

**PENGARUH PENGETAHUAN INVESTASI, MODAL AWAL INVESTASI
DAN *SOCIAL MEDIA INFLUENCER* TERHADAP MINAT MAHASISWA
BERINVESTASI DI PASAR MODAL**



SKRIPSI

Oleh:

Nama: Desyana Twinda Pratiwi

No. Mahasiswa: 16312210

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2020

**PENGARUH PENGETAHUAN INVESTASI, MODAL AWAL INVESTASI
DAN *SOCIAL MEDIA INFLUENCER* TERHADAP MINAT MAHASISWA
BERINVESTASI DI PASAR MODAL**

SKRIPSI

Disusun dan diajukan untuk memenuhi sebagai salah satu syarat untuk mencapai
derajat Sarjana Strata-1 Program Studi Akuntansi pada Fakultas Bisnis dan
Ekonomika Universitas Islam Indonesia

Oleh :

Nama: Desyana Twinda Pratiwi

No. Mahasiswa: 16312210

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

2020

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, 10 Agustus 2020

Penulis,



(Desyana Twinda Pratiwi)

**PENGARUH PENGETAHUAN INVESTASI, MODAL AWAL INVESTASI
DAN *SOCIAL MEDIA INFLUENCER* TERHADAP MINAT MAHASISWA
BERINVESTASI DI PASAR MODAL**

SKRIPSI

Diajukan Oleh:

Nama: Desyana Twinda Pratiwi

No. Mahasiswa: 16312210

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada Tanggal 10 Agustus 2020

Dosen Pembimbing,



(Dra. Isti Rahayu, M.Si., Ak., CA., Cert.SAP

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

**PENGARUH PENGETAHUAN INVESTASI, MODAL AWAL INVESTASI DAN SOCIAL
MEDIA INFLUENCER TERHADAP MINAT MAHASISWA BERINVESTASI DI PASAR
MODAL**

Disusun Oleh : **DESYANA TWINDA PRATIWI**

Nomor Mahasiswa : **16312210**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

Pada hari, tanggal: **Senin, 07 September 2020**

Penguji/ Pembimbing Skripsi : Isti Rahayu, Dra., M.Si., Ak.

Penguji : Yunan Najamudin, Drs., M.B.A.


.....
.....

Mengetahui
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia



Prof. Jaka Sriyana, SE., M.Si, Ph.D.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillahirrabbi'l'alamiin, puji syukur kehadiran Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga skripsi dengan judul “**Pengaruh Pengetahuan Investasi, Modal Awal Investasi dan Social Media Influencer Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi di Pasar Modal**” dapat selesai. Guna memenuhi syarat untuk mencapai derajat Sarjana Strata-1 Program Studi Akuntansi pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa bantuan, petunjuk arahan, bimbingan dan saran dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan kerendahan hati, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang telah menunjukan jalan yang terbaik dan memberikan ridho untuk penulis menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Fathul Wahid, S.T., Msc., Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Indonesia yang telah mendukung dalam penyelesaian studi.
3. Bapak Prof. Dr. Jaka Sriyana, S.E., MSi. Selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia yang telah mendukung dalam penyelesaian studi.

4. Bapak Johan Arifin S.E., M.Si., Ph.D. selaku ketua Jurusan Akuntansi Universitas Islam Indonesia yang telah mendukung dalam penyelesaian studi.
5. Bapak Dr. Mahmudi, S.E., M.Si., Ph.D. selaku Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia yang telah mendukung dalam penyelesaian studi.
6. Ibu Dra. Isti Rahayu, M.Si., Ak., CA., Cert.SAP selalu dosen pembimbing penulis yang selalu membimbing penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Terimakasih Ibu, atas segala ilmu yang diberikan.
7. Kedua orang tua dan kakak-kakak saya atas segala doa, dukungan dan dukungannya selama proses pengerjaan skripsi ini.
8. Diri saya sendiri karena sudah mau berjuang dan bertahan dalam proses menyelesaikan skripsi ini. *You've done well!!!*
9. Sahabat-sahabat terkasih dan tersayang Rawrr yang tidak bisa disebut satu-persatu karena terlalu banyak hehe yang selalu menemani, memberi semangat dan mewarnai hari-hariku.
10. Sahabat ku yang masih singkat menemani masa-masa kuliah, touring dan masa sulit belajar apapun itu Emek, Bella, Umik si Gendut dan fony.
11. Sahabat lainku yang jarang ketemu Larva terimakasih kenangan-kenangan SMA yang diberikan dan menjadi salah satu bagian dari kenangan indah selama sekolah.
12. Teman-teman lain yang tidak dapat disebutkan yang pernah ada di hidupku terimakasih waktu yang diluangkan.

13. Para responden yang telah bersedia membantu mengisi kuesioner.

Saya ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya atas bantuan dan doa dari semua pihak tersebut. Semoga Allah SWT membalas kebaikan kalian berlipat-lipat ganda. Semoga tugas akhir ini dapat memberikan manfaat kepada semua pihak.

Sekian,

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Penulis,

Desyana Twinda Pratiwi

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iii
HALAMAN LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG	1
1.2 RUMUSAN MASALAH	4
1.3 TUJUAN PENELITIAN.....	5
1.4 MANFAAT PENELITIAN.....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	6
2.1 LANDASAN TEORI.....	6
2.1.1 Theory of Planned Behavior (TPB)	6
2.1.2 Minat investasi	8
2.1.3 Pengetahuan investasi	8
2.1.4 Modal awal investasi.....	9
2.1.5 Social media influencer.....	10
2.2 TELAAH PENELITIAN TERDAHULU.....	11
2.3 HIPOTESIS PENELITIAN	14
2.3.1 Pengaruh Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Investasi Mahasiswa	14
2.3.2 Pengaruh Modal Awal Investasi Minimal Terhadap Minat Investasi Mahasiswa	15
2.3.3 Pengaruh <i>social media influencer</i> terhadap minat investasi mahasiswa.....	15
2.3.4 Kerangka Penelitian.....	16
BAB III METODE PENELITIAN.....	17
3.1 METODOLOGI PENELITIAN.....	17

3.1.1	Populasi dan Sampel	17
3.2	VARIABEL PENELITIAN DAN PENGUKURAN VARIABEL	18
3.2.1	Variabel Dependen.....	18
3.2.2	Variabel Independen	19
3.2.3	FORMULASI HIPOTESIS.....	21
3.3	METODE ANALISA DATA.....	22
3.3.1	Uji Reliabilitas	22
3.3.2	Uji Validitas	22
3.3.3	Statistik Deskriptif	22
3.3.4	Uji Asumsi Klasik.....	23
3.3.5	Uji Hipotesis	24
BAB IV	ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	26
4.1	HASIL PENGUMPULAN DATA.....	26
4.2	KARAKTERISTIK RESPONDEN	26
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	26
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	26
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Perguruan Tinggi.....	27
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi.....	28
4.3	STATISTIK DESKRIPTIF	29
4.4	HASIL UJI KUALITAS DATA.....	31
4.4.1	Uji Validitas	31
4.5	Uji Reliabilitas	32
4.6	UJI ASUMSI KLASIK	32
4.6.1	Uji Normalitas.....	32
4.6.2	Uji Multikolinearitas.....	33
4.6.3	Uji Heteroskedastisitas.....	34
4.7	Uji Hipotesis	34
4.7.4	Uji F	36
4.8	PEMBAHASAN	36
4.8.1	Pengaruh Pengetahuan Investasi terhadap Minat Investasi	36
4.8.2	Pengaruh Modal Awal Investasi terhadap Minat Investasi.....	37
4.8.3	Pengaruh <i>Social Media Influencer</i> terhadap Minat Investasi	39
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	41
5.1	SIMPULAN.....	41
5.2	IMPLIKASI PENELITIAN	41
5.3	KETERBATASAN DAN SARAN.....	41
DAFTAR PUSTAKA		43

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 TELAAH PENELITIAN TERDAHULU	11
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	26
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	26
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Perguruan Tinggi	27
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi	28
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif	29
Tabel 4.6 Uji Validitas	30
Tabel 4.7 Uji Reliabilitas	32
Tabel 4.8 Uji Normalitas	32
Tabel 4.9 Uji Multikolinearitas	33
Tabel 4.10 Uji Heterokedastisitas	34
Tabel 4.11 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	34
Tabel 4.12 Hasil Uji F	36

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 2.1	Theory of Planned Behavior (TPB)	6
GAMBAR 2.1	Kerangka Penelitian.....	16

DAFTAR LAMPIRAN

lampiran 1: kuesioner pelatihan.....	49
lampiran 2: tabulasi data.....	52
lampiran 3: STATISTIK DESKRIPTIF	71
lampiran 4: UJI NORMALITAS.....	73
lampiran 5: UJI MULTIKOLINEARITAS	74
lampiran 6: UJI HETEROKEDASTISITAS	74
lampiran 7: UJI REGRESI LINEAR BERGANDA	75

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of investment knowledge, initial capital of investment and social media influencers toward the interest of college students investing in capital market. The object of this study were college students in Yogyakarta. The technique used in sampling is convenience sampling technique. Questionnaire was used to collect data from participants, as much as 124 participants were participate using twenty question items. Every question item were measured using four scale of likert. Data analysis technique that had been used in this study was Multiple Linear Regression Analysis. Based on the test, the results shows that investment knowledge are influencing the interest of college students investing in capital market, initial capital of investment does not influence the interest of college students investing in capital market and social media influencer are influencing the interest of college students investing in capital market.

Keywords: Investment Knowledge, Initial Capital of Investment, Social Media Influencer

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh pengetahuan investasi, modal awal investasi dan *social media influencer* terhadap minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal. Objek dalam penelitian ini adalah mahasiswa perguruan tinggi di Yogyakarta. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *convenience sampling*. Pengumpulan data responden menggunakan kuesioner dengan total dua puluh pertanyaan dan 124 orang partisipan. Setiap pertanyaan diukur dengan empat skala likert. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah Analisis regresi Linier Berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan investasi berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal, modal awal investasi tidak berpengaruh negatif terhadap minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal dan *social medial influencer* berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal.

Kata Kunci: Pengetahuan Investasi, Modal Awal Investasi, Social Media Influencer

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Pertumbuhan investor domestik di pasar modal Indonesia dinilai cukup baik. Menurut Direktur Utama BEI Inaryo Djayadi dalam KOMPAS.com Tercatat per Mei 2019, investor di pasar modal Indonesia sebesar 1,9 juta pengguna, mencapai peningkatan sebesar 19% jika dibandingkan dengan tahun 2018 dengan total investor sebesar 1,6 juta. Sepanjang tahun 2018 pun total investor telah tumbuh sebesar 44% dari tahun 2017 sebesar 1,1 juta (Movanita 2019). Peningkatan tersebut menunjukkan semakin meningkatnya niat masyarakat Indonesia berinvestasi seperti yang sudah di kampanyekan BEI selama beberapa tahun ini.

Investasi di masa ini sudah mulai diminati dan dijalankan oleh masyarakat maupun mahasiswa, namun banyak orang yang mengurungkan niatnya berinvestasi karena beranggapan bahwa berinvestasi sulit dan rumit serta diperlukannya modal yang besar. Pemahaman seseorang tentang cara berinvestasi di pasar modal dapat dikatakan sebagai suatu kendala dalam meningkatkan jumlah investor domestik di masa ini (Aminatun dan Zulaika 2017).

Bursa Efek Indonesia (BEI) sebagai pengelola pergerakan jual – beli saham di Indonesia, terus mengadakan berbagai upaya untuk menaikkan nilai penanaman modal domestik di pasar modal. Sejak tahun 2015, BEI dengan gencar melakukan kampanye “Yuk Nabung Saham”, sebuah kampanye mengajak untuk menginvestasikan dananya di pasar modal dengan membeli saham. BEI berharap dengan adanya program ini masyarakat Indonesia dapat mulai merubah kebiasaan berinvestasi dari kebiasaan menabung sehingga tercapainya perubahan dari *Saving Society* ke *Investing Society*. Pemerintah juga terus berusaha untuk mempermudah pembukaan akun sekuritas baru seperti modal awal dan prosedur pembuatan demi menarik lebih banyak pengguna baru.

Selain dengan adanya program “Yuk Nabung Saham” disediakan juga sosialisasi serta pelatihan penanaman modal saham dengan fokus di lingkungan akademisi universitas, BEI menjadikan mahasiswa sebagai fokus perhatian dalam program edukasi pasar modal.

Mahasiswa merupakan salah satu potensi besar sebagai investor pasar modal baru, dengan dibentuknya galeri investasi sebagai bentuk kerja sama antara Bursa Efek Indonesia dan universitas, diharapkan akan menarik semakin banyak investor muda yang berasal dari kalangan mahasiswa. Pelatihan saham ini dimaksudkan untuk memperluas pengetahuan mahasiswa akan proses dan tata cara investasi modal. Pendekatan pelatihan ini secara beragam mulai dari seminar dengan pembicara – pembicara yang aktif berinvestasi saham hingga dengan *training* pasar modal yang dimana kebanyakan akan memberikan informasi

dimulai dari berbagai macam analisis yang dapat digunakan sebelum pembelian sebuah entitas saham seperti analisis fundamental serta analisis teknikal.

BEI juga memberikan edukasi investasi melalui *social media* dikarenakan saat ini kaum milenial lebih aktif di *social media*. BEI mengajak beberapa orang yang berpengaruh di *social media* atau sering disebut juga sebagai *social media influencer* yang telah menjadi investor saham aktif di BEI melalui program “*Investory*” dengan harapan nantinya para *influencer* ini dapat memberikan edukasi mengenai investasi terhadap para *followersnya*. Tercatat sebanyak 12 *influencer* diikutsertakan dalam program ini di awal tahun 2019 yang kebanyakan merupakan *influencer* aktif di *Instagram* dan *youtube*. Dikutip dari merdeka.com Hasan Fauzi selaku Direktur Pengembangan BEI mengatakan bahwa kunci utama dalam mendorong dan meningkatkan minat dan literasi investasi di Indonesia adaah anak muda (Yadika 2018). Hasan yakin dari aktivitas di *platform* masing – masing *influencer* tersebut dapat meningkatkan jumlah investor muda untuk masuk ke pasar modal. Tercatat sepanjang tahun 2019, jumlah investor melalui *social media* telah mencapai 250 pengguna.

Beberapa penelitian mengenai minat mahasiswa menanamkan modalnya di pasar modal diantaranya dilakukan oleh Aminatun dan Zulaika (2017) yang mengatakan bahwa minat mahasiswa untuk berinvestasi tidak dipengaruhi oleh pengetahuan investasi, sedangkan minat mahasiswa berinvestasi di pasar model secara signifikan dipengaruhi oleh motivasi investasi serta modal minimal investasi. Selanjutnya oleh Wibowo dan Purwohandoko (2019) menemukan

bahwa kebijakan modal minimal investasi, pengetahuan investasi dan pelatihan pasar modal berpengaruh terhadap minat investasi mahasiswa.

Mempertimbangkan investor di pasar modal pada tahun 2019 sebesar 1,9 juta investor, masih relatif kecil dibandingkan dengan penduduk Indonesia, dan hasil penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya masih belum konsisten, sehingga peneliti melaksanakan penelitian kembali **“PENGARUH PENGETAHUAN INVESTASI, MODAL AWAL INVESTASI, DAN *SOCIAL MEDIA INFLUENCER* TERHADAP MINAT MAHASISWA BERINVESTASI DI PASAR MODAL”**. Penelitian ini mengacu pada studi yang dilaksanakan (Aminatun dan Zulaika 2017) dengan menambahkan variabel *social media influencer* karena mahasiswa saat ini cukup aktif dalam penggunaan akun media sosial sehingga diharapkan dapat membantu meningkatkan jumlah investor domestik Indonesia.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Merujuk pada masalah yang disampaikan, maka rumusan masalah pada dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah pengetahuan investasi mempengaruhi minat mahasiswa bernvestasi di pasar modal?
2. Apakah modal awal investasi mempengaruhi minat mahasiswa bernvestasi di pasar modal?

3. Apakah *social media influencer* mempengaruhi minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Untuk menganalisis pengaruh pengetahuan investasi terhadap minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal
2. Untuk menganalisis pengaruh modal awal investasi terhadap minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal
3. Untuk menganalisis pengaruh *social media influencer* terhadap minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal

1.4 MANFAAT PENELITIAN

1. Diharapkan penelitian ini dapat berperan sebagai alat bantu perenungan bagi pengembangan pengetahuan serta sebagai acuan tambahan untuk penelitian seterusnya.
2. Memberikan informasi tentang elemen yang dapat mempengaruhi niat mahasiswa untuk berinvestasi
3. Diharapkan hasil penelitian ini mampu diaplikasikan oleh institusi terkait sebagai bahan pertimbangan untuk menarik investor muda maupun mahasiswa dalam berinvestasi di pasar modal.

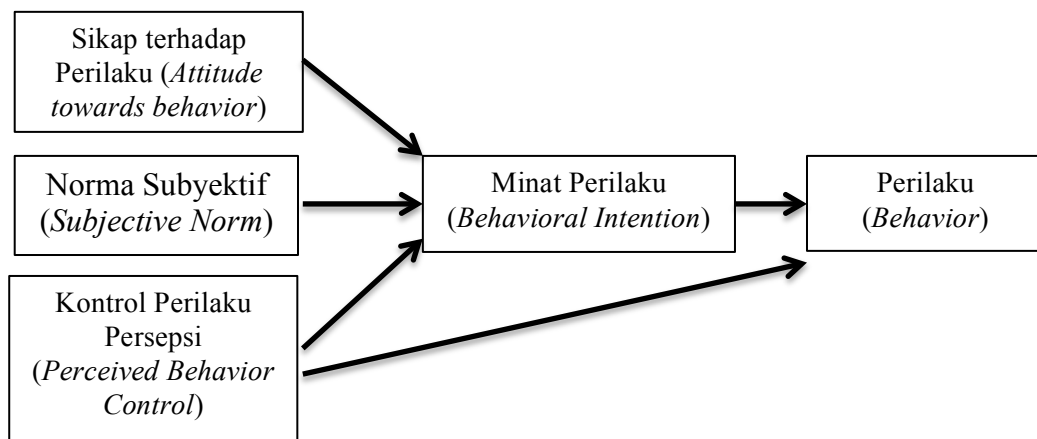
BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 LANDASAN TEORI

4.1.1 Theory of Planned Behavior (TPB)

Theory of Planned Behavior (teori tindakan terencana) adalah pengembangan “*Theory of Reasoned Action*” yang memiliki asumsi seseorang akan berperilaku sesuai dengan niat sadar yang berdasarkan kalkulasi rasional tentang efek potensial serta bagaimana dipandang oleh orang lain, oleh Ajzen (1991) pengembangan teori ini dilakukan dengan menambahkan suatu konstruk *perceived behavioral control*. Teori ini menjelaskan bahwa sikap terhadap perilaku adalah hal penting yang dapat memprediksi perilaku seseorang, tetapi ketika menilai norma serta memperkirakan kontrol perilaku seseorang harus mempertimbangkan karakter orang tersebut. Adanya sikap positif, dorongan dari orang terdekat dan adanya keleluasaan sehingga tidak ada hambatan berperilaku dan kesediaan orang untuk berperilaku (Ajzen 2005)..



Gambar 2.1
Theory Planned Behavior

Attitude towards behavior merupakan kecenderungan untuk memberikan respon terhadap suatu objek, orang, peristiwa maupun organisasi (Ajzen 1991). Pandangan seseorang terhadap suatu perilaku dipengaruhi oleh keyakinan akibat dari tingkah laku yang dilakukan (*perceived behavioral control*). Dipercayai bahwa pandangan perilaku ini memiliki dampak langsung pada keinginan perilaku, dan keinginan ini terkait dengan control perilaku yang dirasakan dan norma subyektif (Ajzen 1991). Sikap seseorang dalam menyikapi informasi akan mempengaruhi perilakunya.

Menurut Fishbein dan Ajzen (1975), norma subjektif merupakan keyakinan-keyakinan terhadap pemikiran referan atau rujukan dalam menampilkan atau tidak menampilkan perilaku yang dipertanyakan. Keinginan individu untuk menuruti pendapat orang-orang yang membentuk tekanan normatif disebut dengan norma subjektif, sejauh mana individu bersedia melakukan suatu perilaku berdasarkan orang-orang yang berarti bagi dia.

Perceived behavioral control didasarkan pada pemahaman tentang pengalaman dan hambatan dimasa lalu yang merupakan hambatan untuk menemukan solusi untuk dalam melakukan suatu perbuatan (Ajzen 2005). Kemudahan dan kesulitannya dapat diartikan dengan kesediaan dana, informasi, dan sarana prasarana yang digunakan. Faktor pendukung berperan penting dalam pengendalian perilaku dan sebaliknya, sehingga faktor pendukung yang dirasakan individu berkurang, semakin sulit memahami perilaku yang dilakukan seseorang (Ajzen 2005).

Seseorang akan tertarik untuk berinvestasi karena memiliki kapabilitas dan kesempatan. Kapabilitas bisa ditingkatkan melalui sosialisasi, pelatihan investasi, sedangkan kesempatan karena adanya tarawar investasi (Aminatun dan Zulaika 2017).

4.1.2 Minat investasi

Dharmmesta (1998) mengatakan, minat adalah perantara antar elemen motivasi yang berpengaruh pada perilaku. Menurut Salim dan Salim (2002), minat diibartkan sebagai penghubung dari berbagai elemen yang memiliki konsekuensi tertentu. Minat menunjukkan seberapa besar keinginan seseorang dalam berupaya dan menunjukkan usaha untuk menggapai sesuatu.

Semakin besarnya keinginan seseorang untuk melakukan investasi, akan menyebabkan suatu sikap yang dipilih untuk menginvestasikan dana di pasar modal akan semakin besar dan sikap tersebut akan dapat mempengaruhi niat berinvestasi mahasiswa.

4.1.3 Pengetahuan investasi

Menurut penelitian Nagy & Obenberger (1994) menunjukkan sebelum berinvestasi investor tidak hanya mempertimbangkan dari faktor-faktor umum saja, investor akan mempertimbangkan beberapa faktor lain seperti informasi mengenai keuangan perusahaan (*accounting information*), nama baik dan status perusahaan (*self image*), kapabilitas penanam modal dalam mematok standar ekonomis (*classic*), rekomendasi dari orang yang profesional (*professional recommendation*), dan apakah perusahaan tersebut milik nasional atau

internasional (*existence*). Edukasi investasi untuk masyarakat penting karena akan membantu meningkatkan jumlah orang yang tertarik berinvestasi saham (Tandio dan Widanaputra 2016).

Setiap individu memiliki kontrol berupa keberadaan daya, keterampilan maupun kemungkinan untuk melakukan suatu perbuatan. Ketika seseorang memiliki ketiga kontrol tersebut, maka ia dapat memiliki tekad untuk berperilaku. Dalam kaitannya dengan minat melakukan investasi maka pengetahuan investasi merupakan *perceived behavioral control* yang akan mempengaruhi minat berinvestasi.

4.1.4 Modal awal investasi

Di masa yang akan datang akan mendapatkan keuntungan jika melakukan penanaman modal pada suatu perusahaan (Halim 2005). Masyarakat dipermudah dalam melakukan investasi di pasar modal oleh Bursa Efek Indonesia (BEI) selaku pengelola pasar modal di Indonesia, BEI membuat kebijakan dengan mengubah unit perdagangan menjadi yang awalnya satu lot sebanyak 500 lembar menjadi 100 lembar per lot. Bagi para investor dapat membuka rekening saham dengan setoran minimal Rp 100.000 di perusahaan – perusahaan sekuritas di galeri investasi yang bekerja sama dengan perguruan tinggi. Cara investasi ini cukup mudah, investor dapat membeli 1 lot saham dengan harga Rp 1.000/lembar hanya dengan uang Rp 100.000.

Seiring dengan rendahnya modal awal minimal berinvestasi, akan semakin mempermudah calon investor untuk memulai transaksi berinvestasi di

pasar modal. Semakin seseorang mendapat kemudahan untuk melakukan suatu tindakan, semakin besar pengaruhnya terhadap niat untuk melakukan tindakan. Dengan perubahan peraturan pembelian minimal berinvestasi di pasar modal, dapat memfasilitasi investor potensial untuk membuat keputusan berinvestasi di pasar modal, dikarenakan biaya modal awal investasi yang semakin terjangkau. Dengan terjangkaunya modal awal investasi akan memudahkan para calon investor untuk memulai untuk bertransaksi di pasar modal sehingga meningkatkan minat berinvestasi. Sesuai dengan teori *perceived behavioral control* modal awal akan mempengaruhi minat mahasiswa menanam modal di pasar modal.

4.1.5 Social media influencer

Influencer marketing adalah cara memasarkan atau promosi dengan menggunakan *influncer* di media sosial seperti Instagram, Blog, Youtube, Twitter dan berbagai *platform online* lain. *Social media influencer* ini merupakan pihak ketiga yang menyandang popularitas dan bukan merupakan selebriti atau *public figure* tetapi bisa jadi seseorang yang memiliki akun dengan banyak *followers* atau pengikut (Senft 2013). Seseorang di media sosial yang memiliki pengikut atau *followers* sangat banyak, kemudian memberikan akses untuk mempengaruhi secara virtual kepada banyak orang sehingga kritik dan saran yang diungkapkannya sangat berpengaruh terhadap opini publik. Dalam konteks promosi dan pemasaran, para *influncer* media sosial ini melakukan fungsi dari promosi *Word of Mouth (WOM)* yaitu promosi dari mulut ke mulut.

Lingkungan seorang individu berperan penting dalam proses pengambilan

keputusan. Lingkungan dimana adanya seseorang yang dianggap penting dan dapat mempengaruhi investasi di pasar modal secara positif, sehingga akan berpengaruh kepada minat untuk berinvestasi. Dengan adanya pengaruh dari *social media influencer* ini membuktikan bahwa teori norma subjektif mampu mempengaruhi niat mahasiswa dalam menanam modal di pasar modal.

2.2 TELAAH PENELITIAN TERDAHULU

Penelitian ini tidak terlepas dari sumber – sumber penelitian sebelumnya. Pada penelitian ini menggunakan beberapa penelitian terdahulu adalah sebagai berikut:

No.	Penulis	Subjek Penelitian	Variabel	Hasil
1	(Aminatun dan Zulaika 2017)	Mahasiswa Program studi Akuntansi STIE Kesuma Negara Blitar	Independen: Modal minimal investasi, Pemahaman investasi, Motivasi Dependen: Minat investasi	Modal minimal investasi serta motivasi memiliki pengaruh yang signifikan sedangkan pemahaman tentang investasi mempengaruhi minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal.
2	(Riyadi 2016)	Mahasiswa FEB Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta	Independen: Modal minimal investasi, Manfaat investasi, <i>Return</i> , Motivasi, edukasi pasar modal Dependen: Minat investasi	Manfaat, modal minimal, dan motivasi berpengaruh signifikan sedangkan <i>return</i> dan edukasi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berinvestasi.

3	(Widodo 2018)	Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	Independen: Visibilitas, Kredibilitas, Daya tarik, Kekuatan Dependen: Minat beli dari Shopee	Visibilitas, kredibilitas, daya tarik, dan kekuatan selebriti endorser memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli di Shopee.
4	(Putri dan Patria 2018)	Remaja Putri Yogyakarta	Independen: <i>Endorsement</i> selebriti Instagram Dependen: Minat beli remaja putri	<i>Endorsement</i> selebgram tidak berpengaruh terhadap minat beli remaja putri.
5	(Pajar dan Pustikaningsih 2017)	Mahasiswa FE UNY	Independen: Pengetahuan investasi, Motivasi investasi Dependen: Minat investasi mahasiswa	Motivasi dan pengetahuan investasi memiliki pengaruh terhadap minat berinvestasi mahasiswa FE UNY.
6	(Wulandari, Sinarwati, dan Purnamawati 2017)	Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Kota Malang	Independen: Fasilitas, Manfaat, Persepsi kemudahan, <i>Return</i> , Modal, Persepsi Risiko Dependen: Minat mahasiswa investasi secara <i>online</i>	Dari enam variabel fasilitas, manfaat, persepsi kemudahan, <i>return</i> , modal dan persepsi risiko hanya modal saja yang mempengaruhi minat mahasiswa untuk berinvestasi secara online
7	(Aini, Maslichah, dan Junaidi 2019)	Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Kota Malang	Independen: Pengetahuan dan Pemahaman, Motivasi, Modal minimum, Risiko, <i>Return</i> , Dependen:	Pengetahuandan pemahaman, modal, return dan motivasi investasi tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa

			Minat investasi	berinvestasi sedangkan risiko berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa berinvestasi.
8	(Listyani, Rois, dan Prihati 2019)	PT Phintraco Sekuritas Branch Office	Independen: Pengetahuan investasi, modal investasi minimal, pelatihan pasar modal, persepsi risiko Dependen: Minat Investasi Mahasiswa	Pengetahuan investasi dan persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap minat investasi mahasiswa. Sedangkan modal minimal dan pelatihan pasar modal, berpengaruh terhadap minat investasi mahasiswa.
9	(Wibowo dan Purwohandoko 2019)	Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya yang Terdaftar Galeri Investasi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya	Independen: Pengetahuan, Modal, Pelatihan pasar modal Dependen: Minat Investasi Mahasiswa	Seluruh variabel independen pengetahuan investasi, kebijakan modal minimal dan pelatihan pasar modal memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat investasi.
10	(Hariyanti dan Wirapraja 2018)	Studi Literatur	Independen: <i>Influencer marketing</i> Dependen: Strategi pemasaran digital era moderen	Hasil penelitian ini adalah <i>influencer marketing</i> dapat secara signifikan dalam memangkas pengeluaran biaya promosi dan sangat cocok diterapkan untuk meningkatkan <i>brand image</i> dan

				<i>brand awareness</i> secara efektif.
11	(Ridha, Perdana, dan As'ad 2018)	Pengguna Sosial Media di Jakarta, Medan, Bandung, Makassar dan Surabaya	Independen: Kepercayaan, Daya tarik, Keahlian Dependen: Minat pembelian calon konsumen	Hasil penelitian ini adalah kepercayaan dan keahlian berpengaruh pada minat pembelian calon konsumen, sedangkan daya tarik kurang berpengaruh.

Tabel 2.1
Rincian Penelitian Terdahulu

2.3 HIPOTESIS PENELITIAN

2.3.1 Pengaruh Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Investasi Mahasiswa

Ilmu yang didapat calon investor dari pelatihan maupun seminar pasar modal dapat memberikan pengetahuan kepada investor. Diharapkan dengan adanya pengetahuan mengenai pasar modal, dapat memicu mahasiswa untuk melakukan investasi. *Perceived behavioral control* mengandung unsur keterampilan sehingga sesuai dengan *Theory of Planned Behavior*. Apabila seseorang memiliki keterampilan dalam berinvestasi maka pengetahuan investasi dapat mempengaruhi minat mahasiswa berinvestasi.

Pajar dan Pustikaningsih (2017) dan Wibowo dan Purwohandoko (2019) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa minat investasi mahasiswa secara signifikan dipengaruhi oleh pengetahuan investasi.

H1 : Pengetahuan investasi memiliki pengaruh positif terhadap minat mahasiswa berinvestasi

2.3.2 Pengaruh Modal Awal Investasi Minimal Terhadap Minat Investasi Mahasiswa

Nominal atau jumlah yang akan dikeluarkan untuk melakukan investasi tentunya akan menjadi pertimbangan sebelum melakukan investasi. Tidak semua orang yang melakukan investasi mempunyai modal yang besar, dengan adanya modal yang rendah investasi akan meningkatkan minat investasi. Hal ini sesuai dengan *Theory of Planned Behavior* bahwa *perceived behavioral control* ditentukan oleh kemudahan berperilaku seperti modal awal yang relatif rendah untuk memulai bertransaksi sehingga akan meningkatkan minat mahasiswa berinvestasi.

Penelitian (Aminatun dan Zulaika 2017) menemukan niat investasi mahasiswa dipengaruhi oleh modal minimal investasi. Selain itu menurut Wulandari dkk (2017) modal investasi berpengaruh secara parsial terhadap minat mahasiswa berinvestasi secara online.

H2 : Modal awal investasi memiliki pengaruh negatif terhadap minat mahasiswa berinvestasi

2.3.3 Pengaruh *social media influencer* terhadap minat investasi mahasiswa

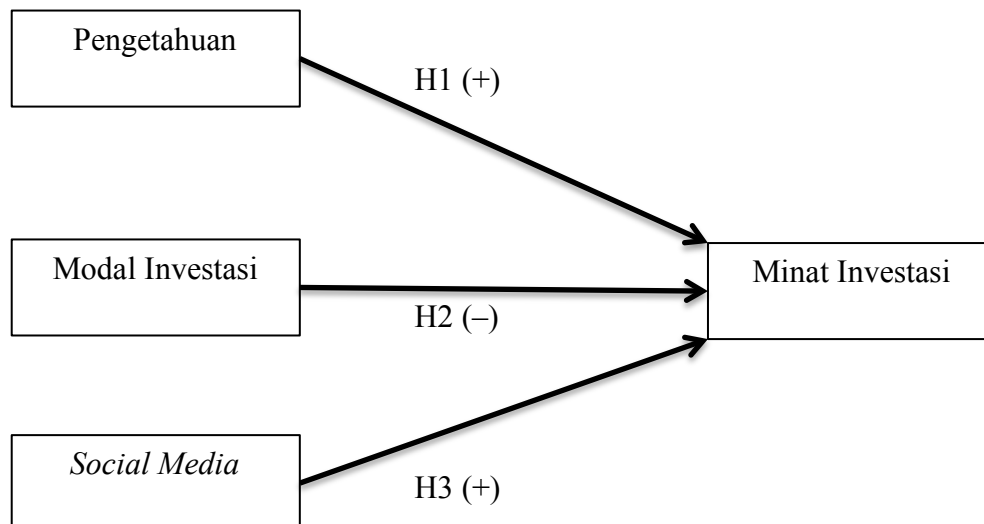
Social media Influencer adalah sebuah cara baru aktivitas *online*. Orang dapat menggunakan berbagai teknologi seperti *video*, *blog*, dan situs jejaring sosial untuk meningkatkan popularitas mereka di internet (Senft 2013). *Social media influencer* juga merupakan metode memperlakukan seseorang sebagai penggemar (*fanbase*), mengelola popularitas mereka melalui manajemen

penggemar, dan dengan hati-hati membangun pengenalan diri seseorang dan menggunakannya sebagai bahan konsumsi orang lain (Marwick 2013). *Influencer* memiliki pengaruh di dunia *media sosial*. Ribuan pengikut yang mengikuti kegiatan mereka dengan sangat aktif dan menghormati pendapat mereka untuk mengikuti *influencer* ini. Hal ini sesuai dengan *Theory of Planned Behavior* bahwa norma subjektif yang antara lain dipengaruhi oleh pendapat *social media influencer* dapat mempengaruhi minat mahasiswa untuk berinvestasi.

Penelitian yang dilakukan oleh Widodo (2018), Hariyanti dan Wirapraja (2018) dan Ridha dkk. (2018) menunjukkan bahwa penggunaan *endorsement* selebriti memiliki pengaruh terhadap minat beli mahasiswa.

H3 : *Social Media Influencer* memiliki pengaruh positif terhadap minat mahasiswa berinvestasi

2.3.4 Kerangka Penelitian



Gambar 2.2
Kerangka penelitian

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 METODOLOGI PENELITIAN

3.1.1 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif Perguruan Tinggi di Yogyakarta. Alasan memilih menganalisis ini disebabkan oleh banyaknya mahasiswa di Yogyakarta yang masih aktif berkuliah dan memiliki potensi minat terhadap investasi pasar modal. Mekanisme pemungutan sampel yang dikenakan adalah *convenience sampling*.

Jumlah orang dalam penelitian ini tidak diketahui maka dalam penghitungan jumlah sample minimum untuk menentukan minat mahasiswa digunakan rumus *Lemeshow* (Riduwan dan Akdon 2010). Penggunaan rumus *Lemeshow* ini dikarenakan populasi yang dituju terlalu besar dan jumlah yang selalu berubah-ubah, dalam penelitian ini digunakan rumus untuk mencari jumlah sampel:

$$n = \frac{Z^2 \times P (1 - P)}{d^2}$$

Keterangan:

n : jumlah sampel

Z : nilai z pada kepercayaan 95% = 1,96

P : maksimal estimasi = 0,5

d : *alpha* (0.1) atau toleransi error = 10%

sehingga:

$$\begin{aligned}n &= \frac{1,96^2 \times 0,5 (1 - 0,5)}{0,1^2} \\n &= \frac{3.8416 \times 0,25}{0,01} \\n &= \frac{0,9604}{0,01} \\n &= 96,04\end{aligned}$$

Sehingga ukuran sampel minimum yang diperlukan untuk penelitian ini adalah 96,04 responden yang akan dibulatkan menjadi 100 responden.

3.2 VARIABEL PENELITIAN DAN PENGUKURAN VARIABEL

3.2.1 Variabel Dependen

Minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal merupakan variabel dependen pada penelitian ini. Menurut Dharmmesta (1998) minat itu penghubung antara elemen-elemen motivasi yang berdampak pada perilaku. Minat berinvestasi dapat diartikan sebagai keinginan untuk melakukan investasi. Penelitian ini akan menggunakan skala likert dalam masing-masing pertanyaan di kuesioner, dengan skor 1 hingga 4 dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju dengan kategori nilai likert STS = 1,00 – 1,25; TS = 1,26 – 2,50; S = 2,51 – 3,75; SS = 3,76 – 4,00. Menggunakan instrumen yang diadaptasi dari (Aini dkk. 2019).

KODE	ITEM PERTANYAAN
MI1	Saya berminat melakukan berinvestasi di pasar modal
MI2	Saya telah mencari informasi tentang pasar modal
MI3	Saya pikir, menginvestasikan dana di pasar modal adalah investasi yang sangat menjanjikan
MI4	Saya percaya menginvestasikan dana di pasar modal merupakan

	investasi yang tepat bagi mahasiswa dengan modal rendah
MI5	Dengan sarana yang baik dan promosi yang menarik, saya tertarik untuk melakukan investasi di pasar modal

3.2.2 Variabel Independen

Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

a. Pengetahuan Investasi

Pengetahuan investasi merupakan sebuah informasi yang berisi metode pengelolaan uang yang ada untuk mendapatkan *profit* di masa depan dengan penelaahan yang dilakukan dari beragam sumber yang ada dan diserap oleh ingatan individu tersebut. Penelitian ini akan menggunakan skala likert dalam masing-masing pertanyaan di kuesioner, dengan skor 1 hingga 4 dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju, dengan kategori nilai likert STS = 1,00 – 1,25; TS = 1,26 – 2,50; S = 2,51 – 3,75; SS = 3,76 – 4,00. Menggunakan instrumen yang diadaptasi dari (Aini dkk. 2019).

KODE	ITEM PERTANYAAN
PI1	Pengetahuan dasar tentang investasi sangat penting bagi calon investor
PI2	Saat saya berinvestasi pada suatu perusahaan, berarti saya memiliki bagian dari perusahaan tersebut
PI3	Menurut saya, dengan edukasi pasar modal dapat memberi informasi mengenai investasi saham
PI4	Saya mengerti bahwa deviden dan capital gain adalah manfaat dari berinvestasi saham di pasar modal
PI5	Sebelum berinvestasi di pasar modal, saya melakukan analisis teknis dan analisis dasar terlebih dahulu

b. Modal Awal Investasi

Modal awal adalah sumber dana minimal yang diperlukan untuk memulai investasi. Penelitian ini akan menggunakan skala likert dalam masing-masing pertanyaan di kuesioner, dengan skor 1 hingga 4 dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju, dengan kategori nilai likert STS = 1,00 – 1,25; TS = 1,26 – 2,50; S = 2,51 – 3,75; SS = 3,76 – 4,00.

Menggunakan instrumen yang diadaptasi dari (Aini dkk. 2019).

KODE	ITEM PERTANYAAN
MA1	Jika modal awal berinvestasi adalah Rp 100.000,- saya berminat berinvestasi di pasar modal
MA2	Sebagai instrumen investasi, untuk memulai berinvestasi saham cukup terjangkau
MA3	Saat berinvestasi, saya akan memperhitungkan perkiraan dana sebelum bertransaksi
MA4	Pengimbangan dana pengeluaran dengan pendapatan membantu saya untuk memenuhi keuangan pribadi
MA5	Sebagai investor saya bebas meningkatkan dan mengurangi dana investasi saya

c. *Social Media Influencer*

Social media influencer adalah blogger, youtuber, video blogger, selebritis dan ahli lainnya yang memiliki pengaruh besar di dunia maya. Proses pemasarannya menggunakan prinsip *Word of Mouth* (WOM). Penelitian ini akan menggunakan skala likert dalam masing-masing pertanyaan di kuesioner, dengan

skor 1 hingga 4 dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju, dengan kategori nilai likert STS = 1,00 – 1,25; TS = 1,26 – 2,50; S = 2,51 – 3,75; SS = 3,76 – 4,00. Menggunakan instrumen yang diadaptasi dari (Ridha dkk. 2018)

KODE	ITEM PERTANYAAN
SI1	<i>Influencer</i> yang terdaftar dalam “investory” merupakan selebgram yang populer di Instagram
SI2	<i>Influencer</i> yang terdaftar dalam “investory” sering mengunggah informasi mengenai pasar modal di akunnya
SI3	<i>Influencer</i> yang terdaftar dalam “investory” mampu membuat anda percaya sehingga mempertimbangkan berinvestasi pasar modal
SI4	Setelah melihat unggahan <i>influencer</i> “investory” saya berminat untuk menginvestasikan dana saya di pasar modal
SI5	Setelah melihat unggahan <i>influencer</i> “investory” saya memiliki keinginan untuk berinvestasi seperti mereka

3.2.3 FORMULASI HIPOTESIS

Formulasi hipotesis penelitian ini adalah:

$H0_1 > 0$ Pengetahuan Investasi Berengaruh Positif Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi di Pasar Modal

$HA_1 \leq 0$ Pengetahuan Investasi Tidak Berpengaruh Positif Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi di Pasar Modal

$H0_2 < 0$ Modal Awal Investasi Berpengaruh Negatif Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi di Pasar Modal

$HA_2 \geq 0$ Modal Awal Investasi Tidak Berpengaruh Negatif Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi di Pasar Modal

$H_{03} > 0$ *Social Media Influencer* Berpengaruh Positif Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi di Pasar Modal

$H_{A3} \leq 0$ *Social Media Influencer* Tidak Berpengaruh Positif Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi di Pasar Modal

3.3 METODE ANALISA DATA

Metode untuk menganalisis data penelitian yang diolah menggunakan pendekatan SPSS yang merupakan salah satu teknik *Structural Equation Model* (SEM). Model analisis SPSS terdiri dari

3.3.1 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berguna untuk menentukan tingkat keandalan data yang diperoleh selama penelitian. Jika variabel mendapat nilai koefisien reliabilitas (α) $> 0,70$ dan *Cronbach Alpha* positif (Ghozali 2013).

Untuk mendefinisikan elemen itu dapat diandalkan atau tidak, maka ketentuannya sebagai berikut:

- a. Jika *Cronbach Alpha* $> 0,70$ artinya variabel penelitian *reliable*.
- b. Jika *Cronbach Alpha* $< 0,70$ artinya variabel penelitian tidak *reliable*.

3.3.2 Uji Validitas

Uji validitas berguna untuk menentukan ketepatan indikator suatu kuesioner (Ghozali 2013). Uji validitas diukur dengan metode korelasi pearson dengan $\alpha=5\%$. Jika nilai signifikan per indikator didapatkan 5% , dan probabilitas $< 0,05$ akan dinyatakan valid (Ghozali 2013).

3.3.3 Statistik Deskriptif

Objek yang diteliti melalui data sampel dapat digambarkan atau dideskripsikan menggunakan analisis deskriptif. Informasi terkait karakteristik

variabel penelitian yang utama dan data demografi responden dapat didapatkan menggunakan analisis deskriptif ini. Demografi responden ini gunanya untuk mengetahui kategori responden antara lain umur, jenis kelamin, tingkat pendidikan dan lain-lain (Tandio dan Widanaputra 2016).

3.3.4 Uji Asumsi Klasik

3.3.4.1 Uji Normalitas

Tujuan dari uji normalitas dilakukan guna menguji apakah variabel perancu terdistribusi normal dalam model regresi. Cara mengetahui data yang terdistribusi normal, harus menganalisis grafik normal dan histogram. Jika grafik histogram simetris, data dikatakan berdistribusi normal. Jika distribusi titik dekat dengan garis diagonal maka grafik normal (Ghozali 2013). Tahap kedua adalah memeriksa hasil uji statistik Kolmogorov Smirnov. Jika nilai signifikansi > 0.05 , data berdistribusi normal.

3.3.4.2 Uji Multikolinearitas

Melihat nilai *Tolerance* dan VIF (*Variance Inflation Factor*) merupakan metode yang sering digunakan peneliti guna mendeteksi multikolonieritas pada model regresi. Nilai yang dianjurkan untuk membuktikan tidak ada multikolonieritas yaitu skor *tolerance* > 0.10 dan VIFnya < 10 (Ghozali 2013).

3.3.4.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2013), uji heteroskedastisitas dilakukan guna menganalisis model regresi, dimana ada varians residual antar observasi serupa. Jika varian residual antar pengamatan konstan maka data homoskedastisitas, tetapi jika varian residual antar pengamatan berbeda maka data heteroskedastisitas. Uji glejser digunakan untuk mengukur heteroskedastisitas dengan bantuan SPSS.

3.3.5 Uji Hipotesis

3.3.5.1 Analisis Regresi Berganda

Persamaan analisis regresi linier berganda adalah:

$$Y = a + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \beta_3 x_3 + \epsilon$$

Keterangan:

Y : Minat Berinvestasi

a : Konstanta

$\beta_1 - \beta_6$ = Koefisien Regresi

x_1 = Pengetahuan Investasi

x_2 = Modal Awal

x_3 = *Social Media Influencer*

3.3.5.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Kapabilitas model regresi menerangkan perubahan variabel terikat dapat diketahui dengan menggunakan uji koefisien determinasi (R^2). Nilai koefisien determinasi (R^2) yaitu antara 0 (nol) dan 1 (satu). Jika koefisien determinasi rendah artinya kemampuan variabel independen sangat terbatas. Tetapi jika mendekati 1 artinya variabel bebas menyediakan nyaris seluruh data yang dibutuhkan untuk memperkirakan varian variabel terikat (Ghozali 2013).

3.3.5.3 Uji Kelayakan Model (Uji Statistik F)

Uji F dilakukan guna mengevaluasi layak tidaknya model regresi untuk menerangkan pengaruh variabel bebas dengan variabel terikat untuk

menyelesaikan masalah. Uji F dilakukan guna menilai kesesuaian menggunakan uji statistik F dengan nilai *alpha* 5%. Apabila signifikansi $< 0,05$ model penelitian ini sesuai dan dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut (Ghozali 2013).

3.3.5.4 Uji Signifikansi Individual (Uji Statistik t)

Uji statistik t dilakukan guna menguji pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat (Ghozali 2013). Dengan kriteria pengujian apabila signifikansi $< 0,05$ dan arah koefisien regresi variabel independen selaras dengan prediksi maka H_0 ditolak atau H_a didukung.

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.2 HASIL PENGUMPULAN DATA

Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif Perguruan Tinggi di Yogyakarta. Dalam penelitian ini, jumlah responden yang diterima oleh peneliti berjumlah 124 mahasiswa sesuai dengan ketentuan sampel pada Bab III dengan jumlah minimal responden sebesar 100 sampel.

4.3 KARAKTERISTIK RESPONDEN

4.3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
1.	Laki-laki	48	38,7%
2.	Perempuan	76	61,3%
Jumlah		124	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2020

Tabel 4.1 menunjukkan dari 124 responden yang diberikan kuesioner, sebagian besar perempuan sejumlah 61,3% atau 76 responden, dan sisanya sebanyak 38,7% atau 48 responden laki-laki.

4.3.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.2
Deskripsi Data Responden Berdasarkan Usia

No	Jurusan	Frekuensi	Presentase
1.	18-20 tahun	5	4,0%
2.	21-23 tahun	116	93,5%

3.	>23 tahun	3	2,4%
Total		124	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2020

Tabel di atas menunjukkan dari 124 responden yang diberikan kuesioner, sebagian besar responden mempunyai usia 21-23 tahun yaitu sejumlah 93,5% atau 116 responden, usia 18-20 tahun sejumlah 4% atau 5 responden dan usia >23 tahun sejumlah 2,4% atau 3 responden.

4.3.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Perguruan Tinggi

Tabel 4.3
Deskripsi Data Responden Berdasarkan Perguruan Tinggi

No	Jurusan	Frekuensi	Prosentase
1.	UII	64	51,6
2.	UMY	34	27,4
3.	AA YKPN	2	1,6
4.	UGM	8	6,5
5.	UPN	6	4,8
6.	UNY	5	4,0
7.	UAD	2	1,6
8.	STIE YKPN	2	1,6
9.	Amikom	1	0,8
Total		124	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2020

Menurut tabel 4.3 menunjukkan dari 124 responden yang diberikan kuesioner, sebagian besar responden berasal dari UII yaitu sejumlah 51,6% atau 64 responden, UMY sejumlah 27,4% atau 34 responden, AA YKPN sejumlah 1,6% atau 2 responden, UGM sejumlah 6,5% atau 8 responden, UPN sejumlah 4,8% atau 6 responden, UNY sejumlah 4,0% atau 5 responden, UAD sejumlah

1,6% atau 2 responden, STIE YKPN sejumlah 1,6% atau 2 responden dan AMIKOM sejumlah 0,8% atau 1 responden.

4.3.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi

Deskripsi data responden berdasarkan program studi dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.4
Deskripsi Data Responden Berdasarkan Program Studi

No	Jurusan	Frekuensi	Prosentase
1.	Akuntansi	52	41,9%
2.	Manajemen	14	11,3%
3.	Ilmu Komunikasi	9	7,3%
4.	Teknik Geologi	4	3,2%
5.	Informatika	1	,8%
6.	Kedokteran	3	2,4%
7.	Arsitektur	1	,8%
8.	Psikologi	3	2,4%
9.	Pendidikan Agama Islam	2	1,6%
10.	Syariah	2	1,6%
11.	Teknik Elektro	3	2,4%
12.	Hukum	9	7,3%
13.	PGSD	1	,8%
14.	Hubungan Internasional	9	7,3%
15.	Teknik Lingkungan	3	2,4%
16.	PJKR	2	1,6%
17.	Ilmu Ekonomi	1	0,8%
18.	Pendidikan Dokter Gigi	1	0,8%
19.	Farmasi	1	0,8%
20.	Sistem Informasi	1	0,8%
21.	Filsafat	1	0,8%
22.	IT	1	0,8%
Total		124	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2020

Menurut tabel 4.4 menunjukkan dari 124 responden yang diberikan kuesioner, sebagian besar responden dengan program studi Akuntansi yaitu sejumlah 41,9% atau 52 responden, Manajemen sejumlah 11,3% atau 14 responden, Ilmu Komunikasi sejumlah 7,3% atau 9 responden, Teknik Geologi sejumlah 3,2% atau 4 responden, Informatika sejumlah 1,6% atau 2 responden, Kedokteran sejumlah 2,4% atau 3 responden, Arsitektur sejumlah 0,8% atau 1 responden, Psikologi sejumlah 2,4% atau 3 responden, Pendidikan Agama Islam sejumlah 1,6% atau 2 responden, Syariah sejumlah 1,6% atau 2 responden, Teknik Elektro sejumlah 2,4% atau 3 responden, Hukum sejumlah 7,3% atau 9 responden, PGSD sejumlah 0,8% atau 1 responden, Hubungan Internasional sejumlah 7,3% atau 9 responden, Teknik Lingkungan sejumlah 2,4% atau 3 responden, PJKR sejumlah 1,6% atau 2 responden, Ilmu Ekonomi sejumlah 0,8% atau 1 responden, Pendidikan Dokter Gigi sejumlah 0,8% atau 1 responden, Farmasi sejumlah 0,8% atau 1 responden, Sistem Informasi sejumlah 0,8% atau 1 responden dan Filsafat sejumlah 0,8% atau 1 responden.

4.4 STATISTIK DESKRIPTIF

Sampel penelitian ini menggunakan 124 responden, dengan variabel pengetahuan investasi, modal awal investasi, *social media influencer* dan minat investasi. Analisis ini menggunakan nilai rata-rata, minimum, maksimum dan standar deviasi jawaban responden dari tiap variabel. Hasil statistik deskriptif dapat diuji di tabel berikut.

Tabel 4.5
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
--	---	---------	---------	------	-------------------

Pengetahuan Investasi	124	2.20	4.00	3.4065	.42056
Modal Awal Investasi	124	2.00	4.00	3.3500	.44365
<i>Social Media Influencer</i>	124	1.00	4.00	2.8935	.62959
Minat Investasi	124	1.00	4.00	3.0065	.65067
Valid N (listwise)	124				

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2020

Berdasarkan hasil analisis tabel 4.5 dapat dijabarkan deskriptif tiap variabel sebagai berikut:

1. Nilai terendah pengetahuan investasi sebesar 2.20 dan tertinggi 4.00.

Nilai rata-rata pengetahuan investasi 3.4065 sedangkan standar deviasinya (tingkat sebaran data) 0.42056, yang berarti bahwa rata-rata > standar deviasi, maka menunjukkan data bersifat homogen.

2. Nilai terendah modal awal investasi sebesar 2.00 dan tertinggi 4.00.

Nilai rata-rata modal awal investasi 3.3500 sedangkan standar deviasinya sebesar 0.44365, yang berarti bahwa rata-rata > standar deviasi, maka menunjukkan data bersifat homogen.

3. Nilai terendah *social media influencer* sebesar 1.00 dan tertinggi 4.00.

nilai rata-rata *social media influencer* 2.8935 sedangkan standar deviasinya 0.62959, yang berarti bahwa rata-rata > standar deviasi, maka menunjukkan data bersifat homogen.

4. Nilai terendah minat investasi sebesar 1.00 dan tertinggi 4.00. Nilai rata-rata minat investasi 3.0065 sedangkan standar deviasinya 0.65067, yang berarti bahwa rata-rata > standar deviasi, maka menunjukkan data bersifat homogen.

4.4 HASIL UJI KUALITAS DATA

4.4.1 Uji Validitas

Untuk meyakinkan bahwa setiap butir pertanyaan dapat dimengerti dengan baik oleh para reresponden dilakukan uji validitas.

Korelasi antar butir pertanyaan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.6 Uji Validitas

Variabel	Pertanyaan	R Statistik	Sig	Ket
Pengetahuan Investasi (X1)	BUTIR1	0,714	,000	Valid
	BUTIR2	0,720	,000	Valid
	BUTIR3	0,726	,000	Valid
	BUTIR4	0,792	,000	Valid
	BUTIR5	0,712	,000	Valid
Modal Awal Investasi (X2)	BUTIR1	0,695	,000	Valid
	BUTIR2	0,696	,000	Valid
	BUTIR3	0,713	,000	Valid
	BUTIR4	0,758	,000	Valid
	BUTIR5	0,612	,000	Valid
Social Media Influencer (X3)	BUTIR1	0,760	,000	Valid
	BUTIR2	0,768	,000	Valid
	BUTIR3	0,860	,000	Valid
	BUTIR4	0,902	,000	Valid
	BUTIR5	0,841	,000	Valid
Minat Investasi (Y)	BUTIR1	0,849	,000	Valid
	BUTIR2	0,802	,000	Valid
	BUTIR3	0,779	,000	Valid
	BUTIR4	0,808	,000	Valid
	BUTIR5	0,780	,000	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2020

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa seluruh elemen pertanyaan mempunyai hasil sig. < 0,05. Artinya *item-item* pertanyaan pertanyaan tiap variabel penelitian ini valid.

4.5 Uji Reliabilitas

Ghozali (2013) mengatakan, jika responden merespon pernyataan dari waktu ke waktu secara konsisten, kuesioner dianggap dapat diandalkan. Variabel dapat dikatakan handal (*reliable*) apabila hasil penghitungan koefisien *cronbach alpha* $> 0,70$. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

Tabel 4.7 Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Pengetahuan Investasi (X1)	0,784	Reliabel
Modal Awal Investasi (X2)	0,720	Reliabel
<i>Social Media Influencer</i> (X3)	0,885	Reliabel
Minat Investasi (Y)	0,858	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2020

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan seluruh variabel mempunyai nilai $> 0,70$. Semua instrumen dalam penelitian ini *reliabel* dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

4.6 Uji ASUMSI KLASIK

4.6.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menentukan data berdistribusi normal dengan cara menganalisis grafik normal plot dan grafik histogram. Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menganalisis *unstandardized residual* dan menganalisis grafik histogram serta grafik normal plot. Jika nilai probability $> 0,05$ dan sebaran data berada di dekat garis diagonal, data terdistribusi normal. Hasil pengolahan data dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.8 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		124
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.43676732
Most Extreme Differences	Absolute	.083
	Positive	.058
	Negative	-.083
Kolmogorov-Smirnov Z		.925
Asymp. Sig. (2-tailed)		.359

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Tabel 4.8 menunjukkan bahwa model regresi terdistribusi normal karena probabilitasnya adalah 0,359 sehingga $> 0,05$. Sehingga konstruk penelitian ini layak untuk dianalisis lebih lanjut.

4.6.2 Uji Multikolinearitas

Ada atau tidaknya kesamaan antar variabel bebas dapat dilakukan dengan uji multikolinieritas (Ghozali 2013). Untuk mengetahui adanya multikolinearitas menggunakan *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai *tolerance* > 0.10 dan nilai $VIF < 10$ maka tidak terdapat multikolonieritas antar variabel (Ghozali 2013).

Tabel 4.9 Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF
Pengetahuan Investasi	.629	1.590
Modal Awal Investasi	.621	1.609
<i>Social Media Influencer</i>	.844	1.184

Berdasarkan pada table diatas hasil uji multikolinearitas menunjukkan *tolerance* dan $VIF > 0,10$ dan < 10 . Maka dapat dipastikan tidak ada masalah multikolinearitas sehingga tidak ada kesamaan antar variabel independen, maka model regresi layak untuk digunakan karena nilai *tolerance* < 1 dan nilai VIF dibawah 10.

4.6.3 Uji Heteroskedastisitas

Adanya ketidaksamaan antar variasi residual dalam model regresi dapat diuji menggunakan uji heteroskedastisitas. Kriteria pengambilan keputusan adalah jika nilai signifikansi $> 5\%$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 4.10 Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Batas	Sig.
Pengetahuan Investasi	0,05	0,630
Modal Awal Investasi	0,05	0,342
<i>Social Media Influencer</i>	0,05	0,072

Berdasarkan hasil tabel 4.10 nilai sig lebih dari 0,05 maka tidak ada heteroskedastisitas, sehingga variabel independen diatas layak dipakai untuk menguji minat investasi.

4.7 Uji Hipotesis

4.7.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel dibawah ini mencantumkan hasil analisis regresi berganda atas variabel independen terhadap minat mahasiswa berinvestasi:

Tabel 4.11
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Prediksi	Koefisien regresi (B)	Sig.t	Kesimpulan
Konstanta		-1.099	.003	-
Pengetahuan Investasi (X1)	(+)	.343	.005	H0 ₁ didukung
Modal Awal Investasi (X2)	(-)	.634	.000	HA ₂ didukung
<i>Social Media Influencer</i> (X3)	(+)	.281	.000	H0 ₃ didukung
Variabel dependen : Minat Investasi				
Adjusted R Square = 0,538				
F hitung = 48,773				
Sig.F = 0.000				

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2020

Berdasarkan tabel 4.11 diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = -1,099 + 0,343X_1 + 0,6341X_2 + 0,281X_3$$

4.7.2 Koefisien Determinasi (Adjusted R Square)

Uji koefisien determinasi diterapkan untuk mengetahui pengaruh variabel terikat yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Menurut tabel 4.11 diketahui ukuran koefisien determinasi (*Adjusted R²*) = 0,538 yang berarti model regresi penelitian minat investasi dapat dijelaskan dengan variable pengetahuan investasi, modal awal investasi dan *social media influncer* sebesar 53,8% sisanya 46,2% dipengaruhi variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian.

4.7.3 Uji t (parsial)

Signifikansi koefisien regresi tiap variabel bebas terhadap variabel terikat dapat diketahui dengan melakukan pengujian hipotesis dengan uji-t. Hasil uji sig-t dapat terdapat pada tabel 4.11

1. Pengaruh variabel pengetahuan investasi terhadap minat investasi

Menurut tabel 4.11 didapatkan hasil koefisien regresi X_1 adalah 0.343 dan nilai signifikansinya 0.005. Pada tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$ koefisien regresi dinyatakan signifikan karena $0.005 \leq 0.05$. Koefisien regresi yang positif menunjukkan bahwa minat melakukan investasi dipengaruhi oleh pengetahuan investasi. Maka H_1 penelitian ini didukung.

2. Pengaruh variabel modal awal investasi terhadap minat investasi

Menurut tabel 4.12 didapatkan hasil koefisien regresi X2 adalah 0.634 dan nilai signifikansinya 0.000. Pada tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$ koefisien regresi dinyatakan signifikan karena $0.000 \leq 0.05$. Maka H2 penelitian ini tidak didukung.

3. Pengaruh variabel *social media influencer* terhadap minat investasi

Menurut tabel 4.12 didapatkan hasil koefisien regresi X3 adalah 0.281 dan nilai signifikansinya 0.000. Pada tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$ koefisien regresi dinyatakan signifikan karena $0.000 \leq 0.05$. Maka H03 penelitian ini didukung.

4.7.4 Uji F

Tabel 4.12 Hasil Uji F
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	28.611	3	9.537	48.773	.000 ^b
1 Residual	23.464	120	.196		
Total	52.075	123			

a. Variabel Dependen: Minat Investasi

Menurut tabel 4.12 diketahui nilai F 48,773 dan probabilitas sebesar 0,000. Karena $\text{sig} < 0.05$ ($0,000 < 0,05$) maka model regresi linear berganda dapat diteruskan karena tidak terjadi masalah.

4.8 PEMBAHASAN

4.8.1 Pengaruh Pengetahuan Investasi terhadap Minat Investasi

Hasil dari pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linear berganda membuktikan bahwa pengetahuan investasi mempengaruhi

minat investasi pada mahasiswa secara positif dan signifikan. Sehingga hipotesis pertama didukung. Artinya seiring dengan tingginya pengetahuan investasi, minat investasi akan tumbuh secara signifikan.

Artinya dalam penelitian ini membuktikan bahwa teori *perceived behavioral control* dapat mempengaruhi minat mahasiswa dalam berinvestasi dikarenakan jika setiap individu memiliki kontrol akan keterampilan, seperti analisis fundamental maupun analisis teknikal akan membantu calon investor untuk menentukan investasi yang sesuai. Ketika seseorang dapat memiliki kontrol tersebut maka akan terbentuknya niat untuk melakukan investasi.

Sesuai dengan penelitian yang dilakukan Pajar dan Pustikaningsih (2017) hasil penelitian ini menunjukkan pengetahuan investasi dapat mempengaruhi minat investasi mahasiswa dan Wibowo dan Purwohandoko (2019) menunjukkan pengetahuan investasi memiliki pengaruh dengan minat investasi. Dengan adanya pengetahuan tentang investasi maka akan meningkatkan minat berinvestasi dari mahasiswa.

4.8.2 Pengaruh Modal Awal Investasi terhadap Minat Investasi

Menurut hasil pengujian hipotesis dengan analisis regresi linear berganda menunjukan modal awal investasi memiliki pengaruh positif dan signifikan dengan minat berinvestasi. Hal ini berarti hipotesis kedua tidak didukung. Artinya semakin tinggi dana atau modal awal investasi yang di perlukan, semakin meningkatkan minat berinvestasi. Hal ini kemungkinan disebabkan harapan calon investor untuk memperoleh

return yang lebih tinggi saat menggunakan dana awal yang lebih besar. Pengaruh positif modal awal terhadap investasi juga memungkinkan disebabkan karena modal awal yang diperlukan untuk memulai transaksi di pasar modal relative terjangkau sehingga calon investor tidak merasa berat untuk meningkatkan modal awal yang akan dipergunakan. Kemungkinan mahasiswa mempertimbangkan nilai *return* yang didapatkan ketika berinvestasi, jika berinvestasi sedikit maka return yang akan didapat juga relatif rendah begitu pula sebaliknya. Sehingga mahasiswa tidak terlalu memikirkan harga investasi yang murah.

Artinya dalam penelitian ini membuktikan bahwa minat mahasiswa dalam berinvestasi dapat dipengaruhi oleh teori *perceived behavioral control* dalam *Theory of Planned Behavior*. Dengan syarat minimal modal investasi yang rendah, maka investor yang memiliki dana besar akan semakin meningkat minatnya untuk melakukan investasi di pasar modal.

Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Aini dkk (2019) dimana modal minimal tidak memiliki pengaruh secara simultan dengan niat berinvestasi, karena anggapan bahwa modal minimal bukan pertimbangan yang penting. Namun, berbeda dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Aminatun dan Zulaika (2017) yang menemukan bahwa minat investasi mahasiswa dipengaruhi oleh modal minimal investasi. Penelitian yang dilakukan Wulandari dkk (2017) juga

menunjukkan modal investasi memiliki pengaruh terhadap minat investasi secara online.

4.8.3 Pengaruh *Social Media Influencer* terhadap Minat Investasi

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dengan analisis regresi linear berganda menunjukkan *social media influencer* mempunyai pengaruh positif dan signifikan dengan niat mahasiswa berinvestasi. Berarti hipotesis ketiga didukung. Maka penggunaan influencer social media yang semakin baik dan persuasif maka akan mampu meningkatkan minat investasi mahasiswa secara positif dan signifikan.

Pada era industri 4.0 saat ini semakin banyak penggunaan teknologi dalam kegiatan sehari-hari termasuk cara memperoleh informasi dimana lingkungan di sekitar seseorang akan berperan sangat penting dalam proses pengambilan keputusan, sehingga semakin tinggi kesempatan bagi seseorang untuk mencari informasi melalui internet. Dalam hal ini *social media influencer* berperan penting untuk mengambil keputusan masyarakat sebelum melakukan suatu tindakan. Artinya teori norma subjektif dalam *Theory of Planned Behavior*, yang menyatakan bahwa minat dipengaruhi oleh pendapat orang-orang yang dipercaya terbukti dapat mempengaruhi minat mahasiswa dalam berinvestasi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Widodo (2018) tentang penggunaan *endorsement* selebriti mempengaruhi minat beli mahasiswa. Sedangkan hasil penelitian yang dilakukan oleh

Putri dan Patria (2018) menunjukkan bahwa minat beli mahasiswa tidak dipengaruhi oleh *endorsement* selebriti.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 SIMPULAN

Hasil penelitian ini hipotesis pertama dan ketiga yang diuji membuktikan bahwa pengetahuan investasi (X1) dan *social media influencer* (X3) memiliki pengaruh positif dengan minat berinvestasi namun tidak dapat membuktikan pengaruh negatif modal awal investasi (X2) terhadap minat investasi mahasiswa di Yogyakarta.

5.2 IMPLIKASI PENELITIAN

Penelitian ini membuktikan bahwa pengetahuan investasi, dan *social media influencer* mempengaruhi minat berinvestasi mahasiswa, maka penelitian ini diharapkan dapat menjadi pendukung dan acuan bagi pihak yang berwenang atau bagi Bursa Efek Indonesia untuk terus dapat meningkatkan pengetahuan investasi kepada mahasiswa dan dapat menggunakan *social media influencer* untuk menarik minat calon investor berinvestasi di pasar modal.

5.3 KETERBATASAN DAN SARAN

1. Penelitian ini tidak memiliki pembeda antara mahasiswa yang sudah pernah berinvestasi maupun yang belum pernah berinvestasi. Sehingga ada kemungkinan responden mengisi berdasarkan dugaan. Diharapkan penelitian berikutnya dapat menggunakan sample mahasiswa yang lebih luas, tidak hanya di Yogyakarta serta dengan melakukan uji lanjutan guna membedakan responden yang belum pernah melakukan investasi dengan

yang sudah pernah melakukan investasi, dapat menggunakan *experimental research*.

2. Penelitian ini menggunakan kuesioner yang jawabannya bersifat subjektif tergantung dari masing-masing responden.
3. Penelitian ini tidak mempertimbangkan investasi saham dengan aspek agama. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mempertimbangkan aspek halal dan haramnya investasi saham saat akan berinvestasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, Nur, Maslichah Maslichah, dan Junaidi Junaidi. 2019. "Pengaruh Pengetahuan dan Pemahaman Investasi, Modal Minimum Investasi, Return, Risiko dan Motivasi Investasi Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi di Pasar Modal (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Kota Malang)." *E-JRA* 08:28–52.
- Ajzen, Icek. 1991. *The Theory of Planned Behavior. Organizational Behavior and Human Decision Processes*. Academic Press Inc.
- _____. 2005. *Attitudes, Personality and Behavior*. Midenhead: Open University Press.
- Aminatun, Nisa, dan Luki Zulaika. 2017. "Pengaruh Pemahaman Investasi, Modal Minimal Investasi dan Motivasi Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestai di Pasar Modal." *Jurnal PETA* II:22–35.
- Dharmmesta, Basu Swastha. 1998. "Theory of Planned Behavior Dalam Penelitian Sikap, Niat dan Perilaku Konsumen." *Kelola* 1998 8(18):85–103.
- Fishbein, martin, dan Icek Ajzen. 1975. *Belief, Attitude, Intention and Behavior An Introduction to Theory and Research*. Addison-Wesley.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate - Dengan Program IBM SPSS 21*. 7 ed. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Halim, Abdul. 2005. *Analisis Investasi*. 2 ed. Jakarta: Salemba Empat.
- Hariyanti, Novi Tri, dan Alexander Wirapraja. 2018. "Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur)." *Jurnal EKSEKUTIF* 15(1):133–46.
- Listyani, Theresia Tyas, Muhammad Rois, dan Slamet Prihati. 2019. "Analisis Pengaruh Pengetahuan Investasi, Pelatihan Pasar 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).
- Marwick, Alice. 2013. *Status Update: Celebrity, Publicity, and Branding in the Social Media Age*. New haven: Yale University Press.

- Movanita, Ambaranie Nadia Kemala. 2019. "Per Mei 2019, Investor Pasar Modal Indonesia Mencapai 1,9 Juta." *KOMPAS*. Diambil (<https://money.lompas.com/read/2019/06/26/142032126/per-mei-2019-investor-pasar-modal-indonesia-mencapai-19-juta>).
- Nagy, Robert A., dan Robert W. Obenberger. 1994. "factors Influencing Individual Investor Behavior." *Taylor & Francis, Ltd.* 50(4):63–68.
- Pajar, rizki Chaerul, dan Adeng Pustikaningsih. 2017. "Pengaruh Motivasi Investasi dan Pengetahuan Investasi terhadap Minat Investasi di Pasar Modal pada Mahasiswa FE UNY." *jurnal Profita* 5(1):1–16.
- Putri, Gayatri Hutami, dan Bhina Patria. 2018. "Pengaruh Endorsement Selebriti Instagram Terhadap Minat Beli Remaja Putri." *Gadjah Mada Journal of Professional Psychology* 4(1):33–41.
- Ridha, Ahmad, Halim Aditya Perdana, dan Ajmal As'ad. 2018. "Celebrity Endorser pada Jejaring Sosial Instagram untuk Menarik Minat Pembelian Calon Konsumen." *Jurnal Economic Resources* 1(1):86–89.
- Riduwan, dan Akdon. 2010. *Rumus dan Data dalam Analisis Data Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Riyadi, Adha. 2016. "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa untuk Berinvestasi di Pasar Modal (Studi pada Mahasiswa fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta)." Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta.
- Salim, Peter, dan Yenny Salim. 2002. *Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer*. 3 ed. Jakarta: Modern English Press.
- Senft, Theresa M. 2013. "Microcelebrity and the Branded Self." Hlm. 346–54 dalam *A Companion to New Media Dynamics*, disunting oleh J. Hartley, J. Burgess, dan A. Bruns. Blackwell Publishing.
- Tandio, Thimotius, dan A. A. G. P. Widanaputra. 2016. "Pengaruh Pelatihan Pasar Modal, Return, Persepsi Risiko, Gender, dan Kemajuan Teknologi pada Minat Investasi Mahasiswa." *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 16(3):2316–41.
- Wibowo, Ari, dan Purwohandoko. 2019. "Pengaruh apengetahuan Investasi, Kebijakan Modal Minimal Investasi dan Pelatihan Pasar Modal Terhadap Minat Investasi (Studi Kasus Mahasiswa FE Unesa yang Terdaftar di Galeri Investasi FE Unesa)." *Jurnal Ilmu Manajemen* 7(1):192–201.
- Widodo, Dwi Setyo. 2018. "Pengaruh Endorser Selebriti Terhadap Minat Beli Secara Daring Pada Situs Online (Studi pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)." Universitas Muhammadiyah Surakarta.

- Wulandari, Putu Ayu, Ni Kadek Sinarwati, dan Gusti Ayu Purnamawati. 2017. "Pengaruh Manfaat, Fasilitas, Persepsi Kemudahan, Modal, Return dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Mahasiswa untuk Berinvestasi Secara Online (Studi pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Program S1 Universitas Pendidikan Ganesha." *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Undiksha* 8(2).
- Yadika, Bawono. 2018. "Gandeng para influencer, BEI ajak milenial meleak investasi pasar modal." *Merdeka*. Diambil 6 Januari 2020 (<https://www.merdeka.com/uang/gandeng-para-influencer-bei-ajak-milenial-melek-investasi-pasar-modal.html>).

LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian

BERILAH TANDA SILANG (X) PADA KOTAK YANG SESUAI DENGAN
FAKTA TENTANG ANDA.

Jenis Kelamin:

- ☐ Laki-Laki
☐ Perempuan

Usia Anda Saat Ini:

- ☐ 18 – 20
☐ 21 – 23
☐ >23

Universitas:

☐ _____

Fakultas:

☐ _____

Semester:

☐ _____

NO	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
MINAT INVESTASI					
1.	Saya berminat melakukan berinvestasi di pasar modal				
2.	Saya telah mencari informasi tentang pasar modal				
3.	Saya pikir, menginvestasikan dana di pasar modal adalah investasi yang sangat menjanjikan				
4.	Saya percaya menginvestasikan dana di pasar modal merupakan investasi yang tepat bagi mahasiswa dengan modal rendah				
5.	Dengan sarana yang baik dan promosi yang menarik, saya tertarik untuk melakukan investasi di pasar modal				
PENGETAHUAN INVESTASI					
1.	Pengetahuan dasar tentang investasi sangat penting bagi calon investor				
2.	Saat saya berinvestasi pada suatu perusahaan, berarti saya memiliki bagian dari perusahaan tersebut				
3.	Menurut saya, dengan edukasi pasar modal dapat memberi informasi mengenai investasi saham				
4.	Saya mengerti bahwa deviden dan capital gain adalah manfaat dari berinvestasi saham di pasar modal				
5.	Sebelum berinvestasi di pasar modal, saya melakukan analisis teknis dan analisis dasar terlebih dahulu				
MODAL AWAL INVESTASI					
1.	Jika modal awal berinvestasi adalah Rp				

	100.000,- saya berminat berinvestasi di pasar modal				
2.	Sebagai instrumen investasi, untuk memulai berinvestasi saham cukup terjangkau				
3.	Saat berinvestasi, saya akan memperhitungkan perkiraan dana sebelum bertransaksi				
4.	Pengimbangan dana pengeluaran dengan pendapatan membantu saya untuk memenuhi keuangan pribadi				
5.	Sebagai investor saya bebas meningkatkan dan mengurangi dana investasi saya				
INFLUENCER					
1.	<i>Influencer</i> yang terdaftar dalam “investory” merupakan selebgram yang populer di Instagram				
2.	<i>Influencer</i> yang terdaftar dalam “investory” sering mengunggah informasi mengenai pasar modal di akunnya				
3.	<i>Influencer</i> yang terdaftar dalam “investory” mampu membuat anda percaya sehingga mempertimbangkan berinvestasi pasar modal				
4.	Setelah melihat unggahan <i>influencer</i> “investory” saya tertarik untuk berinvestasi di pasar modal				
5.	Setelah melihat unggahan <i>influencer</i> “investory” saya memiliki keinginan untuk berinvestasi seperti mereka				

Lampiran 2: Tabulasi Data

NO	JENIS KELAMIN	USIA	PERGURUA N TINGGI	JURUSAN
1	Perempuan	21-23 Tahun	UIN	Manajemen
2	Perempuan	21-23 Tahun	UIN	Akuntansi
3	Perempuan	21-23 Tahun	UMY	Manajemen
4	Perempuan	21-23 Tahun	UIN	Akuntansi
5	Perempuan	21-23 Tahun	AA YKPN	Akuntansi
6	Perempuan	21-23 Tahun	UIN	Ilmu Komunikasi
7	Perempuan	21-23 Tahun	UGM	Akuntansi
8	Laki-laki	21-23 Tahun	UIN	Manajemen
9	Laki-laki	21-23 Tahun	UGM	Teknik Geologi
10	Perempuan	21-23 Tahun	UIN	Kedokteran Umum
11	Perempuan	21-23 Tahun	UMY	Kedokteran Umum
12	Laki-laki	21-23 Tahun	UIN	Akuntansi
13	Perempuan	21-23 Tahun	UIN	Arsitektur
14	Perempuan	21-23 Tahun	UIN	Akuntansi
15	Perempuan	21-23 Tahun	UIN	Manajemen
16	Perempuan	21-23 Tahun	UMY	Akuntansi
17	Perempuan	21-23 Tahun	UIN	Akuntansi
18	Laki-laki	21-23 Tahun	UPN	Psikologi
19	Laki-laki	21-23 Tahun	UMY	Akuntansi

20	Perempuan	21-23 Tahun	UNY	Akuntansi
21	Perempuan	21-23 Tahun	UII	Pendidikan Agama Islam
22	Laki-laki	21-23 Tahun	UII	Pendidikan Agama Islam
23	Laki-laki	21-23 Tahun	UII	Teknik Geologi
24	Laki-laki	21-23 Tahun	UII	Akuntansi
25	Perempuan	21-23 Tahun	UII	Psikologi
26	Perempuan	21-23 Tahun	UII	Ilmu Agama Islam
27	Perempuan	21-23 Tahun	UAD	Akuntansi
28	Perempuan	21-23 Tahun	STIE YKPN	Teknik elektro
29	Laki-laki	21-23 Tahun	UII	Akuntansi
30	Perempuan	21-23 Tahun	UMY	Hukum
31	Perempuan	21-23 Tahun	UMY	Akuntansi
32	Laki-laki	18-20 Tahun	UGM	Psikologi
33	Perempuan	21-23 Tahun	UII	Akuntansi
34	Perempuan	21-23 Tahun	UII	Manajemen
35	Laki-laki	21-23 Tahun	UII	Akuntansi
36	Perempuan	21-23 Tahun	UII	PGSD
37	Laki-laki	21-23 Tahun	UII	Hukum
38	Perempuan	21-23 Tahun	UII	Akuntansi
39	Perempuan	21-23 Tahun	UGM	Akuntansi
40	Laki-laki	21-23 Tahun	UPN	Akuntansi
41	Laki-laki	21-23 Tahun	UII	Akuntansi

42	Laki-laki	21-23 Tahun	UMY	Ilmu Hukum
43	Perempuan	21-23 Tahun	UPN	Akuntansi
44	Laki-laki	21-23 Tahun	UMY	Akuntansi
45	Perempuan	21-23 Tahun	UNY	Manajemen
46	Laki-laki	18-20 Tahun	UII	Akuntansi
47	Perempuan	21-23 Tahun	UII	Teknik Lingkungan
48	Laki-laki	21-23 Tahun	UII	Akuntansi
49	Perempuan	21-23 Tahun	UII	Akuntansi
50	Perempuan	21-23 Tahun	UII	Manajemen
51	Laki-laki	21-23 Tahun	UII	Akuntansi
52	Perempuan	21-23 Tahun	UNY	Akuntansi
53	Perempuan	21-23 Tahun	UII	Teknik Lingkungan
54	Laki-laki	21-23 Tahun	UII	Ilmu Hukum
55	Laki-laki	21-23 Tahun	UMY	Ilmu Hukum
56	Perempuan	21-23 Tahun	UII	Manajemen
57	Laki-laki	21-23 Tahun	UII	PJKR
58	Laki-laki	21-23 Tahun	UII	Manajemen
59	Perempuan	21-23 Tahun	UII	Akuntansi
60	Perempuan	21-23 Tahun	UII	Teknik Elektro
61	Perempuan	21-23 Tahun	UII	Ilmu Komunikasi
62	Perempuan	21-23 Tahun	UII	Akuntansi
63	Perempuan	21-23 Tahun	UPN	Akuntansi

64	Laki-laki	21-23 Tahun	UII	Teknik Lingkungan
65	Perempuan	21-23 Tahun	UGM	Hubungan Internasional
66	Perempuan	21-23 Tahun	UII	Kedokteran hewan
67	Laki-laki	21-23 Tahun	UNY	Teknik geologi
68	Perempuan	21-23 Tahun	UMY	Hubungan Internasional
69	Laki-laki	21-23 Tahun	UII	Hubungan Internasional
70	Perempuan	21-23 Tahun	UGM	Hubungan Internasional
71	Laki-laki	21-23 Tahun	UMY	Akuntansi
72	Perempuan	21-23 Tahun	UII	Akuntansi
73	Laki-laki	21-23 Tahun	UII	Akuntansi
74	Perempuan	21-23 Tahun	UII	Ilmu ekonomi
75	Perempuan	21-23 Tahun	UMY	Kedokteran Gigi
76	Laki-laki	18-20 Tahun	UGM	Ilmu Komunikasi
77	Perempuan	21-23 Tahun	UPN	Hubungan Internsional
78	Laki-laki	21-23 Tahun	UMY	Ilmu Komunikasi
79	Laki-laki	21-23 Tahun	UII	Manajemen
80	Perempuan	21-23 Tahun	UMY	Ilmu Komunikasi
81	Laki-laki	>23 Tahun	UMY	Ilmu Komunikasi
82	Laki-laki	21-23 Tahun	UII	Akuntansi
83	Perempuan	21-23 Tahun	UII	Akuntansi
84	Perempuan	21-23 Tahun	UII	Hubungan Internasional
85	Laki-laki	21-23 Tahun	UII	Akuntansi

86	Perempuan	21-23 Tahun	UMY	Hukum
87	Laki-laki	21-23 Tahun	UMY	Farmasi
88	Perempuan	21-23 Tahun	UMY	Tekneik Elektro
89	Perempuan	21-23 Tahun	UMY	Ilmu Hukum
90	Laki-laki	21-23 Tahun	UMY	Manajemen
91	Perempuan	21-23 Tahun	UMY	Akuntansi
92	Perempuan	21-23 Tahun	UMY	Sistem Informasi
93	Perempuan	21-23 Tahun	UII	Akuntansi D3
94	Perempuan	21-23 Tahun	UII	Ekonomi Syariah
95	Perempuan	21-23 Tahun	UII	Manajemen
96	Perempuan	21-23 Tahun	UMY	Hubungan Internasional
97	Perempuan	21-23 Tahun	UPN	Akuntansi
98	Laki-laki	21-23 Tahun	UMUNYY	Akuntansi
99	Perempuan	21-23 Tahun	UII	Ilmu Komunikasi
100	Laki-laki	21-23 Tahun	UII	PJKR
101	Laki-laki	21-23 Tahun	UMY	Akuntansi
102	Laki-laki	21-23 Tahun	UII	Ilmu Komunikasi
103	Perempuan	21-23 Tahun	Amikom YK	Sistem Informasi
104	Laki-laki	21-23 Tahun	AA YKPN	Akuntansi D3
105	Perempuan	21-23 Tahun	UMY	Ekonomi Syariah
106	Perempuan	21-23 Tahun	UII	Manajemen
107	Laki-laki	18-20 Tahun	UII	Hubungan Internasional

108	Perempuan	18-20 Tahun	STIE YKPN	Akuntansi
109	Perempuan	21-23 Tahun	UIN	Akuntansi
110	Perempuan	21-23 Tahun	UMY	Ilmu Komunikasi
111	Perempuan	21-23 Tahun	UNY	PJKR
112	Laki-laki	21-23 Tahun	UMY	Akuntansi
113	Perempuan	21-23 Tahun	UMY	Ilmu Komunikasi
114	Perempuan	21-23 Tahun	UIN	Akuntansi
115	Perempuan	> 23 Tahun	UMY	Ilmu Hukum
116	Laki-laki	21-23 Tahun	UMY	Hubungan Internasional
117	Perempuan	21-23 Tahun	UAD	Filsafat
118	Laki-laki	21-23 Tahun	UIN	Akuntansi
119	Perempuan	21-23 Tahun	UMY	Ilmu Hukum
120	Laki-laki	21-23 Tahun	UIN	Manajemen
121	Perempuan	21-23 Tahun	UIN	Akuntansi
122	Perempuan	21-23 Tahun	UMY	Hubungan Internasional
123	Laki-laki	> 23 Tahun	UGM	IT
124	Laki-laki	21-23 Tahun	UIN	Akuntansi

Pengetahuan Investasi					
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1
4	4	4	3	3	3,60

4	2	4	3	3	3,20
4	3	4	3	3	3,40
4	4	4	4	4	4,00
4	3	4	4	3	3,60
3	3	3	3	3	3,00
3	2	3	4	4	3,20
4	3	4	3	3	3,40
4	4	4	3	4	3,80
4	3	3	3	4	3,40
4	4	4	4	4	4,00
4	4	4	4	4	4,00
4	4	4	3	3	3,60
3	3	4	3	3	3,20
4	3	4	4	4	3,80
2	2	2	2	3	2,20
4	2	4	2	2	2,80
4	2	4	2	4	3,20
4	2	3	3	4	3,20
4	3	4	4	4	3,80
4	4	4	4	3	3,80
4	3	3	3	3	3,20
4	4	4	3	4	3,80
4	4	4	4	4	4,00
4	4	4	4	3	3,80
3	3	3	3	3	3,00
4	3	4	3	3	3,40
3	2	3	3	3	2,80
4	3	4	4	4	3,80
4	3	3	3	3	3,20
4	3	3	3	3	3,20

4	3	3	4	4	3,60
4	4	4	4	3	3,80
4	3	3	3	3	3,20
4	3	4	3	3	3,40
3	3	3	4	3	3,20
3	3	3	2	3	2,80
4	4	4	4	4	4,00
3	3	4	3	4	3,40
4	3	3	4	4	3,60
4	3	3	4	3	3,40
4	3	4	3	3	3,40
4	4	4	4	4	4,00
2	2	3	3	2	2,40
3	2	3	3	3	2,80
4	4	4	4	4	4,00
4	3	3	4	3	3,40
4	3	3	3	3	3,20
4	4	4	4	4	4,00
4	4	4	4	4	4,00
4	4	4	4	4	4,00
3	3	3	2	3	2,80
4	3	4	3	4	3,60
4	4	3	4	3	3,60
3	4	4	4	3	3,60
4	3	3	3	3	3,20
3	3	3	2	3	2,80
4	3	4	4	4	3,80
3	3	3	3	3	3,00
4	3	4	4	4	3,80
3	3	4	4	3	3,40

3	3	3	3	3	3,00
4	3	3	3	3	3,20
4	3	3	3	3	3,20
3	3	3	2	3	2,80
4	4	4	4	4	4,00
4	3	3	3	3	3,20
4	3	4	3	4	3,60
3	3	3	3	3	3,00
3	2	2	2	2	2,20
4	3	3	3	3	3,20
4	4	3	4	4	3,80
4	3	4	4	4	3,80
3	2	3	2	3	2,60
4	3	4	4	4	3,80
3	2	4	3	4	3,20
4	3	4	3	4	3,60
3	3	3	4	3	3,20
4	4	4	4	4	4,00
4	3	4	3	4	3,60
4	3	3	3	4	3,40
3	4	3	3	3	3,20
4	3	3	4	4	3,60
3	3	4	3	3	3,20
4	4	4	4	4	4,00
3	3	3	3	4	3,20
3	3	3	2	3	2,80
4	3	3	3	4	3,40
3	3	3	3	4	3,20
3	3	3	3	2	2,80
3	2	2	2	3	2,40

4	3	3	3	4	3,40
3	4	4	3	3	3,40
4	4	4	4	4	4,00
3	3	4	3	3	3,20
4	3	3	3	4	3,40
4	4	4	4	4	4,00
4	3	4	4	4	3,80
4	3	4	3	3	3,40
4	4	4	4	4	4,00
3	3	3	3	3	3,00
4	3	4	4	4	3,80
4	3	4	3	3	3,40
4	3	4	3	4	3,60
3	4	3	3	3	3,20
3	3	3	2	3	2,80
3	4	4	3	3	3,40
4	4	3	3	4	3,60
4	3	3	3	3	3,20
3	3	4	3	3	3,20
3	3	3	3	3	3,00
4	3	3	3	3	3,20
4	4	4	4	4	4,00
4	3	3	3	4	3,40
3	4	4	4	3	3,60
4	3	4	3	4	3,60
3	3	3	3	2	2,80
4	4	4	3	4	3,80
4	3	3	4	4	3,60
4	3	4	4	4	3,80
4	4	4	3	3	3,60

4	3	3	3	4	3,40
3	3	3	3	3	3,00
4	4	4	4	4	4,00

Modal Awal Investasi					
X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2
4	3	4	4	3	3,60
4	4	4	3	3	3,60
2	3	2	3	2	2,40
4	4	4	4	4	4,00
3	4	4	4	4	3,80
3	3	3	3	3	3,00
3	4	4	3	3	3,40
4	3	4	3	2	3,20
4	3	4	4	2	3,40
3	3	3	3	4	3,20
3	3	4	4	4	3,60
3	4	4	4	4	3,80
4	3	4	4	3	3,60
3	4	3	3	3	3,20
2	3	3	3	3	2,80
1	1	4	4	4	2,80
2	3	3	3	2	2,60
4	2	4	4	2	3,20
4	4	4	4	4	4,00
4	4	4	4	2	3,60
4	4	4	4	4	4,00
3	3	3	3	3	3,00
4	3	4	4	3	3,60

4	4	4	4	4	4,00
4	3	4	4	4	3,80
3	3	3	3	3	3,00
4	3	4	3	3	3,40
3	3	3	3	3	3,00
4	4	4	4	4	4,00
4	3	3	3	4	3,40
4	3	3	3	4	3,40
4	3	4	4	4	3,80
4	3	4	4	3	3,60
3	3	3	3	3	3,00
3	3	4	3	3	3,20
3	3	3	3	3	3,00
4	2	3	3	3	3,00
4	4	4	4	4	4,00
4	4	4	4	2	3,60
4	4	4	4	4	4,00
3	3	3	3	3	3,00
3	3	3	3	3	3,00
4	4	3	4	4	3,80
1	2	2	2	3	2,00
3	3	3	3	3	3,00
4	4	4	4	3	3,80
4	4	4	4	4	4,00
4	3	3	3	4	3,40
4	4	4	4	4	4,00
4	4	4	4	4	4,00
4	4	4	4	4	4,00
3	4	3	3	3	3,20
3	3	4	3	3	3,20

1	4	4	3	4	3,20
2	3	4	3	4	3,20
3	3	3	3	3	3,00
2	3	3	3	2	2,60
3	3	3	3	3	3,00
3	3	4	4	4	3,60
4	4	4	4	3	3,80
4	4	4	4	4	4,00
3	3	3	3	3	3,00
4	4	3	3	3	3,40
4	3	3	2	4	3,20
3	4	3	3	3	3,20
3	3	4	4	3	3,40
3	3	3	3	3	3,00
4	3	3	4	3	3,40
3	3	3	3	3	3,00
3	3	2	2	2	2,40
3	3	4	3	3	3,20
2	3	4	3	3	3,00
3	3	3	3	3	3,00
2	3	3	3	2	2,60
4	3	4	4	3	3,60
4	4	4	3	4	3,80
3	4	3	4	4	3,60
4	3	4	3	4	3,60
4	4	3	4	4	3,80
4	3	4	3	2	3,20
4	3	4	3	4	3,60
4	4	4	3	3	3,60
4	4	4	4	4	4,00

3	3	3	3	3	3,00
4	4	4	4	4	4,00
3	3	3	3	2	2,80
3	3	3	3	3	3,00
3	3	4	4	3	3,40
3	3	4	3	4	3,40
3	2	3	3	3	2,80
3	2	3	2	3	2,60
3	2	4	4	3	3,20
4	3	3	3	3	3,20
3	3	3	3	3	3,00
3	3	4	3	3	3,20
3	3	4	4	4	3,60
4	4	4	4	4	4,00
3	3	4	3	4	3,40
3	3	4	4	3	3,40
1	4	4	4	4	3,40
3	3	3	3	3	3,00
4	4	3	3	3	3,40
3	3	3	3	3	3,00
4	4	4	4	4	4,00
4	4	3	4	2	3,40
4	4	4	4	3	3,80
4	3	3	3	3	3,20
2	3	3	3	2	2,60
4	3	4	3	4	3,60
4	3	3	3	4	3,40
3	2	3	2	3	2,60
3	3	3	3	3	3,00
4	3	4	4	4	3,80

3	2	4	4	3	3,20
4	4	4	4	4	4,00
1	2	3	2	3	2,20
4	3	3	3	3	3,20
3	3	3	3	4	3,20
4	4	4	4	3	3,80
3	3	4	3	4	3,40
4	4	4	4	4	4,00
3	4	4	4	4	3,80
2	2	4	4	3	3,00
2	3	4	4	4	3,40

<i>Social Media Influencer</i>					
X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3
3	3	4	4	4	3,60
4	2	3	3	3	3,00
3	2	2	2	3	2,40
4	4	4	4	4	4,00
4	4	4	4	4	4,00
3	3	3	3	3	3,00
3	3	4	3	3	3,20
3	2	2	3	3	2,60
2	3	3	2	2	2,40
3	3	3	4	3	3,20
3	3	2	2	2	2,40
4	4	3	4	4	3,80
3	3	4	4	4	3,60
3	3	4	4	3	3,40
4	4	3	3	3	3,40

2	2	3	2	2	2,20
2	2	2	2	2	2,00
3	2	3	2	2	2,40
2	3	3	3	3	2,80
3	3	2	2	2	2,40
4	3	4	3	3	3,40
2	3	2	2	2	2,20
3	3	2	2	2	2,40
3	4	3	4	3	3,40
3	4	4	4	4	3,80
3	3	3	3	3	3,00
4	4	3	3	3	3,40
3	3	3	3	3	3,00
3	3	4	3	3	3,20
3	4	4	4	3	3,60
3	4	4	4	3	3,60
3	3	3	3	3	3,00
3	3	4	4	4	3,60
4	4	4	3	3	3,60
3	3	2	3	3	2,80
3	3	3	3	3	3,00
3	2	3	3	3	2,80
3	3	3	3	3	3,00
3	3	3	3	2	2,80
2	2	2	3	3	2,40
3	3	3	3	3	3,00
2	2	2	2	2	2,00
3	4	3	3	3	3,20
3	2	2	2	2	2,20
2	3	2	2	2	2,20

3	3	2	2	1	2,20
2	2	3	2	2	2,20
3	3	3	3	3	3,00
3	3	3	3	3	3,00
4	4	4	4	4	4,00
4	4	4	4	4	4,00
2	2	2	2	2	2,00
3	3	3	3	3	3,00
2	2	2	2	2	2,00
3	4	4	3	3	3,40
2	2	2	2	2	2,00
2	3	3	2	2	2,40
3	3	3	3	3	3,00
2	2	2	2	2	2,00
3	3	3	4	4	3,40
2	3	2	2	2	2,20
3	3	3	3	3	3,00
3	3	4	3	3	3,20
2	2	3	2	2	2,20
2	2	2	2	2	2,00
2	2	2	2	2	2,00
3	3	3	4	4	3,40
3	3	4	4	4	3,60
3	3	3	3	3	3,00
1	1	1	1	1	1,00
2	2	2	2	2	2,00
3	3	2	2	2	2,40
3	3	3	3	3	3,00
2	2	2	2	2	2,00
3	3	2	2	2	2,40

3	3	2	3	2	2,60
4	4	4	4	4	4,00
3	3	3	2	2	2,60
3	3	3	4	3	3,20
3	2	3	3	4	3,00
2	3	3	3	3	2,80
3	4	3	3	3	3,20
4	4	4	4	4	4,00
3	3	3	3	3	3,00
4	4	4	4	4	4,00
3	2	2	2	2	2,20
3	3	3	2	3	2,80
2	3	2	1	1	1,80
4	4	4	3	3	3,60
4	4	4	3	3	3,60
3	3	3	3	3	3,00
3	3	2	2	2	2,40
4	3	4	4	4	3,80
4	4	4	4	4	4,00
3	2	4	2	1	2,40
3	3	2	3	3	2,80
3	4	4	4	4	3,80
2	4	3	4	3	3,20
3	2	3	2	2	2,40
3	4	3	2	1	2,60
3	4	3	3	3	3,20
2	4	3	3	3	3,00
3	3	3	3	3	3,00
3	4	3	2	2	2,80
1	2	3	4	4	2,80

2	2	3	3	3	2,60
3	3	3	3	3	3,00
3	3	3	3	3	3,00
4	3	3	3	3	3,20
3	3	3	3	3	3,00
3	3	3	3	3	3,00
3	3	3	4	4	3,40
3	4	3	2	2	2,80
3	3	2	2	2	2,40
4	4	4	4	3	3,80
1	1	3	2	4	2,20
3	3	4	3	3	3,20
2	2	1	1	1	1,40
3	3	3	3	3	3,00
2	4	3	4	3	3,20
2	2	2	2	2	2,00
4	4	4	4	4	4,00
2	2	2	2	2	2,00
3	3	3	2	2	2,60

Minat Investasi					
Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y
3	4	4	3	3	3,40
3	2	3	3	3	2,80
2	3	2	3	2	2,40
4	4	4	4	4	4,00
4	4	4	4	4	4,00
3	3	3	3	3	3,00
3	3	4	3	2	3,00

3	3	4	3	3	3,20
4	3	3	2	3	3,00
3	3	3	3	3	3,00
4	4	3	3	3	3,40
3	4	4	3	3	3,40
3	4	4	3	3	3,40
3	3	3	4	4	3,40
2	3	2	2	2	2,20
1	1	1	1	1	1,00
2	2	3	3	3	2,60
3	1	3	3	3	2,60
4	3	2	4	4	3,40
4	3	3	3	3	3,20
4	4	4	4	4	4,00
3	2	3	2	3	2,60
4	4	3	4	4	3,80
3	4	4	4	4	3,80
4	4	4	4	4	4,00
3	3	3	3	3	3,00
3	2	3	3	4	3,00
3	3	3	2	3	2,80
3	3	3	3	3	3,00
3	2	3	3	4	3,00
3	2	3	3	4	3,00
4	3	4	4	4	3,80
4	3	3	3	4	3,40
3	2	3	3	3	2,80
2	3	2	3	3	2,60
3	3	3	3	3	3,00
3	2	3	2	3	2,60

4	4	2	3	3	3,20
2	1	3	2	4	2,40
3	3	2	3	3	2,80
3	3	3	3	3	3,00
3	2	3	3	3	2,80
4	4	4	4	3	3,80
2	1	2	2	2	1,80
3	2	3	3	3	2,80
4	4	4	4	4	4,00
4	4	4	4	4	4,00
3	2	4	3	4	3,20
4	4	4	4	4	4,00
4	4	4	4	4	4,00
4	4	4	4	4	4,00
2	1	2	2	3	2,00
2	2	2	2	3	2,20
4	4	4	3	4	3,80
4	4	3	4	3	3,60
3	3	2	3	3	2,80
3	3	2	3	3	2,80
3	4	3	2	3	3,00
3	3	3	3	3	3,00
4	2	2	3	3	2,80
4	4	4	3	2	3,40
3	3	3	3	3	3,00
3	2	2	3	3	2,60
3	3	3	3	4	3,20
2	1	2	2	3	2,00
3	2	3	3	3	2,80
3	2	3	3	3	2,80

3	4	3	4	3	3,40
3	3	3	3	3	3,00
3	1	1	1	1	1,40
2	2	2	3	2	2,20
4	4	3	2	3	3,20
3	3	4	2	3	3,00
3	2	2	3	2	2,40
3	2	3	3	4	3,00
3	3	1	3	3	2,60
4	3	3	3	4	3,40
3	3	3	3	3	3,00
4	4	4	4	4	4,00
3	2	2	3	4	2,80
3	4	3	3	3	3,20
3	4	4	4	3	3,60
4	4	3	4	4	3,80
4	3	3	3	3	3,20
4	4	4	4	4	4,00
2	3	3	2	2	2,40
2	1	3	2	2	2,00
3	3	2	3	2	2,60
3	3	3	3	4	3,20
4	4	3	3	3	3,40
1	1	2	2	1	1,40
3	3	3	4	3	3,20
3	3	3	3	3	3,00
3	2	3	3	3	2,80
2	1	2	3	2	2,00
3	1	3	3	3	2,60
4	4	4	4	4	4,00

3	4	3	4	2	3,20
3	2	3	3	3	2,80
3	4	3	1	2	2,60
3	3	3	3	3	3,00
3	4	4	3	3	3,40
4	4	4	3	4	3,80
4	3	4	4	4	3,80
3	3	3	3	3	3,00
2	3	2	2	2	2,20
4	4	4	4	4	4,00
3	2	3	2	3	2,60
4	3	2	2	3	2,80
4	3	3	3	3	3,20
1	1	2	2	1	1,40
3	2	3	3	3	2,80
3	3	3	4	2	3,00
3	3	3	4	3	3,20
4	4	3	4	4	3,80
1	1	1	1	1	1,00
4	4	4	3	3	3,60
3	3	1	2	1	2,00
4	4	3	3	3	3,40
3	4	3	4	2	3,20
3	3	3	3	3	3,00
4	4	1	3	4	3,20
2	2	2	2	2	2,00
3	4	2	2	3	2,80

Lampiran 3: STATISTIK DESKRIPTIF

jenis kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
laki-laki	48	38,7	38,7	38,7
Valid perempuan	76	61,3	61,3	100,0
Total	124	100,0	100,0	

usia responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
18-20 tahun	5	4,0	4,0	4,0
Valid 21-23 tahun	116	93,5	93,5	97,6
>23 tahun	3	2,4	2,4	100,0
Total	124	100,0	100,0	

asal Universitas

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Ull	64	51,6	51,6	51,6
UMY	34	27,4	27,4	79,0
AA YKPN	2	1,6	1,6	80,6
UGM	8	6,5	6,5	87,1
Valid UPN	6	4,8	4,8	91,9
UNY	5	4,0	4,0	96,0
UAD	2	1,6	1,6	97,6
STIE YKPN	2	1,6	1,6	99,2

Amikom	1	,8	,8	100,0
Total	124	100,0	100,0	

Program Studi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Akuntansi	52	41.9	41.9	41.9
Manajemen	14	11.3	11.3	53.2
Ilmu Komunikasi	9	7.3	7.3	60.5
Teknik Geologi	4	3.2	3.2	63.7
Informatika	2	1.6	1.6	65.3
Kedokteran	3	2.4	2.4	67.7
Arsitektur	1	.8	.8	68.5
Psikologi	3	2.4	2.4	71.0
Pendidikan Agama Islam	2	1.6	1.6	72.6
Syariah	2	1.6	1.6	74.2
Valid Teknik Elektro	3	2.4	2.4	76.6
Hukum	9	7.3	7.3	83.9
PGSD	1	.8	.8	84.7
Hubungan Internasional	9	7.3	7.3	91.9
Teknik Lingkungan	3	2.4	2.4	94.4
PJKR	2	1.6	1.6	96.0
Ilmu Ekonomi	1	.8	.8	96.8
Pendidikan Dokter Gigi	1	.8	.8	97.6
Farmasi	1	.8	.8	98.4
Sistem Informasi	1	.8	.8	99.2
Filsafat	1	.8	.8	100.0

Total	124	100.0	100.0
-------	-----	-------	-------

Lampiran 4: STATISTIK DESKRIPTIF

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pengetahuan Investasi	124	2.20	4.00	3.4065	.42056
Modal Awal Investasi	124	2.00	4.00	3.3500	.44365
Social Media Influencer	124	1.00	4.00	2.8935	.62959
Minat Investasi	124	1.00	4.00	3.0065	.65067
Valid N (listwise)	124				

Lampiran 5: UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		124
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.43676732
	Absolute	.083
Most Extreme Differences	Positive	.058
	Negative	-.083
Kolmogorov-Smirnov Z		.925
Asymp. Sig. (2-tailed)		.359

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

UJI MULTIKOLINEARITAS

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standard ized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-1.099	.356		-3.085	.003		
1 Pengetahuan Investasi	.343	.120	.222	2.871	.005	.629	1.590
Modal Awal Investasi	.634	.114	.432	5.560	.000	.621	1.609
Social Media Influencer	.281	.069	.272	4.077	.000	.844	1.184

a. Dependent Variable: Minat Investasi

UJI HETEROSKEDASTISITAS

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.901	.218		4.139	.000
1 Pengetahuan Investasi	-.035	.073	-.054	-.484	.630
Modal Awal Investasi	-.066	.070	-.107	-.954	.342

Social Media Influencer	-.076	.042	-.174	-1.817	.072
-------------------------	-------	------	-------	--------	------

a. Dependent Variable: abs_res

UJI REGRESI LINEAR BERGANDA

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.741 ^a	.549	.538	.44219

a. Predictors: (Constant), Social Media Influencer, Pengetahuan

Investasi, Modal Awal Investasi

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	28.611	3	9.537	48.773	.000 ^b
	Residual	23.464	120	.196		
	Total	52.075	123			

a. Dependent Variable: Minat Investasi

b. Predictors: (Constant), Social Media Influencer, Pengetahuan Investasi, Modal Awal Investasi

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.099	.356		-3.085	.003
	Pengetahuan Investasi	.343	.120	.222	2.871	.005
	Modal Awal Investasi	.634	.114	.432	5.560	.000

Social Media Influencer	.281	.069	.272	4.077	.000
-------------------------	------	------	------	-------	------

a. Dependent Variable: Minat Investasi