

Pengaruh *Social Media Influencer* dan Pengetahuan Keuangan Terhadap Minat Investasi Mahasiswa di Pasar Modal

Intan Mutmainah Harun¹, Mohamad Agus Salim Monoarfa², Meriyana Franssisca Dungga³

Universitas Negeri Gorontalo

intnhrun123@gmail.com¹, agusmonoarfa@ung.ac.id², meriyana_dungga@ung.ac.id³

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of Financial Influencers and Financial Literacy on Investment Interest in the Capital Market, focusing on students of the Faculty of Economics and Business, Universitas Negeri Gorontalo. The sampling technique applied in this study is Slovin's formula, which results in a total sample of 100 respondents. The data collection method utilized primary data by distributing questionnaires. The analysis method in this study is multiple linear regression analysis. The result of this study show that partially financial influencers have a significant influence on investment interest. This indicates that the presence of influencers can motivate and attract students to invest. However, financial literacy has no significant influence on investment interest, implying that student's level of understanding and knowledge about investment does not influence their interest in investing. Simultaneously, financial influencers and financial literacy influence investment interest, with a determination coefficient of 23.8%, while the remaining 76.2% is influenced by other variables not examined in this study.

Keywords: *Financial Influencers, Financial Literacy, Investment Interest*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Influencer* Keuangan dan Literasi Keuangan terhadap Minat Investasi di Pasar Modal studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Gorontalo. Teknik pengambilan sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan Slovin, jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 100 orang responden. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan data primer yakni dengan menggunakan kuesioner. Pengujian analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan analisis Regresi Linear Berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial, *Influencer* Keuangan berpengaruh dan signifikan terhadap Minat Investasi artinya keberadaan *Influencer* mampu memotivasi dan menarik perhatian mahasiswa untuk berinvestasi, Literasi Keuangan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Minat Investasi artinya tingkat pemahaman dan pengetahuan mahasiswa tentang minat investasi tidak mempengaruhi minat mahasiswa untuk berinvestasi. Sedangkan secara simultan, *Influencer* keuangan dan Literasi Keuangan berpengaruh terhadap Minat Investasi. Dengan koefisien determinasi sebesar 23,8% sedangkan sisanya 76,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini

Kata kunci: *Influencer* Keuangan, Literasi Keuangan, Minat Investasi.

PENDAHULUAN

Sektor pasar modal dan keuangan memang menjadi salah satu tolak ukur perekonomian di suatu negara dimana terdaftar ribuan perusahaan yang menjualbelikan sahamnya di pasar sekunder atau bursa saham. Sejalan dengan perkembangan teknologi informasi dan internet, transaksi pasar modal kini semakin banyak digemari oleh investor muda. Pasar modal memiliki peran penting dalam menunjang perekonomian suatu negara karena memiliki dua fungsi, yaitu fungsi ekonomi dan fungsi keuangan, oleh karena itu, Bursa Efek Indonesia (BEI) dan beberapa perusahaan sekuritas lainnya yang telah menjalin kerja sama dengan perguruan tinggi yang ada di Indonesia dengan membuka program Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia (BEI). Program tersebut merupakan salah satu sarana untuk memperkenalkan pasar modal sejak dini pada dunia pendidikan.

Rendahnya indeks pengetahuan di Indonesia dapat memunculkan perilaku *herding* dari investor individu. Perilaku *herding* pada investor di Indonesia menyebabkan individu tersebut mengalami kerugian saat berinvestasi di pasar modal. Berkaitan dengan kerugian dalam berinvestasi di pasar modal, pemahaman tentang produk keuangan yang dibeli masih kurang (Hendartyo, 2021). Investasi dalam pasar modal dapat menjadi salah satu pilihan dalam berinvestasi, hal ini dikarenakan investasi memiliki beberapa keuntungan. Berinvestasi di sektor pasar modal merupakan sumber alternatif yang diberikan oleh pemerintah Indonesia, namun pasar modal di Indonesia saat ini masih kurang diminati oleh mahasiswa. Mahasiswa merupakan calon investor muda yang dapat berperan aktif dalam dunia investasi seperti pasar modal, dan bekerja sama untuk meningkatkan pengetahuannya mengenai pasar modal di masa yang akan datang melalui kelompok studi pasar modal dan galeri investasi. Semakin banyak akses terhadap pemahaman pasar modal, akan menimbulkan minat calon investor untuk berinvestasi di pasar modal. Dengan banyaknya akses tersebut diharapkan dapat berpengaruh langsung kepada mahasiswa sebagai investor muda yang sadar akan perkembangan teknologi.

Ada beberapa faktor yang bisa dikatakan melatar belakangi mahasiswa untuk terjun di dunia investasi, yakni motivasi, kemajuan teknologi, dan literasi keuangan. Mahasiswa bisa dikatakan tumbuh di tengah semakin majunya evolusi dunia digital teknologi serta tingkat literasi yang semakin baik. Mahasiswa ini pun bisa dikatakan menjadi secerca asa agar berperan penting dan sanggup menjadi investor yang memiliki peranan dan pengaruh positif dalam meningkatkan perkembangan dunia investasi (Yasa et al., 2020). Kesadaran generasi muda khususnya mahasiswa terhadap investasi masih sangat rendah padahal mahasiswa yang termasuk juga ke dalam usia produktif telah memiliki tanggung jawab atas kondisi keuangannya masing-masing baik untuk saat ini maupun masa depan.

Universitas Negeri Gorontalo menyediakan fasilitas penunjang pembelajaran investasi yaitu adanya Galeri Investasi bertempat langsung di Fakultas Ekonomi dengan harapan mahasiswa dapat menumbuhkembangkan pengetahuan mengenai praktik-praktik dalam berinvestasi secara nyata. Upaya ini tidak serta merta

membuat mahasiswa tertarik untuk berinvestasi. Hal ini sebagaimana data yang diperoleh dari anggota galeri investasi kampus bahwa mahasiswa yang telah tergabung dalam galeri investasi dua tahun terakhir hanya 3 (tiga puluh) orang atau sekitar 9,45 % dari jumlah mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Gorontalo.

Literasi keuangan merupakan variabel penting bagi seseorang untuk membuat keputusan keuangan (Lusardi, 2019). Seorang individu yang memiliki literasi keuangan terbukti memiliki kecenderungan untuk melakukan investasi. Literasi keuangan adalah keahlian individu dalam menerapkan manajemen keuangan maupun mendapatkan dan menganalisis informasi umum dan berguna untuk mengambil keputusan serta melihat akibat yang akan diterima. Selain literasi keuangan, faktor lain yang berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam berinvestasi adalah *Influencer* yang saat ini banyak membahas mengenai investasi. Fauzianti & Retnosari (2022) mengungkapkan bahwa pihak yang mampu memberikan hal-hal mengenai pentingnya investasi dapat memberikan pengaruh pada minat investasi di pasar modal. Pihak ini mampu memberikan pengaruh nantinya pada minat dari mahasiswa untuk melakukan penanaman modal pada pasar modal.

Dari uraian di atas menunjukkan pentingnya peran *Influencer* keuangan dan Literasi Keuangan untuk meningkatkan minat berinvestasi mahasiswa di pasar modal. Penelitian tentang *Influencer* Keuangan dan Literasi Keuangan telah banyak dilakukan. Seperti penelitian (Trisnarningsih, Sihabudin & Robby Fauji, 2022), tentang pengaruh *influencer* dan literasi keuangan terhadap minat investasi mahasiswa menunjukkan hasil bahwa berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi. Secara simultan variabel literasi keuangan dan *Influencer* berpengaruh signifikan terhadap minat investasi mahasiswa.

METODE PENELITIAN

Dalam melakukan penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif yang menekankan analisisnya pada data-data numerikal (angka). Menurut Sugiyono (2018) Data kuantitatif adalah jenis data yang dapat diukur atau dihitung secara langsung yang berupa informasi atau penjelasan yang dinyatakan dalam bilangan atau berbentuk angka. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan pengumpulan sumber data dalam wujud data primer. Data primer menurut Sugiyono (2018) merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, yang kemudian dikumpulkan dari sumber pertama dan tempat objek penelitian melalui observasi yang dilakukan, yang dimana langsung berkaitan dengan objek penelitian.

Populasi dan Sampel

Menurut Sugiono (2017) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang

ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini yaitu Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Gorontalo. Menurut Sugiyono (2017) sampel ialah bagian dari populasi yang menjadi sumber data dalam penelitian, dimana sampel merupakan bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Mengingat populasi dapat ditentukan secara tepat maka untuk menentukan sampel dari suatu populasi digunakan rumus Slovin (Supramono dan Haryono, 2005). Sehingga berdasarkan rumus maka sampel yang digunakan dalam penelitian dari populasi sebanyak 97,26 atau dibulatkan menjadi 98 dan lebihkan menjadi 100 sampel responden Mahasiswa Jurusan Manajemen dan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Gorontalo.

Teknik Pengumpulan DATA

Dalam penelitian ini menggunakan teknik data dengan menyebarkan kuesioner, yakni yang dilakukan dengan cara memberi pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2018:219). Dalam hal ini skala pengukurannya adalah dengan menggunakan skala diferensial semantik untuk mengatur sikap, yang penilaian jawaban mulai 1 sampai 7. Instrumennya sebagai berikut :

Sangat Tidak Setuju	1	2	3	4	5	6	7	Sangat Setuju
---------------------	---	---	---	---	---	---	---	---------------

Teknik analisis data menggunakan asumsi klasik yakni normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas serta autokorelasi. Uji normalitas menggunakan uji Kolmogorov Smirnov yang berfungsi untuk mengetahui kenormalan data. Multikolinearitas dilaksanakan menggunakan VIF *test*, dan heteroskedastisitas dengan uji *Scatterplot*. Kemudian autokorelasi menggunakan Durbin-Watson. Analisis regresi linear berganda untuk menganalisis pengaruh *influencer* keuangan dan literasi keuangan terhadap minat investasi.

Definisi Operasional

Influencer adalah kemampuan seseorang yang sering terlihat di media sosial untuk mempengaruhi masyarakat karena sikap yang ditunjukkan di media sosial. *Influencer* adalah salah satu bagian penting dalam perilaku pengambilan keputusan. *Influencer* didefinisikan sebagai individu yang memiliki pengikut relatif banyak dan hal yang disampaikan dapat mempengaruhi pengikutnya (Hariyanti dan Wirapraja, 2018). *Influencer* keuangan adalah seorang yang berbagai wawasan dan informasi tentang keuangan, baik melalui media sosial maupun komoditas keuangan. Mereka membantu orang lain dalam mengatur keuangan mereka, merencanakan masa depan, dan menyiapkan diri mereka untuk mencapai tujuan keuangan. Mereka juga berbagi kiat dan strategi untuk meningkatkan keuangan pribadi dan keluarga. *Influencer* keuangan juga dapat membantu menemukan solusi yang tepat untuk masalah keuangan dan memberikan saran yang menguntungkan untuk meningkatkan keuangan. Berikut ini adalah indikator-indikator yang dapat

digunakan dalam mengukur variabel *influencer* keuangan menurut Rositer & Phoebe (2019) adalah sebagai berikut :

- a. *Visibility*, sejauh mana *influencer* dikenal atau populer
- b. *Credability*, kemampuan *influencer* untuk menumbuhkan kepercayaan
- c. *Attractiveness*, *influencer* harus memiliki daya tarik dalam penampilan dan karakter
- d. *Power*, tingkat kekuatan *influencer* dalam mempengaruhi

Literasi Keuangan

Literasi keuangan secara harfiah adalah ilmu tentang bagaimana manusia mengelola uang yang dimilikinya sehingga dalam berinvestasi dapat mengambil keputusan akhir yang bijak dan tidak tergesa-gesa sehingga pada akhirnya jika seseorang manusia memiliki tingkat literasi keuangan yang cukup bagus maka diharapkan mereka dapat memanfaatkan uang maupun aset yang dimiliki untuk diinvestasikan baik itu ke sektor properti, jaminan hari tua maupun pendidikan bagi keturunan mereka sendiri. Latifiana (2017) mengartikan bahwa literasi keuangan dapat diartikan sebagai pengetahuan keuangan dengan tujuan mencapai kesejahteraan. Untuk mencapai kesejahteraan tersebut masyarakat harus mengetahui bagaimana cara mencapai kesejahteraan mulai dari perencanaan sampai penggunaan, hal ini mengacu pada kondisi keuangan masyarakat. Safryani et al., (2020) menyatakan literasi keuangan adalah hal-hal yang diketahui dan dipelajari mengenai keuangan dalam aspek-aspek seperti konsep keuangan serta lembaga keuangan secara menyeluruh dan juga kapabilitas yang dimiliki dalam pemanfaatan produk-produk keuangan lalu pengelolaan keuangan oleh individu dalam pembuatan keputusan baik jangka pendek hingga jangka panjang. Berikut ini adalah indikator-indikator yang dapat digunakan dalam mengukur variabel literasi keuangan menurut Mendari dan Kewal (2013) sebagai berikut :

- a. Pengetahuan Dasar Keuangan Pribadi Secara Umum
Pengetahuan umum keuangan merupakan pemahaman mengenai konsep keuangan yang berlaku secara umum. Meliputi pemahaman beberapa hal yang berkaitan dengan pengetahuan dasar tentang keuangan pribadi. Pengetahuan dasar biasanya terkait dengan pengambilan keputusan dalam melakukan investasi atau pembiayaan yang berpengaruh terhadap perilaku seseorang dalam mengelola keuangan yang dimiliki.
- b. Tabungan dan Pinjaman
Tabungan atau simpanan adalah sebuah akumulasi dana yang diperoleh dari pendapatan yang diterima atau dana yang digunakan untuk berjaga-jaga apabila terdapat kebutuhan yang tidak terduga dimasa mendatang. Sedangkan pinjaman disebut sebagai kredit. Barang atau jasa yang menjadi kewajiban pihak yang satu untuk dibayarkan kepada pihak lain sesuai dengan perjanjian tertulis ataupun lisan wajib dibayarkan kembali dalam jangka waktu tertentu.
- c. Asuransi

Salah satu cara pengalihan risiko melalui ganti rugi kepada pihak yang mengalami kerugian, dimana uang pertanggungjawaban diambil dari iuran setiap bulan, tiga bulan, enam bulan, maupun setahun sekali seluruh peserta asuransi. Adanya asuransi data digunakan oleh individu maupun keluarga untuk mengalihkan risiko dari tertanggung ke penanggung.

d. **Investasi**

Suatu bentuk penanaman modal yang dilakukan pada saat ini untuk mendapatkan manfaat keuntungan dimasa mendatang, dimana hal yang didapat melebihi dari yang diinvestasikan.

Minat Investasi

Minat adalah seseorang yang tertarik pada suatu kegiatan dan akan terus-menerus memperhatikan kegiatan tersebut berdasarkan perasaan dan tidak ada paksaan eksternal. Minat seseorang tentang suatu aktivitas akan menyebabkan rasa gembira dan ingin segera mencapainya dan melakukan aktivitas tersebut secara konsisten (Aini & Junaidi, 2019). Minat yang besar terhadap suatu hal merupakan modal besar untuk mencapai tujuan yang diminati dalam hal ini berinvestasi di sektor pasar modal. Dalam sistem ekonomi konvensional, seseorang melakukan investasi dengan motif yang berbeda-beda, salah satunya adalah untuk memenuhi kebutuhan likuiditas, menabung dengan tujuan mendapatkan pengembalian yang lebih besar, merencanakan pensiun dan bahkan untuk berspekulasi. Sedangkan minat investasi merupakan suatu ketertarikan yang kuat dalam berinvestasi untuk menghasilkan keuntungan di masa depan. Selain itu, investasi juga salah satu pendorong pertumbuhan ekonomi daerah dalam meningkatkan perekonomian Indonesia, menciptakan keadilan, mengurangi kemiskinan dan meningkatkan kesejahteraan di Indonesia (Sari et al., 2020). Berikut ini adalah indikator-indikator yang dapat digunakan dalam mengukur variabel minat investasi menurut Aini *et al.*, (2019) sebagai berikut :

- a. Ketertarikan, diartikan sebagai adanya pemusatan atau perhatian dan perasaan senang.
- b. Motivasi, diartikan sebagai adanya minat atau gairah untuk membeli.
- c. Keinginan, diartikan sebagai kebutuhan untuk membeli.
- d. Keyakinan, adalah kepercayaan individu dalam kualitas, kegunaan, dan profitabilitas.

Hipotesis

Berdasarkan pada teori dan kerangka berpikir di atas dapat diketahui hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

H1: Diduga, Variabel *Influencer* Keuangan berpengaruh terhadap Minat Investasi di Pasar Modal pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Gorontalo

H2: Diduga, Variabel Literasi Keuangan berpengaruh terhadap Minat Investasi di Pasar Modal pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Gorontalo

H3: Diduga, Variabel *Influencer* Keuangan dan Literasi Keuangan berpengaruh terhadap Minat Investasi di Pasar Modal pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Gorontalo

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Jadi validitas ingin mengukur apakah pertanyaan dalam kuesioner yang sudah kita buat betul-betul dapat mengukur apa yang hendak kita ukur (Ghozali, 2016). Di dalam pengujian ini Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan taraf signifikan 0,05 maka item-item pernyataan pada kuesioner dapat dikatakan valid. Berdasarkan pada hasil pengujian uji validitas dan reliabilitas menunjukkan bahwa dari seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Valid. Dikarenakan hasil dari nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} dengan taraf signifikan 0,05.

Uji Reliabilitas

Suatu kuesioner dikatakan akurat dan handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Menurut Ghozali (2016) Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *koefisien Cronbach Alpha* $> 0,6$. Berdasarkan pada hasil pengujian data uji reliabilitas menunjukkan bahwa hasil perhitungan ketiga variabel menunjukkan angka di atas nilai Cronbach alpha yaitu 0,6 sehingga dapat disimpulkan bahwasanya ketiga variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

Uji Normalitas

Uji normalitas dapat dilakukan dengan normal P-P Plot dan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Normal P-P Plot, uji normalitasnya dapat dilihat dari penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal grafik atau normal dengan $\epsilon_i \sim N(0, \sigma^2)$ (Gujarati, 2004).. Berdasarkan hasil pengujian uji normalitas data secara statistik yang menggunakan Uji Kolmogorov Smirnov menunjukkan angka Sig. 0,200 yakni lebih besar dari 0,05, artinya data berdistribusi secara normal sehingga asumsi normalitas dengan tingkat Sig. 0,05 terpenuhi

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas ditunjukkan untuk melihat apakah terdapat hubungan antara variabel bebas yang mampu memberikan pengaruh yang dominan terhadap variabel terikat. Jikalau besar dari nilai VIF lebih dari angka 10 dan nilai *tolerance*

kurang dari angka 0,1 menyatakan bahwa model regresi mempertandakan terjadinya multikolinearitas. Sebaliknya apabila VIF menunjukkan kurang 5 dari angka 10 dan nilai *tolerance* melebihi angka 0,1 ini menyatakan model regresi tidak terjadi multikolinearitas. Berdasarkan hasil pengujian data uji multikolinearitas nilai *tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 10 pada variabel-variabel bebas (independen) yang artinya tidak terjadi multikolinearitas pada data.

Uji Heteroskedastisitas

Apabila varian dari residual suatu penelitian lain tetap, maka hal disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas (Arifani & Halmawati, 2019). Pada penelitian ini jika nilai signifikan lebih besar 0,050 maka data tidak mengandung heteroskedastisitas dan jika nilai signifikan lebih kecil dari 0,050 maka mengandung heteroskedastisitas. Berdasarkan hasil pengujian data uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa titik-titik menyebar ke segala arah di atas dan dibawah angka 0 tanpa membentuk suatu pola tertentu, maka dapat dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antara suatu periode pengamatan sebelumnya ($t - 1$) jika terjadi korelasi dinamakan adanya problem autokorelasi. Model regresi yang baik adalah bebas dari autokorelasi. Salah satu cara mengidentifikasi adalah dengan melihat nilai Durbin Watson (D-W). Berdasarkan hasil perhitungan didapatkan bahwa nilai Durbin-Watson hasil perhitungan sebesar $dW = 1.869$. Diketahui $(k ; n) = (2 ; 100)$, $dL = (1.6337)$, $dU = (1.7152)$. Berdasarkan kategori yang telah ada, nilai dW termasuk dalam *range* $dU < dW < 4-dU = 1,7152 < 1,869 < 2,2848$ yang berarti tidak terjadi autokorelasi. Oleh karena itu, analisis regresi linear berganda ini dapat dilanjutkan.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat adalah analisis regresi linear berganda (Sugiono, 2018). Model regresi berganda adalah model regresi yang digunakan untuk membuat hubungan antara variabel terikat dengan beberapa variabel bebas.

Tabel 1. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	27.625	5.029		5.493	.000
	Influencer Keuangan	.373	.083	.432	4.499	.000

	Literasi Keuangan	.012	.080	.014	.147	.884
a.	Dependent Variable : Minat Investasi					

Sumber: *Output data SPSS (diolah peneliti : 2024)*

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + \dots + b_n X_n$$

Model persamaan regresi berganda hasil analisis tersebut dapat diartikan sebagai berikut:

- a. Konstanta sebesar 27,625 yang berarti jika variabel *Influencer* Keuangan Literasi Keuangan diasumsikan tetap, maka nilai Minat Investasi adalah 27,625.
- b. Nilai koefisien untuk variabel *Influencer* Keuangan sebesar 0,373, yang berarti setiap kenaikan *Influencer* Keuangan satu satuan maka variabel Minat Investasi akan naik sebesar 0,373 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.
- c. Nilai koefisien untuk variabel Literasi Keuangan sebesar 0,012, yang berarti setiap kenaikan Literasi Keuangan satu satuan maka variabel Minat Investasi akan naik sebesar 0,012 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.

Hasil Uji t

Pengujian uji t digunakan untuk menguji setiap variabel bebas atau independen variabel apakah variabel *Influencer* Keuangan (X1) dan Literasi Keuangan (X2) mempunyai pengaruh yang positif serta signifikan terhadap variabel terikat atau dependen variabel Minat Investasi (Y) (Ghozali, 2018).

Tabel 2. Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	sig
		B	Std error	Beta		
1	(constant)	27,625	5,029		5,493	,000
	<i>Influencer</i> Keuangan	,373	,083	,432	4,499	,000
	Literasi Keuangan	,012	,080	,014	,147	,884

a. Dependent Variable: Minat Investasi

Sumber: *Output data SPSS (diolah peneliti : 2024)*

Berdasarkan pada hasil tabel 2 di atas, maka dapat dijabarkan sebagai berikut:

- a. Pengujian Hipotesis 1 Untuk Variabel *Influencer* Keuangan

Dari tabel 4.18 diperoleh Thitung sebesar 4.499 dan nilai Ttabel diketahui sebesar 1.985 dengan membandingkan antara Thitung dan Ttabel maka ditemukan $T_{hitung} > T_{tabel}$, bahwa variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat. Hasil yang diperoleh dari perbandingan Sig. dengan taraf signifikansi 5% = 0.000 < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 1 diterima dan H_0 1 ditolak, artinya *influencer* keuangan berpengaruh secara parsial terhadap minat investasi.

b. Pengujian Hipotesis 2 Untuk Variabel Literasi Keuangan

Dari tabel 4.18 diperoleh Thitung sebesar 0.147 dan nilai Ttabel diketahui sebesar 1.985 dengan membandingkan antara Thitung dan Ttabel maka ditemukan $T_{hitung} < T_{tabel}$, bahwa variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat. Hasil yang diperoleh dari perbandingan Sig. Dengan taraf signifikansi 5% = 0,000 < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 1 ditolak dan H_0 1 diterima, artinya Literasi Keuangan secara parsial tidak berpengaruh terhadap Minat Investasi.

Hasil Uji F

Pada dasarnya menunjukkan secara serentak apakah variabel bebas atau independen variabel *Influencer* Keuangan (X_1), dan Literasi Keuangan (X_2) mempunyai pengaruh yang positif atau negatif, serta signifikan terhadap variabel terikat atau dependen variabel Minat Investasi (Y).

Tabel 3. Hasil Uji F

ANOVA						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1524.689	2	762.345	11.389	.000 ^b
	Residual	6492.671	97	66.935		
	Total	8017.360	99			
a. Dependent Variable : Minat Investasi (Y)						
b. Predictors : (Constant), Influencer Keuangan (X1), Literasi Keuangan (X2)						

Sumber: *Output data SPSS* (diolah peneliti : 2024)

Berdasarkan pada hasil tabel 3 di atas diketahui bahwa hasil F_{hitung} 11,389 > F_{tabel} 3,09 dengan nilai signifikan 0,000 < 0,05 sehingga H_0 di tolak dan H_1 diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel *Influencer* keuangan (X_1) dan Literasi Keuangan (X_2) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Minat Investasi (Y).

Pembahasan

Pengaruh *Influencer* Keuangan (X_1) terhadap Minat Investasi (Y)

Influencer adalah individu dengan pengikut banyak di media sosial untuk mempromosikan sesuatu kepada pengikutnya. *Influencer* berasal dari kalangan mana saja yang memberikan informasi terkait sesuatu sehingga dapat mengajak seseorang ingin mengetahui informasi bahkan melakukan hal tersebut. Dengan adanya *influencer* keuangan, sebagian besar mahasiswa berinisiatif mencari terlebih dahulu

tentang konten yang disebar di media sosial oleh *influencer* keuangan agar memberikan wawasan lebih luas dengan investasi dan memberikan keuntungan ketika mahasiswa menggunakan investasi tersebut. (Saiang, 2022).

Mahasiswa menyadari bahwa kepercayaan terhadap *influencer* keuangan itu sangat penting dalam keputusan minat investasi. Kepercayaan merupakan kunci dalam sebuah keputusan dalam melakukan sesuatu. Jika mahasiswa percaya maka akan memiliki minat yang tinggi untuk melakukan investasi, dan jika tidak percaya maka tidak akan memiliki minat untuk melakukan investasi. Hariyanti dan Wirapraja (2018) mendefinisikan *influencer* sebagai individu yang memiliki pengikut relatif banyak dan hal yang disampaikan dapat mempengaruhi pengikutnya.

Hasil pengujian hipotesis pertama dilakukan secara parsial yang menunjukkan bahwa *influencer* keuangan berpengaruh signifikan terhadap minat investasi mahasiswa di pasar modal, hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Trianingsih (2022) dan Pratiwi (2022) yang mengatakan bahwa *influencer* keuangan berpengaruh signifikan terhadap minat investasi.

Pengaruh Literasi Keuangan (X_2) terhadap Minat Investasi (Y)

Menurut Apriliani (2017) literasi keuangan diartikan sebagai suatu urutan proses atau kegiatan untuk meningkatkan pengetahuan (*knowledge*), keterampilan (*skill*), dan keyakinan (*confidence*) konsumen maupun masyarakat agar mereka mampu mengelola keuangan pribadi dengan lebih baik. Semakin tinggi literasi keuangan seseorang maka semakin baik pula pengelolaan keuangan seseorang tersebut. Tidak semua mahasiswa akan tertarik akan investasi. Hal ini disebabkan pemahaman mahasiswa tentang manfaat berinvestasi untuk masa depan masih tergolong minim atau kurang diperlukannya investasi agar nilai dari setiap aset kita punya bisa berkembang. Banyak mahasiswa merasa bahwa pendidikan formal tentang literasi keuangan menarik atau relevan dengan kehidupan sehari-hari mereka. Sebaliknya, informasi yang disampaikan oleh *influencer* sering kali dikemas dengan cara yang lebih menarik dan mudah dipahami, membuat mahasiswa lebih cenderung untuk menyerap informasi tersebut. *Influencer* sering kali menyediakan informasi yang mudah diakses dan langsung terkait dengan platform investasi tertentu. Hal ini membuat mahasiswa merasa bahwa mereka tidak perlu memahami konsep-konsep rumit dari literasi keuangan untuk memulai berinvestasi.

Hasil pengujian hipotesis yang kedua masih dilakukan secara parsial yang menunjukkan literasi keuangan berpengaruh secara signifikan terhadap minat investasi yang menunjukkan bahwa banyak mahasiswa melihat investasi sebagai cara cepat untuk mendapatkan keuntungan finansial tanpa memahami risiko yang terlibat. Mereka cenderung menganggap bahwa berinvestasi adalah solusi untuk masalah keuangan mereka, tanpa menyadari pentingnya pengetahuan yang mendalam tentang konsep dan strategi investasi. Selain itu, banyak mahasiswa yang belum paham hal penting apa saja yang harus dipelajari sebelum berinvestasi serta konsep

dasar keuangan. Tanpa pemahaman tentang konsep dasar keuangan, orang akan membuat keputusan yang tidak baik berkaitan dengan pengelolaan keuangan.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan (Sum & Lestari, 2022) yang menunjukkan bahwa hasil literasi keuangan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat investasi. Karena setiap mahasiswa memiliki pandangan yang berbeda-beda dengan mahasiswa lain terhadap literasi keuangan. Serta penelitian yang dilakukan oleh Taufiqoh et al. (2019) bahwa literasi keuangan mempunyai pengaruh negatif dan tidak signifikan pada minat investasi dipasar modal.

Pengaruh *Influencer* Keuangan (X_1) dan Literasi Keuangan (X_2) secara simultan atau Bersama sama terhadap Minat Investasi (Y)

Literasi keuangan yang kurang baik bisa membuat mahasiswa khawatir tentang risiko investasi, dikarenakan kurangnya pemahaman mengenai risiko. Mahasiswa dengan literasi keuangan yang rendah cenderung tidak memahami berbagai jenis risiko yang terkait dengan investasi, sehingga mereka merasa tidak yakin dan khawatir saat harus mengambil keputusan investasi. Yushita (2017) pengetahuan dasar adalah pemahaman mengenai prinsip-prinsip keuangan dasar dan memiliki pemahaman mengenai keuangan pribadi, termasuk cara menangani pendapatan dan pengeluaran. Sebelum melakukan investasi haruslah mengetahui konsep dan pengetahuan dasar yang baik dan benar dalam berinvestasi. Dalam meningkatkan minat investasi mahasiswa diperlukannya media informasi oleh *influencer* keuangan untuk membagikan pengalamannya mengenai investasi keuangan. *Influencer* keuangan dikatakan sebagai pihak yang mampu memberikan informasi yang penting terkait investasi dan mampu mempengaruhi minat mahasiswa terhadap investasi. *Influencer* keuangan yang efektif dalam mempengaruhi minat investasi adalah mereka yang memiliki pengetahuan yang baik dan kemampuan komunikasi yang kuat di media sosial. Dalam hal kepercayaan mahasiswa menyadari bahwa kepercayaan itu sangat penting dalam keputusan minat investasi. Kepercayaan merupakan kunci dalam sebuah keputusan dalam melakukan sesuatu. Jika mahasiswa percaya maka akan memiliki minat yang tinggi untuk melakukan investasi, dan jika tidak percaya maka tidak akan memiliki minat untuk melakukan investasi.

Dalam penelitian ini *influencer* keuangan dan literasi keuangan terhadap minat investasi menunjukkan bahwa secara simultan atau bersama-sama variabel *influencer* keuangan dan literasi keuangan terhadap minat investasi mahasiswa di pasar modal, hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (I Dewa Ayu Bintang Cahyani & Ni Kadek Sinarwati, 2023), menunjukkan hasil penelitian yang dimana bahwa *influencer* keuangan dan literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi.

KESIMPULAN

Berdasarkan pada hasil analisis data secara parsial dan simultan mengenai pengaruh *influencer* keuangan dan literasi keuangan terhadap minat investasi mahasiswa di pasar modal, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. *Influencer* Keuangan berpengaruh terhadap Minat Investasi di Pasar Modal Mahasiswa Fakultas ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Gorontalo. *Influencer* Keuangan yang baik dapat mempengaruhi minat investasi mahasiswa, *influencer* keuangan yang baik akan memberikan informasi tentang manfaat investasi dan trik untuk mulai berinvestasi. *Influencer* sering kali menyediakan informasi yang mudah diakses dan langsung terkait dengan platform investasi tertentu. Hal ini membuat mahasiswa merasa bahwa mereka tidak perlu memahami konsep-konsep rumit dari literasi keuangan untuk memulai berinvestasi. Kemajuan teknologi yang semakin berkembang pesat memudahkan individu untuk mendapatkan informasi apa pun melalui internet dan media sosial. Sehingga informasi terkait investasi juga mudah didapatkan, apalagi saat ini banyak tokoh-tokoh terkenal atau *influencer* yang ikut menyebarkan informasi terkait investasi.
2. Literasi Keuangan tidak berpengaruh terhadap Minat Investasi di Pasar Modal Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Gorontalo, artinya literasi keuangan yang kurang dapat terjadi apabila pemahaman tentang pengetahuan dasar mengenai investasi minim, karena jika literasi keuangan yang buruk akan mempengaruhi minat berinvestasi. Selain itu, banyak mahasiswa yang belum paham hal penting apa saja yang harus dipelajari sebelum berinvestasi serta konsep dasar keuangan. Tanpa pemahaman tentang konsep dasar keuangan, orang akan membuat keputusan yang tidak baik berkaitan dengan pengelolaan keuangan. Kemajuan teknologi yang semakin berkembang pesat memudahkan individu untuk mendapatkan informasi apa pun melalui internet dan media sosial. Namun, hal ini juga memiliki risiko yang tinggi jika kita belum mengetahui konsep dasar atau pengetahuan umum tentang berinvestasi yang baik dan jelas. Bahkan tidak heran lagi jika masih ada mahasiswa yang berpikir kalau investasi adalah hal yang hanya bisa dilakukan oleh sedikit orang saja, misalnya orang yang punya banyak uang seperti pejabat atau konglomerat. Tetapi pada kenyataannya investasi bisa dilakukan oleh semua orang apalagi kepada mahasiswa. Investasi sangat penting bagi kita yang mempunyai tujuan finansial keuangan berjangka pendek, menengah dan panjang, akan tetapi mahasiswa dengan pemahaman yang kurang baik tentang investasi cenderung kurang tertarik juga untuk berinvestasi. Banyak mahasiswa merasa bahwa pendidikan formal tentang literasi keuangan menarik atau relevan dengan kehidupan sehari-hari mereka. Sebaliknya, informasi yang disampaikan oleh *influencer* sering kali dikemas dengan cara yang lebih menarik dan mudah dipahami, membuat mahasiswa lebih cenderung untuk menyerap informasi tersebut.

SARAN

Berdasarkan hasil riset, ulasan dan simpulan yang telah dikemukakan adapun saran yang dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Diharapkan penelitian tentang *influencer* keuangan ini dapat memberikan kontribusi yang lebih terhadap pemahaman tentang peran mereka dalam keuangan dan pengambilan keputusan minat berinvestasi di kalangan mahasiswa.
2. diharapkan untuk lebih mengeksplorasi aspek-aspek dan pengetahuan umum dari literasi keuangan yang masih kurang dipahami, karena jika literasi keuangan yang buruk akan mempengaruhi minat berinvestasi.
3. Dalam meningkatkan minat berinvestasi para mahasiswa harus memiliki tingkat literasi keuangan yang baik serta *influencer* keuangan yang bagus. Selain itu, diharapkan bagi Lembaga Pendidikan dalam meningkatkan minat berinvestasi agar menyediakan edukasi berkelanjutan mengenai investasi di pasar modal. Ini bisa dilakukan melalui seminar, *workshop*, atau pelatihan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, N., Maslichah, & Junaidi. (2019). Pengaruh Pengetahuan Dan Pemahaman Investasi, Modal Minimum Investasi, Return, Risiko Dan Motivasi Investasi Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi Di Pasar Modal (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Kota Malang). *E-Jra*, 08(05), 38–52.
- Aydemir, S., D. & Aren, S. (2017). Do the effects of individual factors on financial risktaking behavior diversify with financial literacy? *Kybernetes*, 46(10), 1706-1734
- Bakhri, Syaeful. 2018. Minat Mahasiswa dalam Investasi di Pasar Modal. Cirebon: Fakultas Syariah dan Ekonomi Bisnis. *Al-Amwal*, Vol. X, No.1
- Darmawan, A., Kurnia, K., & Rejeki, S. (2019). Pengetahuan Investasi, Motivasi Investasi, Literasi Keuangan Dan Lingkungan Keluarga Pengaruhnya Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 8(2), 44–56. <https://doi.org/10.32639/jiak.v8i2.297>
- Dasra Viana, E., Febrianti, F., & Ratna Dewi, F. (2021). Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan dan Minat Investasi Generasi Z di Jabodetabek Financial Literacy, Financial Inclusion, and Investment Interest Generation Z's in Jabodetabek. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi (JMO)*, 12(3), 252–264.
- Fedias, Saputra, R., Suyanto, S., & Japlani, A. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Berinvestasi Di Pasar Modal Dengan Perkembangan Teknologi Digital Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Mahasiswa Akuntansi Universitas Muhammadiyah Metro). *Jurnal Akuntansi Aktiva*, 2(2), 196–203.

- Gede Ananda Wibawa Putra, I., & Putu Mahyuni, L. (2023). Analisis pengaruh Influencer terhadap pembentukan harga saham di Bursa Efek Indonesia. *25(1)*, 71–80.
- Gunanti, I. I. P., & Mahyuni, L. P. (2022). Minat Investasi Generasi Milenial di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Manajemen*, *18(3)*, 425. <https://doi.org/10.29264/jinv.v18i3.10344>
- 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>
- Haras, L., Monoarfa, M, A, S., & Dungga, M, F. (2022). Pengaruh Rasio Likuiditas dan Rasio Profitabilitas Terhadap Financial Distress Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Aneka Industri Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2020. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis* *5 (1)*. <https://ejournal.ung.ac.id/index.php/JIMB/article/download/14233/4218>
- Hariyanti, N. T. dan Wirapraja, A. (2018). Pengaruh Influencer Marketing sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Modern (Sebuah Studi Literatur). *Jurnal Eksekutif*, *15(1)*, pp. 133-146.
- Hening Karatri, R., Faidah, F., & Lailiyah, N. (2021). Determinan Minat Generasi Milenial Dalam Investasi Pasar Modal Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, *6(2)*, 35–52. <https://doi.org/10.38043/jimb.v6i2.3193>
- Hidayat, V. E., & Pamungkas, A. S. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Risiko, dan Toleransi Risiko terhadap Keputusan Investasi pada Saham. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, *4(3)*, 767–776. <https://doi.org/10.24912/jmk.v4i3.19771>
- Jonathan, N., & Setyawan, I. R. (2022). Pengaruh Financial Literacy, Financial Inclusion dan Financial Behaviour terhadap Minat Berinvestasi Mahasiswa. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, *4(4)*, 891–898. <https://doi.org/10.24912/jmk.v4i4.20540>
- Jusuf, R, D., Monoarfa, M, A, S., & Dungga, M, F. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Experienced Regret dan Risk Tolerance Terhadap Keputusan Investasi Masyarakat di Kota Gorontalo.. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*. *6 (2)*. 932-944. <https://ejournal.ung.ac.id/index.php/JIMB/article/download/21900/7434>
- Lamusu, M, F, R., Monoarfa, M, A, S., & Dungga, M, F. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Efikasi Keuangan, dan Faktor Demografi Terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa Universitas Negeri Gorontalo. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*. *6 (3)*. 1132-1145 <https://ejournal.ung.ac.id/index.php/JIMB/article/download/22954/7593>

- Latifiana, D. (2016). Studi Literasi Keuangan Pengelola Usaha Kecil Menengah (UKM). 1–7. 1–7.
- Ningrum, S., Monoarfa, M, A, S., & Juanna, A. (2023). Pengaruh Digital Marketing dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Berkunjung di Pantai Botutonuo. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*. 6 (1). 225-241
<https://ejournal.ung.ac.id/index.php/JIMB/article/viewFile/19347/6355>
- Parulian, P., & Aminuddin, 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>
- Pratiwi, N. G., & Siswantini, T. (2019). Analisis Keputusan Investasi Pasar Modal pada Generasi Millennial. 2, 556–567.
- Ratih, S. D., Pramesti, E. D., Noviaty, E., & Sutrisno, S. (2023). Pengaruh Knowledge dan Influencer terhadap Literasi Investasi Mahasiswa di Masa Pandemi Covid-19. *Ilmu Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 4(1), 1–17.
<https://doi.org/10.37012/ileka.v4i1.1414>
- Regita, T. I. (2022). Pengaruh Influencer Saham Terhadap Minat Investasi Generasi Milenial Pada Pasar Modal. *JIMEK : Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 5(1), 37–45. <http://ojs.unik-kediri.ac.id/index.php/jimek/article/view/2027>
- Salisa, N. R. (2021). Faktor yang Mempengaruhi Minat Investasi di Pasar Modal: Pendekatan Theory of Planned Behaviour (TPB). *Jurnal Akuntansi Indonesia*, 9(2), 182. <https://doi.org/10.30659/jai.9.2.182-194>
- Salsabilla, N. H., & Utama, R. A. (2021). Analisis Faktor Motivasi, Kemajuan Teknologi, dan Literasi Keuangan terhadap Minat Generasi Milenial dalam Berinvestasi di Pasar Saham. *Riset Pasar Modal*.
<http://conference.um.ac.id/index.php/rpm/article/view/2788>
- Sari, S. R., Andriani, S., & Sari, P. R. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Keuangan Aparatur Sipil Negara (ASN) Wanita Di Sumbawa Besar. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, 5(2), 33–37.
- Sulistiyowati, Nur Wahyuning (2015). Pengaruh Motivasi Ekstrinsik Dan Prestasi Belajar Akuntansi Terhadap Minat Investasi Dan Keputusan Investasi Mahasiswa Fe Program Studi Akuntansi UNESA. *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan*. Vol.3.No.1. ISSN online: 2579-387x.
- Syaiful, Anshori., Makaryanawati., & Nurika, Restuningdiah. (2023). The Influence Of Investors Perceptions of Stock Influencer Credibility on Herding Behavior With Financial Literacy As A Moderating Variable. *International Journal of Business and Economics*, 2(1), 7250–7250.

- Tazkia, A., & Wijayanti, R. (2022). Pengaruh Influencer Keuangan dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Investasi Generasi Milenial di Pasar Modal. *Jurnal Management Risiko Dan Keuangan*, 1(2), 112–127.
- 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>
- Upadana, I., & Herawati, N. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan dan Perilaku Keuangan terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika*, 10, 126. <https://doi.org/10.23887/jiah.v10i2.25574>
- Yos., Shofwa. S (2017). Pengaruh Motivasi Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Berinvestasi Di Pasar Modal. *Jurnal Penelitian Agama*, 18(2), 290–301. <https://doi.org/10.24090/jpa.v18i2.2017.pp290-301>
- Yusuf, M. (2019). Pengaruh Kemajuan Teknologi dan Pengetahuan terhadap Minat Generasi Milenial dalam Berinvestasi di Pasar Modal. *Jurnal Dinamika Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 86–94. <https://doi.org/10.21009/jdmb.02.2.3>