financial literacy had a positive and significant effect on students' investment interest in the capital market.

Keywords: *social media, financial influencers, financial literacy, and students' investment interest in the capital market.*



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pasar modal adalah sebuah konsep yang merangkum kegiatan penawaran umum dan perdagangan efek, serta hubungan yang terkait dengan perusahaan publik yang menerbitkan efek tersebut, disertai dengan lembaga dan profesi yang berkenaan dengan efek itu. Secara umum, definisi ini menegaskan bahwa pasar modal adalah arena di mana efek beredar melalui proses penawaran dan perdagangan, dengan tujuan utama memperoleh pembiayaan bagi perusahaan untuk ekspansi maupun operasionalnya, sambil memberikan bukti kepemilikan kepada para investor dalam bentuk surat berharga (saham, obligasi, reksa dana, dan instrumen lainnya) yang diperdagangkan di bursa atau pasar *over-the-counter*. Definisi seperti ini konsisten dengan acuan formal yang tertuang dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1995 tentang Pasar Modal yang menyatakan bahwa pasar modal mencakup kegiatan penawaran umum dan perdagangan efek serta perusahaan publik yang menerbitkannya bersama dengan lembaga dan profesi terkait (Charolina et al., 2022).

Pada tahun 2024, pasar modal Indonesia telah mengalami perkembangan signifikan sejak era presiden Joko Widodo, dengan peningkatan jumlah emiten dan kapitalisasi pasar yang mencapai Rp 12,967 triliun. Berdasarkan riset Kontan (2025), jumlah emiten tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) mencapai 939 perusahaan atau bertambah

486 emiten dalam 10 tahun terakhir (Usman, 2024). Dengan itu, pasar modal Indonesia memainkan peran penting dalam perekonomian nasional, baik sebagai sumber pendanaan perusahaan maupun sebagai pilihan investasi bagi masyarakat.

Investasi secara umum diartikan sebagai alokasi dana pada aset dengan harapan meraih keuntungan di masa depan dan mencakup kontribusi terhadap pembentukan modal dan alokasi sumber daya ekonomi (Arrifqi & Putri, 2022). Dalam literatur keuangan, investasi juga dipandang sebagai proses alokasi dana yang memanfaatkan informasi dan preferensi risiko investor untuk membentuk portofolio yang optimal. Hal ini mendasari pandangan bahwa investasi tidak hanya soal keuntungan finansial, tetapi juga dampak makroekonomi melalui pembiayaan perusahaan dan aktivitas pasar modal (Addinpujoartanto & Darmawan, 2020).

Sejak didirikannya Bursa Efek Indonesia pada tahun 2007, berinvestasi di pasar modal telah menjadi salah satu pilihan investasi yang mudah di akses dan dimanfaatkan oleh masyarakat luas. Bursa Efek Indonesia memberikan kesempatan kepada semua investor, termasuk kalangan mahasiswa. Mahasiswa merupakan sasaran utama dalam investasi pasar modal karena tergolong segmen pasar yang potensial dan strategis dalam memperluas jumlah investor. Melalui aktivitas mahasiswa berinvestasi di pasar modal bukan hanya meningkatkan pemahaman tentang keuangan, tetapi juga menambah jumlah investor

individu yang dapat meningkatkan likuiditas dan kestabilan pasar modal (Susanto & Handoyo, 2023).

Mahasiswa memiliki hubungan yang kuat dengan demografi usia para investor di pasar modal karena mereka tergolong dalam kelompok usia muda yang mulai menjelajah dunia investasi. Umumnya, usia mahasiswa dibawah usia 30 tahun, termasuk dalam kategori investor pemula atau ritel muda. Data terbaru pada bulan April 2025 dari PT Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) menunjukkan bahwa total jumlah *Single Investor Identification* (SID) atau *investor individual* pasar modal telah menembus angka 16.198.083 orang. Yang lebih menarik lagi, dari setengah jumlah investor tersebut mencapai 54,4% atau sekitar 8,8 juta orang berasal dari segmen usia muda, yaitu dibawah 30 tahun. Kelompok usia 31 hingga 40 tahun menempati posisi kedua dengan presentase 24,72% atau sekitar 4 juta orang. Sementara itu, kelompok yang berusia di atas 60 tahun berada di urutan paling akhir, hanya mencakup 2,96% atau sekitar 479 ribu orang. Meskipun jumlahnya cukup besar, nilai total aset yang dikelola oleh investor muda masih jauh di bawah kelompok usia yang lebih tua. Hingga April 2025, total nilai portofolio dari investor di bawah 30 tahun tercatat Rp40,58 triliun. Sebagai perbandingan, nilai aset yang dikuasai oleh kelompok usia 31 hingga 40 tahun mencapai Rp254,87 triliun (Kustodian Sentral Efek Indonesia, 2025), Sebagaimana ditunjukkan pada gambar 1 berikut ini.

Tabel 1. 1
Komposisi Usia Investor Individu per April 2025

Usia	Presentase
< 30 tahun	54.42%
31-40 tahun	24,72%
41-50 tahun	12,18%
51-60 tahun	5,72%

Sumber: (Kustodian Sentral Efek Indonesia, 2025)

Dominasi generasi muda belum berbanding lurus dengan kepemilikan nilai aset. Investor senior masih menjadi penopang utama nilai kapitalisasi pasar. Kelompok usia di atas 60 tahun tercatat menguasai aset pasar modal senilai Rp 1.104,30 triliun, diikuti investor berusia 51–60 tahun dengan nilai Rp 320,50 triliun. Sementara itu, investor usia produktif menengah, yakni 31–40 tahun, memiliki aset sekitar Rp 262,89 triliun, dan kelompok 41–50 tahun sebesar Rp 212,59 triliun. Adapun investor berusia di bawah 30 tahun baru menguasai aset sekitar Rp 60,03 triliun. Kondisi ini mencerminkan bahwa investor muda masih berada pada fase awal akumulasi portofolio (InvestorJatim, 2025).

Dorongan untuk berinvestasi di picu oleh kemudahan akses informasi dan teknologi yang berkembang pesat, memberikan peluang bagi generasi muda untuk terlibat dalam aktivitas investasi. Kota Malang menjadi salah satu kota pendidikan terbesar di Indonesia yang memiliki populasi mahasiswa yang sangat besar dengan latar belakang beragam. Mahasiswa di kota Malang sebagai generasi muda memiliki potensi yang

besar untuk menjadi investor pasar modal, namun minat berinvestasi di kalangan mahasiswa itu masih relatif rendah. Faktor- faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa untuk terlibat dalam investasi di pasar modal yaitu *media social*, *financial influencer* dan *financial literacy*.

Media sosial sebagai platform utama yang digunakan mahasiswa untuk memperoleh informasi tentang seputar investasi di pasar modal. Menurut Tryaswati & Astuti, (2024) media sosial tidak hanya menjadi sumber informasi, tetapi juga sebagai platform untuk edukasi dan diskusi tentang investasi. Dengan adanya media sosial memberikan dampak yang signifikan terhadap minat investasi di kalangan mahasiswa.

Financial influencer juga berperan penting dalam membentuk minat investasi mahasiswa. *Financial influencer* adalah individu yang memberikan rekomendasi tentang investasi dan konten edukatif melalui platform media sosial yang dikenal dapat secara signifikan mempengaruhi persepsi dan perilaku keuangan pengikutnya (Sari & Dwilita, 2024). *Financial influencer* juga dikenal sebagai orang-orang yang berpengaruh dalam hal keuangan. Influencer biasanya membagikan hal-hal yang disukai dan diketahui. Influencer juga membahas tentang cara mereka dalam mengelola keuangan. Menurut Dalimunthe et al., (2023) Influencer Indonesia seperti Raditya dika, Prita Hapsari Rozie, Felicia Putri Tjiasaka, Annisa Steviani, dan banyak influencer lainnya yang membagikan pengetahuan serta pengalaman tentang keuangan dan investasi yang dapat menjadi inspirasi bagi mahasiswa. Mahasiswa yang terpapar konten dapat

menjadi sangat percaya pada sumber-sumber tersebut, sering kali tanpa evaluasi atau verifikasi yang kritis. Namun dibalik dampak positif tersebut, adanya *financial influencer* juga menimbulkan risiko menyebarkan informasi yang tidak akurat jika tidak disertai dengan sikap kritis dari pengikutnya.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Tazkia & Wijayanti, (2022) *financial influencer* terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi generasi milenial. Temuan penelitian tersebut menunjukkan bahwa keberadaan influencer keuangan dapat mendorong individu untuk lebih tertarik mengenal, memahami, serta mempelajari investasi sebelum akhirnya memiliki keinginan untuk berpartisipasi di pasar modal. Hal ini mengindikasikan bahwa influencer berperan sebagai sarana edukasi sekaligus motivasi yang cukup efektif dalam meningkatkan minat investasi, terutama pada kelompok generasi muda.

Financial literacy merupakan hal yang sangat penting bagi masyarakat Indonesia untuk memiliki pengetahuan keuangan yang baik sehingga dapat memilih investasi dengan cermat. Perencanaan investasi harus dilakukan dengan pengetahuan yang baik agar keputusan pengelolaan keuangan menjadi jelas (Gunawan et al., 2021). Menurut Mutaqqin & Ayuningtyas, (2022) semakin tinggi tingkat literasi keuangan, kemungkinan untuk berinvestasi juga semakin tinggi. *Financial literacy* dikalangan mahasiswa menjadi sangat krusial karena mahasiswa merupakan

generasi yang sedang mempersiapkan masa depan keuangan dan kariernya. Mahasiswa yang memiliki literasi yang baik tentang keuangan cenderung memiliki kemampuan untuk mengelola keuangan dengan lebih bijak, dengan berinvestasi sejak dini diasumsikan dapat membentuk kebiasaan pengelolaan keuangan yang sehat dan dapat membantu menghadapi masalah keuangan di masa depan nanti.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa faktor literasi keuangan dan persepsi risiko berperan penting dalam membentuk minat investasi. Nuzumi et al., (2025) menemukan bahwa tingkat literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap minat investasi generasi muda, sedangkan persepsi risiko turut menentukan kesiapan seseorang dalam mengambil keputusan. Meskipun demikian, studi tersebut belum memasukkan media sosial dan influencer keuangan sebagai faktor yang sangat berpengaruh dalam perilaku investasi mahasiswa saat ini.

Penelitian Dirgantara et al., (2025) telah menambahkan variabel influencer di media sosial, namun penelitian tersebut hanya berfokus pada satu universitas dan menempatkan influencer sebagai variabel moderasi, bukan sebagai faktor yang berdiri sendiri. Padahal, dalam konteks digital saat ini, influencer memiliki kemampuan besar dalam mempengaruhi opini dan pandangan mahasiswa terhadap investasi melalui konten edukatif, rekomendasi, ataupun testimoni pribadi. Media sosial yang menjadi sumber informasi dominan bagi mahasiswa juga belum banyak dikaji sebagai variabel independen. Sebagian besar penelitian hanya melihat

media sosial sebagai saluran komunikasi, padahal platform seperti TikTok, Instagram, dan YouTube kini menjadi pusat penyebaran informasi investasi, diskusi keuangan, hingga tren baru yang dapat memengaruhi cara mahasiswa memandang investasi.

Banyak studi sebelumnya hanya meneliti mahasiswa dalam lingkup satu perguruan tinggi sehingga hasilnya belum dapat menggambarkan perilaku investasi mahasiswa dalam skala kota. Kota Malang, sebagai kota pendidikan yang dipenuhi mahasiswa dari berbagai daerah, memiliki dinamika yang berbeda dalam pemanfaatan media sosial, paparan influencer, maupun akses informasi keuangan.

Melihat berbagai kesenjangan tersebut, penelitian ini dilakukan dengan menguji tiga variabel utama media sosial, *financial influencer*, dan *financial literacy* secara simultan terhadap minat investasi mahasiswa di Kota Malang. Kombinasi ketiga variabel ini belum pernah diteliti dalam konteks yang lebih luas dan komprehensif. Selain itu, penelitian ini menawarkan kebaruan dengan memposisikan *financial influencer* sebagai variabel independen serta menguji peran media sosial sebagai faktor yang berdiri sendiri dalam memengaruhi minat investasi.

Dari uraian tersebut dan observasi yang dilakukan peneliti, maka peneliti ingin mengkaji dan melakukan penelitian yang mendalam dengan mengajukan judul “**Analisis Pengaruh Media Sosial, *Financial***

Influencer, Dan Financial Literacy Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal Pada Mahasiswa Kota Malang

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas masalah yang telah diuraikan sebelumnya, masalah dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana media sosial, *financial influencer*, dan *financial literacy* secara simultan mempengaruhi minat investasi di pasar modal pada mahasiswa kota Malang?
2. Bagaimana media sosial berpengaruh terhadap minat investasi di pasar modal pada mahasiswa kota Malang?
3. Bagaimana *financial influencer* berpengaruh terhadap minat investasi di pasar modal pada mahasiswa kota Malang?
4. Bagaimana *financial literacy* berpengaruh terhadap minat investasi di pasar modal pada mahasiswa kota Malang?

1.3. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

1. Untuk memahami dan menganalisis pengaruh gabungan dari media sosial, *financial influencer*, dan *financial literacy* secara simultan terhadap minat investasi di pasar modal pada mahasiswa kota Malang.
2. Untuk menentukan dan menganalisis seberapa besar pengaruh media sosial terhadap minat investasi di pasar modal pada mahasiswa kota Malang.

3. Untuk mengetahui dan menganalisis sejauh mana *financial influencer* mempengaruhi minat investasi di pasar modal pada mahasiswa kota Malang.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar tingkat *financial literacy* yang mempengaruhi minat investasi di pasar modal pada mahasiswa kota Malang.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian atau kajian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan di bidang ekonomi dan keuangan, khususnya dalam kajian perilaku investasi individu. Hasil penelitian ini dapat memperkaya literatur mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat investasi di kalangan generasi muda, dengan menambahkan variabel-variabel yang relevan dengan perkembangan teknologi dan tren digital seperti media sosial dan *financial influencer*.

Penelitian ini juga dapat menjadi bukti empiris yang memperkuat teori-teori perilaku keuangan, seperti *Theory of Planned Behavior (TPB)* dengan meninjau bagaimana aspek psikologis, berperan dalam membentuk minat investasi. Dengan demikian, hasil penelitian ini dapat menjadi referensi akademik bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengembangkan studi serupa, baik dengan menambah variabel lain,

memperluas populasi penelitian, maupun menggunakan metode penelitian yang berbeda.

2. Secara Praktik

a. Bagi Mahasiswa

Hasil penelitian ini, diharapkan menjadi lebih kritis dan bijak dalam mengelola keuangan serta dalam mengambil keputusan investasi di pasar modal.

b. Bagi lembaga pendidikan tinggi,

Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam pengembangan kurikulum maupun kegiatan edukasi keuangan yang bertujuan untuk meningkatkan literasi keuangan mahasiswa, sehingga dapat mencetak lulusan yang tidak hanya cerdas secara akademik, tetapi juga melek finansial.

c. Bagi otoritas pasar modal seperti Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Bursa Efek Indonesia (BEI)

Temuan penelitian ini dapat menjadi masukan dalam merancang program literasi dan inklusi keuangan yang lebih efektif bagi kalangan muda, dengan memanfaatkan media sosial dan influencer sebagai sarana edukasi investasi yang menarik dan relevan dengan gaya hidup generasi digital.

d. Bagi para *financial influencer* dan pelaku industri keuangan.

Penelitian ini dapat menjadi dasar untuk memahami sejauh mana pengaruh konten dan strategi komunikasi mereka terhadap perilaku audiens, serta mendorong mereka untuk memberikan edukasi yang informatif dan etis mengenai keuangan dan investasi.



BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini menganalisis pengaruh media sosial, *financial influencer*, dan *financial literacy* terhadap minat investasi di pasar modal pada mahasiswa kota malang. Berdasarkan hasil penelitian serta analisis data yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a) Variabel media sosial, *financial influencer*, dan *financial literacy* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat investasi di pasar modal pada mahasiswa kota malang
- b) Variabel media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi di pasar modal pada mahasiswa kota malang
- c) Variabel *financial influencer* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi di pasar modal pada mahasiswa kota malang
- d) *financial literacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi di pasar modal pada mahasiswa kota malang

5.2. Keterbatasan

Penelitian ini mempunyai beberapa keterbatasan, antara lain:

- a) Penelitian ini menggunakan data yang diperoleh melalui kuesioner, sehingga hasil penelitian sangat bergantung pada persepsi subjektif responden.
- b) Penelitian ini berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (R^2) sebesar 32,8% menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen masih relatif terbatas.

5.3. Saran

- a) Bagi peneliti selanjutnya di sarankan untuk menggunakan metode pengumpulan data yang lebih beragam, seperti wawancara atau observasi, guna memperoleh pemahaman yang lebih mendalam dan meminimalkan subjektivitas responden.
- b) Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel independen lain misalnya lingkungan sosial (Mahendra & Devi, 2025), persepsi risiko (Mahendra & Devi, 2025), informasi produk (Mahendra & Devi, 2025), *disposable income* (Mahendra & Devi, 2025), Pengetahuan investasi (Pranoto & Sari, 2026), motivasi (Pranoto & Sari, 2026), dan tingkat return (Pranoto & Sari, 2026) yang relevan agar model penelitian memiliki kemampuan yang lebih baik dalam menjelaskan variabel dependen. Selain itu, penggunaan pendekatan atau metode analisis yang berbeda juga dapat dipertimbangkan guna memperoleh hasil yang lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Addinpujoartanto, N. A., & Darmawan, S. (2020). Pengaruh kepercayaan, Regret aversion, Loss aversion, Dan herding bias terhadap keputusan investasi di Indonesia. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 13(3), 175–187. <http://journals.usm.ac.id/index.php/jreb>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Alfan, A. T., Proyoga, E. R., Dharmawan, W. R., & Ramadani, P. (2022). Prilaku Investasi dan Pengguna Media Sosial: FoMO dan Keterbukaan Diri. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 7(30), 1378–1394.
- Amonisa, Rodiah, S., Ahyaruddin, M., Ekonomi dan Bisnis, F., & Muhammadiyah Riau, U. (2023). Pengaruh Influencer Keuangan, Literasi Keuangan Dan Religiusitas Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Umri Dipasar Modal. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, 2(3), 492–501.
- Arrifqi, T., & Putri, A. S. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Toleransi Risiko dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Investasi Pegawai di Bandar Lampung. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 3(2), 432–443. <https://doi.org/10.21009/jbmk.0302.08>
- Auwidad, R., & Sujatmika. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan, Pengetahuan Investasi, Persepsi Risiko Dan Kemajuan Teknologi Terhadap Minat Mahasiswa Dalam *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 5, 1308–1322. <http://eprints.upnyk.ac.id/37057/2/2.ABSTRAK.pdf>
- Charolina, O., Baihaqi, B., Kurniawan, S., & Marsah, S. (2022). Pengenalan Pasar Modal Sebagai Salah Satu Bentuk Investasi Bagi Kaum Milenial Di Desa Pekik Nyaring Kabupaten Bengkulu Tengah. *Jurnal Pengabdian Kolaborasi Dan Inovasi IPTEKS*, 1(3), 270–277. <https://doi.org/10.59407/jpki2.v1i3.45>
- Dalimunthe, Z., Chairunnisa, A., & Triono, R. A. (2023). Are Social Media Users Blindly Following Influencers' Recommendations on Investing? *The Indonesian Capital Market Review*, 15(1), 1–12. <https://doi.org/10.21002/icmr.v15i1.1165>
- Dirgantara, M. V. R., Mawardi, M. C., & Rudhiningtyas, D. A. (2025). Pengaruh Literasi Investasi, Persepsi Risiko, dan Pengaruh Influencer di Media Sosial terhadap Minat Investasi (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Malang). 14(02), 1–7.
- Fietroh, M. N., & Andriani, B. S. (2021). Peran Literasi Keuangan Dan Perilaku

Keuangan Untuk Meningkatkan Minat Investasi Mahasiswa. *Samalewa: Jurnal Riset & Kajian Manajemen*, 1(2), 153–160. <https://doi.org/10.58406/samalewa.v1i2.468>

Ghozali, I. (2021). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 26. In *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.

Gunawan, W., Kristiastuti, F., & Sari, U. K. (2021). PENGARUH LITERASI KEUANGAN TERHADAP MINAT INVESTASI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NURTANIO BANDUNG. *Jurnal Bisnis Manajemen & Ekonomi*, 19(2), 494–512. <https://doi.org/10.1128/AAC.03728-14>

Hadi, M. M., Mardani, R. M., & Saraswati, E. (2020). Pengaruh Social Media Platform, Financial Literacy, dan Investment Motivation Terhadap Minat Berinvestasi di Pasar Modal (Studi Kasus pada Mahasiswa Generasi Z). *E-Jurnal Riset Manajemen*, 12(01), 641–651.

Harahap, S. B., Bustami, Y., & Syukrawati, S. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Investasi Saham Syariah. *Al Fiddhoh: Journal of Banking, Insurance, and Finance*, 2(2), 75–82. <https://doi.org/10.32939/fdh.v2i2.955>

Harun, I. M., Monoarfa, M. A. S., & Dungga, M. F. (2025). Pengaruh Social Media Influencer dan Pengetahuan Keuangan Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Di Pasar Modal. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 7(4), 1086–1102. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v7i4.5888>

Hidayah. (2023). *The Impact of Financial Literacy on Overconfidence and Investment Decision*.

InvestorJatim. (2025). *Ledakan investor muda warnai pasar modal, namun aset masih dikuasai generasi senior*. 26 Desember 2025. <https://investorjatim.com/ledakan-investor-muda-warnai-pasar-modal-namun-aset-masih-dikuasai-generasi-senior/>

Isticharoh, & Kardoyo. (2020). Minat Investasi Diprediksi Dari Motivasi Diri, Pengetahuan Investasi, dan Teknologi Media Sosial. *Economic Education Analysis Journal*, 9. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v9i3.42414>

Kelly, & Satria Pamungkas, A. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Risiko Dan Efikasi. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 04(03), 556–563.

Kumanireng, I. H. W., & Bayu Utomo, R. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Literasi Pajak dan Literasi Digital Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Universitas Mercu Buana Yogyakarta di Pasar Modal. *Jae (Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi)*, 8(3), 11–22. <https://doi.org/10.29407/jae.v8i3.20566>

- Kustodian Sentral Efek Indonesia. (2025). *Statistik Pasar Modal Indonesia April 2025*. <https://www.ksei.co.id>
- Lou, C., & Yuan, S. (2019). *Influencer Marketing: How Message Value and Credibility Affect Consumer Trust of Branded Content on Social Media*. *Journal of Interactive Advertising*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/15252019.2018.1533501>
- Luthfiah, A., Martia, C., & Nurhasanah, F. (2021). Pengaruh Platform Media Sosial Terhadap Minat Generasi Milenial Dalam Berinvestasi Di Pasar Modal. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(2614–6754), 10869–10875. <https://doi.org/10.33592/jsh.v17i02.1227>
- Mahendra, K. Y. D., & Devi, S. (2025). Pengaruh Lingkungan Sosial, Persepsi Risiko, Informasi Produk, dan Disposable Income Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Di Pasar Modal. *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Universitas Pendidikan Ganesha*, 16(03), 619–629.
- Masithoh, F. N. (2024). Dampak Influencer Media Sosial Terhadap Keuangan Pribadi dan Keputusan Investasi (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah IAI Uluwiyah Mojokerto). *Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah*, 6(2), 196–214. <https://ejournal.uit-lirboyo.ac.id/index.php/perbankanArticleDOI:https://doi.org/10.33367//at.v6i2.1498>
- Mendari, A. S., & Soejono, F. (2019). Hubungan Tingkat Literasi Dan Perencanaan Keuangan. *Modus, Volume.31*(No.2), 227–240.
- Mutaqqin, R., & Ayuningtyas, R. D. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Religiusitas dan Pendapatan Terhadap Minat Investasi di Pasar Modal Syariah. *Management & Business*, 5(1), 75–85.
- Nugroho, A., & Puspaningtyas, M. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Pengalaman Investasi, dan Media Sosial terhadap Minat Investasi Mahasiswa. *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi*. <https://ejurnal.umri.ac.id/index.php/JME/article/view/2061>
- Nurhaliza, R., & Simatupang, F. S. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan dan Motivasi Investasi terhadap Minat Berinvestasi Mahasiswa di Kota Cimahi. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 8(2), 1771. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v8i2.1658>
- Nuzumi, A., Sudaryanti, D., & Sari, A. F. K. (2025). *Pengaruh Financial Literacy dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Berinvestasi Generasi Z di Malang Raya: Perbandingan Antara Minat Investasi di Pasar Modal dan Investasi Emas*. 14(02), 30–42.

- Otoritas Jasa Keuangan. (2017). Pelaksanaan Kegiatan Dalam Rangka Meningkatkan Literasi Keuangan Di Sektor Jasa Keuangan. *Journal of Physics A: Mathematical and Theoretical*, 44(8), 1689–1699.
- Parulian, P., & Aminnudin, M. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan dan Modal Minimal Terhadap Minat Investasi pada Mahasiswa. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 22(02), 131. <https://doi.org/10.33370/jpw.v22i02.417>
- Pramnesti, S. D., & Mariana. (2025). Pengaruh Financial Literacy dan Social Media Influencer Terhadap Minat Berinvestasi di Pasar Modal Indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 5(1), 334–344. <https://doi.org/10.55606/jebaku.v5i1.5191>
- Pranoto, H. I. H., & Sari, D. A. (2026). *Pengaruh Pengetahuan Investasi , Motivasi , serta Tingkat Return Terhadap Minat Investasi di Pasar Modal pada Mahasiswa FEB Universitas YPPI Rembang*. 8(1). <https://doi.org/10.32877/ef.v8i1.3571>
- Puspitasari, N., & Yustati, H. (2024). Pengaruh Financial Literacy, Personal Interest, dan Environment terhadap Minat Investasi Saham Syariah pada Generasi Muda Bengkulu. *At-Thariqah: Jurnal Ekonomi*, 4(2), 126–143. <https://doi.org/10.47945/at-thariqah.v4i2.1665>
- Putri, A., & Aminah, I. (2024). Pengaruh Platform Media Sosial Dan Modal Awal Minimum Provinsi Dki Jakarta. *Seminar Nasional Akuntansi Dan Manajemen*, 5(2).
- Saiang, H. V., Regita, T. I., Indahsari, Y., Rahmasari, M. D., & Fitriani, E. (2022). Pengaruh Influencer Saham Terhadap Minat Investasi Generasi Milenial Pada Pasar Modal. *JIMEK : Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 5(1), 37–45.
- Sari, P., & Dwilita, H. (2024). The Role of Financial Influencers on Social Media in Shaping People's Financial Literacy. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi Review*, 4(2), 5. <https://doi.org/10.53697/emba.v4i2.2271>
- Setiawan, M. ., & Maulida, H. (2022). Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi minat investasi mahasiswa menggunakan pendekatan Theory of Planned Behavior. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 14(2), 112–124. <https://scholar.google.com>
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Alfabeta.
- Suryani, A. D., & Amanah, L. (2024). Pengaruh Platform Media Sosial, Pengetahuan Investasi, Persepsi Risiko, Dan Return Terhadap Minat Generasi Z Berinvestasi Di Pasar Modal. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 13(3), 1–19. <https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/view/5811/5856>

- Susanto, J. G. Y., & Handoyo, S. E. (2023). Pengaruh likuiditas, profitabilitas, solvabilitas, dan aktivitas terhadap financial distress pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2021. In *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan* (Vol. 7, Issue 5, pp. 1139–1152). <https://doi.org/10.24912/jmbk.v7i5.26513>
- Tazkia, A., & Wijayanti, R. (2022). *PENGARUH INFLUENCER KEUANGAN DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP MINAT INVESTASI GENERASI MILENIAL DI PASAR MODA*. 1(2), 112–127.
- Thakur, D. N. S. (2025). The Role of Social Media in Shaping Personal Finance Habits. *International Scientific Journal of Engineering and Management*, 04(06), 1–9. <https://doi.org/10.55041/isjem04387>
- Tran, H. N. B., An, L. N. B., & Vinh, V. M. (2025). The Influence of Finfluencer Authenticity and Trust on Gen Z's Investment Intention: The Moderating Role of Financial Literacy. *Journal of Economics, Finance And Management Studies*, 08(10), 6633–6645. <https://doi.org/10.47191/jefms/v8-i10-06>
- Trisnaningsih, T., Sihabudin, S., & Fauji, R. (2022). Pengaruh Influencer Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Investasi Mahasiswa. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 3(2), 82–89. <https://doi.org/10.47065/jbe.v3i2.1705>
- Tryaswati, S. P., & Astuti, C. D. (2024). *PENGARUH PENGETAHUAN INVESTASI, PERSEPSI RISIKO INVESTASI, DAN RETURN INVESTASI TERHADAP MINAT INVESTASI GENERASI MILENIAL DENGAN DIMODERASI TEKNOLOGI MEDIA SOSIAL*. *Value Jurnal Ilmiah Akuntansi Keuangan Dan Bisnis*, 5(1), 154–171.
- Usman, R. (2024). *No Title*. Kontan. <https://investasi.kontan.co.id/news/melihat-10-tahun-perkembangan-pasar-modal-indonesia-di-era-jokowi>
- Wiatsri, H., Wulandari, T., & Farhani, H. (2024). *Pengaruh Financial Literacy , Tingkat Pendapatan , Dan Motivasi Diri Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal (Studi Kasus Pegawai Setditjen Diktiristek Kemendikbudristek Tahun 2024)*. 3.
- Winarso Aji, A., Suyatno, A., & Alia Akhmad, K. (2024). The Effect Of Investment Knowledge, Social Media Influencers, And Financial Literacy On Investment Interest In The Capital Market In Students Of Management Program At Duta Bangsa University. *Jurnal Bisnis Manajemen Dan Akuntansi (BISMAK)*, 4(1), 33–49. <https://doi.org/10.47701/bismak.v4i1.2938>
- Yusuf, M., Yahya, Y., & Hamid, A. (2021). Pengaruh Modal Minimal Investasi Dan Return Terhadap Minat Investasi Masyarakat Kota Palembang Di Pasar Modal.



Jurnal Neraca: Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Ekonomi Akuntansi, 5(1), 83.
<https://doi.org/10.31851/neraca.v5i1.5889>

