

Pengaruh Literasi Keuangan Dan Sosial Media Influencer Terhadap Minat Investasi Mahasiswa di Kota Denpasar

I Dewa Ayu Bintang Cahyani¹, Ni Kadek Sinarwati²

ayubintang6@gmail.com

Program Studi Magister Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha

Abstrak

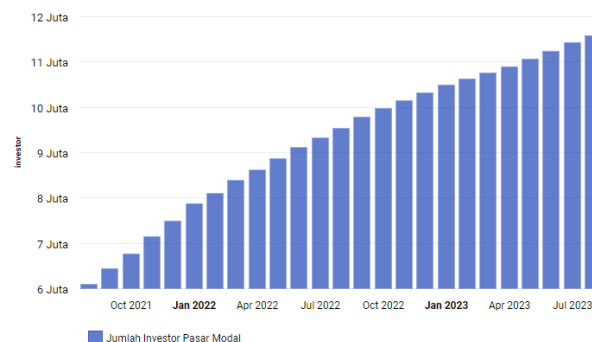
Di Era Globalisasi saat ini perkembangan teknologi begitu pesatnya termasuk perkembangan mengenai investasi dan keuangan. Generasi muda saat ini khususnya mahasiswa sangat mudah mengakses berbagai media untuk mengetahui perkembangan informasi mengenai pasar modal. Denpasar merupakan salah satu kota dengan jumlah investor terbesar di Bali dengan presentase 42% yang didominasi oleh mahasiswa. Dari total keseluruhan jumlah investor hanya 60 orang yang bisa dijadikan sampel penelitian. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dan metode penentuan sampel menggunakan tehnik simple random sampling. Hasil dari penelitian ini menunjukkan variabel Literasi Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi Mahasiswa di Denpasar. variabel media influencer berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi mahasiswa di Denpasar. literasi keuangan dan media influencer secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi generasi muda di denpasar.

Kata Kunci: Literasi Keuangan, Media Influencer.

1. PENDAHULUAN

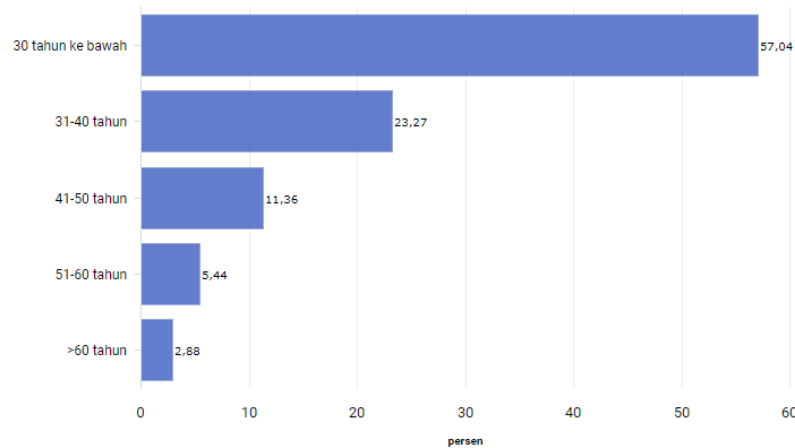
Di Era globalisasi ini perkembangan teknologi dan informasi berkembang begitu cepat termasuk pengetahuan tentang investasi dan keuangan. Pengetahuan tentang pengelolaan keuangan menjadi alasan utama seseorang bernvestasi di pasar modal. Setiap orang membutuhkan uang untuk melanjutkan kehidupannya. Pada umumnya seseorang yang memiliki penghasilan akan mengalokasikan keuangannya untuk tiga aspek penting yaitu konsumsi tabungan dan juga investasi. Investasi merupakan proses mengalokasikan keuangan dengan membeli sejumlah aset yang diharapkan kedepannya mendapatkan sebuah keuntungan. Melakukan kegiatan investasi merupakan kegiatan yang membutuhkan pengetahuan dan tidak bisa sembarangan. Untuk itu sebelum melakukan investasi hendaknya seorang investor harus mengetahui tentang investasi yang ingin dituju dan resiko yang akan dihadapi.

Era saat ini banyak bermunculan investor muda di Indonesia karena mudahnya mengakses informasi mengenai investasi melalui internet. Ini dibuktikan dengan data persebaran jumlah investor.



Gambar 1 Pertumbuhan Investaor di Indonesia
Sumber : katadata.co.id

Selama kurun waktu 3 tahun yaitu dari tahun 2023 jumlah investor di bursa efek Indonesia menunjukkan perubahan yang cukup signifikan. Perubahan tersebut ditunjukkan dari adanya peningkatan investor di bulan oktober 2021 sebanyak 6 juta orang sedangkan bulan oktober tahun 2022 menunjukkan angka 10 juta orang hal tersebut berarti dalam kurun waktu satu tahun telah terjadi peningkatan jumlah investor sebanyak 4 juta orang atau 66,7%. Bulan juli 2023 sebanyak 11,5 juta orang yang melakukan investasi atau sebesar 1,5 juta jiwa atau setara dengan 25 % peningkatan. Peningkatan jumlah investor di Indonesia didominasi oleh berbagai sektor usia.



Gambar 2 pertumbuhan investor berdasarkan usia tahun 2023

Sumber : katadata.co.id

Dalam tabel tersebut presentase tertinggi investor di pasar modal adalah usia <30 tahun. Rentangan usia tersebut termasuk generasi milenial dan gen Z, Presentase jumlah investor milenial dan gen Z sebanyak 57,04 % jiwa. Generasi milenial adalah generasi yang terlahir di era perkembangan teknologi yang sangat pesat dan kehidupan sehari-hari generasi ini tidak dapat dilepaskan dari penggunaan Smartphone (Ii & Pancur, 2022). Sedangkan gen Z adalah generasi yang merupakan peralihan dari generasi milenial dengan teknologi sebagai alat yang tidak dapat dilepaskan (Ii & Pancur, 2022). Populasi penduduk saat ini menurut badan pusat statistik Indonesia adalah jumlah generasi milenial di Indonesia tercatat di tahun 2020 sebanyak 25,87% dari total populasi dan gen Z sebanyak 27,94%. Millenial dan gen Z merupakan generasi yang mampu memainkan teknologi sedemikian rupa untuk kehidupan sehari-hari. Memiliki keahlian yang baik dalam bidang teknologi menjadikan generasi milenial dan gen Z mampu mengakses informasi apapun.

Kota Denpasar merupakan ibukota provinsi bali dan sekaligus menjadi pusat pemerintahan di pulau dewata ini. Pertumbuhan industri di Denpasar yang kian pesat menempatkan kota ini sebagai daerah dengan pendapatan perkapita dan pertumbuhan penduduk yang tinggi. Memiliki pertumbuhan yang tinggi membuat penduduk di kota Denpasar memiliki penghasilan yang cukup dalam melakukan investasi. Kota denpasar memiliki urutan pertama dengan jumlah investor terbesar berdasarkan data sebaran investor di kabupaten kota bali tahun 2022 yaitu 42% dan menyusul berikutnya yaitu kabupaten badung sebanyak 19% (Mahyuni, 2022)

Meskipun memiliki jumlah investor yang tinggi namun pengetahuan tentang literasi keuangan masyarakat masih dikatakan rendah. Indeks literasi keuangan masyarakat Indonesia masih dibawah 50% yaitu sebesar 49,68% (otoritas jasa keuangan 2023). Indeks literasi keuangan yang hanya 49,78% sudah lebih baik

dibandingkan tahun 2019 lalu yang hanya 38,03% namun jika dibandingkan dengan negara tetangga indeks literasi tersebut masih dikatakan rendah adapun thailand memiliki indeks literasi sebesar 82% malaysia 85% dan singapura 98% (Tazkia&Wijayanti 2022). Investor di Indonesia cenderung melakukan investasi karena mengikuti tren dan pemahaman investor tentang produk yang dibeli masih kurang (Tazkia&Wijayanti 2022).

Literasi keuangan merupakan sebuah ukuran sejauh mana pemahaman seseorang tentang konsep keuangan dan memiliki pengetahuan tentang mengatur keuangan (Chasanah et al., 2018). Literasi keuangan juga dikatakan sebagai pengetahuan yang penting yang membuat seseorang bisa mengambil sebuah keputusan yang lebih baik (Tazkia&Wijayanti 2022). Berdasarkan pemaparan tersebut dapat dikatakan bahwa literasi keuangan merupakan kemampuan yang dimiliki oleh seseorang dalam mengelola keuangannya dan mengambil sebuah keputusan. Biasanya semakin baik pengetahuan literasi seseorang maka keputusan berinvestasinya juga semakin baik dan return yang didapatkan juga semakin besar. Menurut (Fauji, 2022) literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap minat investasi mahasiswa/ gen Z menurut (Tazkia&Wijayanti 2022) literasi keuangan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat investasi individu namun penelitian yang dilakukan oleh (Sun & Lestari, 2022) menyatakan bahwa tidak ada pengaruh secara parsial antara literasi keuangan dengan keputusan investasi.

Selain karena faktor literasi keuangan faktor lain yang juga mempengaruhi minat investasi investor adalah influencer. Influencer merupakan individu yang memiliki popularitas dan memiliki kemampuan untuk menyampaikan informasi dengan baik di media sosial (Mahyuni, 2022). Influencer juga dikatakan sebagai pihak yang mampu memberikan informasi yang penting terkait investasi dan mampu mempengaruhi minat masyarakat terhadap investasi (Fauji, 2022). Berdasarkan pemaparan tersebut dapat dikatakan bahwa influencer merupakan orang yang memiliki pengetahuan dan pengaruh dalam menyampaikan informasi penting di media sosial dan mampu mempengaruhi masyarakat untuk mencoba sesuatu termasuk investasi. Menurut (Fauji, 2022) menyatakan bahwa influencer memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi mahasiswa/ gen Z. Menurut (Tazkia&Wijayanti 2022) influencer memiliki pengaruh yang kuat terhadap minat investasi investor individu. Namun penelitian yang dilakukan oleh (Influence et al., 2022) Sosial media influencer hanya memiliki pengaruh 12,6% terhadap minat investasi investor.

Berdasarkan latar belakang tersebut penulis dapat memberikan judul penelitian ini dengan "Pengaruh Literasi Keuangan dan Sosial Media Influencer terhadap keputusan Mahasiswa di Kota Denpasar".

2. METODE PENELITIAN

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda untuk mengetahui pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent baik secara parsial maupun simultan dengan menggunakan program SPSS, teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan simple random sampling dengan teknik Probability sampling, teknik pengambilan sampel ini adalah acak dari keseluruhan populasi, peneliti menemukan 60 responden yang bersedia mengisi kuisioner.

1. Literasi Keuangan

Literasi keuangan merupakan sebuah ukuran sejauh mana pemahaman seseorang tentang konsep keuangan dan memiliki pengetahuan tentang mengatur keuangan (Chasanah et al., 2018) Literasi keuangan juga dikatakan sebagai pengetahuan yang penting yang membuat seseorang bisa mengambil sebuah keputusan yang lebih baik (Tazkia & Wijayanti 2022). Berdasarkan pemaparan tersebut dapat dikatakan bahwa literasi keuangan merupakan kemampuan yang dimiliki oleh seseorang dalam mengelola keuangannya dan mengambil sebuah keputusan.

2. Influencer

Influencer merupakan individu yang memiliki popularitas dan memiliki kemampuan untuk menyampaikan informasi dengan baik di media sosial (Mahyuni, 2022). Influencer juga dikatakan sebagai pihak yang mampu memberikan informasi yang penting terkait investasi dan mampu mempengaruhi minat masyarakat terhadap investasi (Fauji, 2022). Berdasarkan pemaparan tersebut dapat dikatakan bahwa influencer merupakan orang yang memiliki pengetahuan dan pengaruh dalam menyampaikan informasi penting di media sosial dan mampu mempengaruhi masyarakat untuk mencoba sesuatu termasuk investasi.

3. Minat Investasi

Minat investasi adalah niat yang ada didalam diri seseorang yang terbentuk dari adanya daya gerak berupa pengetahuan dan juga motivasi investasi yang dimiliki oleh seseorang (Yuliani, Usman, Sudarwadi 2020). Minat investasi juga diartikan sebagai ambisi yang dimiliki oleh seseorang untuk menaruh dana yang dimiliki di pasar modal dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan di kemudian hari (Firdaus & Ifrochah, 2022). Berdasarkan pemaparan tersebut dapat dikatakan bahwa minat investasi merupakan niat atau keinginan yang ada didalam diri seseorang untuk menaruh dana yang dimiliki di pasar modal dengan harapan memperoleh keuntungan di kemudian hari. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat investasi seseorang yaitu neutral information informasi atau data yang bersumber dari luar, informasi tambahan bagi calon investor, relevansi sosial, informasi yang berkedudukan di bursa saham, perusahaan juga memiliki tugas atau kewajiban terhadap lingkungan sekitarnya, daerah operasional perusahaan kemampuan yang dimiliki oleh investor guna memutuskan kriteria ekonomis; dan rekomendasi yang lebih ahli, arahan atau nasihat dari para pakar pada sektor perinvestasi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Validitas

Hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti (Sugiyono 2018:198). Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Metode yang digunakan untuk menguji validitas adalah dengan melakukan korelasi antar skor butir pernyataan dengan total skor konstruk atau variabel. Sugiyono (2018: 202) mengemukakan analisis faktor dilakukan dengan cara mengkorelasikan jumlah skor faktor dengan skor total. Bila korelasi tiap faktor tersebut positif dan besarnya lebih dari 0,3 maka faktor tersebut merupakan konstruk yang kuat.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

No.	Variabel	Item pernyataan	Korelasi item total	Keterangan
1.	Literasi Keuangan	X1.1	0,398	valid
		X1.2	0,378	valid
		X1.3	0,352	valid
		X1.4	0,369	valid
2.	Media Influencer	X2.1	0,526	valid
		X2.2	0,577	valid
		X2.3	0,310	valid
		X2.4	0,650	valid
3.	Minat Investasi	Y1.1	0,578	valid
		Y1.2	0,608	valid
		Y1.3	0,354	valid
		Y1.4	0,357	Valid

Tabel 1 menunjukkan seluruh koefisien korelasi dari indikator variabel literasi keuangan, media influencer, minat investasi lebih besar dari 0,30. Hasil tersebut menunjukkan bahwa seluruh indikator yang terdapat pada penelitian ini terbukti valid dan dapat dijadikan sebagai alat pengumpul data yang akurat dalam penelitian.

2. Uji Reliabilitas

Instrumen yang reliable adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2018:199). Metode yang digunakan untuk melakukan uji reliabilitas adalah dengan menggunakan fasilitas SPSS, yakni dengan uji statistik Cronbach Alpha. Suatu konstruk atau variabel dinyatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha > 0,60.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Reliabel
Literasi Keuangan	0,693	Reliabel
Media Influencer	0,707	Reliabel
Minat Investasi	0,603	Reliabel

Tabel 2 menunjukkan masing-masing Cronbach's Alpha pada tiap instrumen tersebut lebih besar dari 0,60 (Cronbach's Alpha > 0,60). Hal tersebut menunjukkan bahwa semua instrumen reliabel sehingga dapat digunakan untuk melakukan penelitian.

3. Uji Normalitas

Tabel 3. Uji Normalitas -One Sample Kolmogorov- Smirnov Test

		Unstandarized Residual
N		60
Normal Parameter ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.88669570
Most Extreme Difference	Absolute	.085
	Positif	.055
	Negatif	-.085
Test Statistic		.085
Asymp. Sig. (2-Tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal
- b. Calculated from data
- c. Lilliefors Significance Correction

Berdasarkan uji normalitas pada Tabel 3 tersebut menunjukkan bahwa besarnya nilai Kolmogorov-Smirnov adalah sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05 maka mengindikasikan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini terdistribusi normal, sehingga dapat disimpulkan model regresi memenuhi asumsi normalitas.

4. Uji Multikolinieritas

Tabel 4. Uji Multikolinieritas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1.	(constant)	29.339	3.235		9.070	.000		
	Literasi Keuangan	-.309	.133	.284	2.329	.023	1.000	1.000
	Media Influencer	-.235	.107	.268	2.196	.032	1.000	1.000

- a. Dependent Variable: minat investasi

Berdasarkan Tabel 4 tersebut ditunjukkan bahwa variabel bebas yang memiliki nilai Tolerance lebih dari 0,10 dan juga variabel bebas yang memiliki nilai VIF kurang dari 10. Maka dari pada itu model regresi bebas dari gejala multikolinieritas.

5. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance atau residual atau pengamatan-pengamatan lainnya. Heterokedastisitas berarti variasi (Variance) variabel tidak sama untuk semua pengamatan. Pada heterokedastisitas kesalahan yang terjadi random (acak) tetapi menunjukkan hubungan yang sistematis sesuai dengan besarnya satu atau lebih variabel (Sugiyono, 2018:268).

Tabel 5. Uji Heterokedastisitas (uji Glesjer) Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1.	(Constant)	-.973	1.913		-.509	.613
	literasi keuangan	.015	.078	.025	.190	.850
	media influencer	.073	.063	.151	1.156	.253

- a. Dependent Variable : abs_Ress

Pada tabel 5 tersebut, ditunjukkan bahwa masing-masing model memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel dalam penelitian ini bebas dari gejala heterokedastisitas.

6. Uji Regresi

Analisis ini digunakan untuk menganalisis hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Penelitian ini menggunakan model analisis regresi linier berganda yang dibantu dengan program SPSS 26.0 for Windows untuk menganalisis Pengaruh literasi keuangan, media influencer terhadap minat investasi generasi muda di Denpasar. Adapun hasil analisis regresi dengan program Statistical Package of Social Science (SPSS) versi 26.0 for Windows dapat dilihat pada tabel 8 berikut.

Tabel 6. Rangkuman Hasil Analisis Regresi Linier Berganda Coefficientsa

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1.	(constant)	29.339	3.235		9.070	.000
	Literasi Keuangan	.309	.133	.284	2.329	.023
	Media Influencer	.235	.107	.268	2.196	.032

a. Dependent Variable : Minat Investasi

Berdasarkan tabel 6 dapat ditulis persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 29,339 + 0,309X_1 + 0.235 X_2$$

Dimana :

Y = Minat Investasi, X1 = Literasi Keuangan, X2 = Media Influencer

Persamaan regresi linier berganda tersebut menunjukkan arah masing masing variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Persamaan regresi linier berganda tersebut dapat diuraikan sebagai berikut :

Nilai constant 29,339 menunjukkan apabila literasi keuangan, Media Influencer bernilai sama dengan 0 (nol) maka Minat Investasi generasi muda akan meningkat sebesar 29,339.

b1 = +0,309, menyatakan literasi keuangan berpengaruh positif terhadap Minat Investasi, hal ini menunjukkan bahwa semakin baik Literasi Keuangan maka Minat Investasi mahasiswa akan mengalami peningkatan.

b2 = + 0,235 , menyatakan Media Influencer berpengaruh positif terhadap minat investasi, hal ini menunjukkan bahwa semakin pandai media influencer maka minat investasi mahasiswa akan mengalami peningkatan.

7. Uji F

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya (Sugiyono, 2018:262). Dalam penelitian ini pengujian hipotesis dimaksudkan untuk mengukur besarnya pengaruh Literasi Keuangan, Media Influencer secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya, yaitu Minat Investasi .

Tabel 7. Hasil Uji F-test ANOVAa

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1.	Regression	8.462	2	4.231	5.199	.008 ^b
	Residual	46.388	57	.814		
	Total	54.850	59			

a. Dependent Variable : Minat Invetasi

Berdasarkan tabel 9 di atas, diketahui Fhitung (5,199) > Ftabel (3,159) dengan nilai signifikansi F adalah $0,008 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini berarti bahwa variabel Literasi Keuangan, Media Influencer secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat Investasi Mahasiswa di Denpasar.

8. Uji T

Uji Statistik t digunakan untuk menguji signifikansi variabel X dan variabel Y, apakah variabel X_1 , X_2 benar-benar berpengaruh terhadap variabel Y. Tabel 10 menunjukkan hasil perhitungan uji t dengan menggunakan SPSS 26.0.

Tabel 8. Hasil uji t Coeficientsa

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1.	(constant)	29.339	3.235		9.070	.000
	Literasi Keuangan	.309	.133	.284	2.329	.023
	Media Influencer	.235	.107	.268	2.196	.032

a. Dependent Variable : Minat Investasi

Berdasarkan Tabel 10 diatas dapat dijelaskan bahwa t-hitung 2.329 > t-tabel 2.002 dan t-hitung 2.196 > t-tabel 2.002 dengan tingkat signifikansi $0.023 < 0,05$ dan $0.032 < 0.05$ yang berarti bahwa variabel Literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi dan media influencer berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi.

Pembahasan

Pembahasan dalam penelitian ini diuraikan berdasarkan keseluruhan hasil olah data yang telah diolah secara keseluruhan data. Berikut ini adalah pembahasan penelitian

a. Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Investasi

Hasil perhitungan regresi diperoleh nilai signifikansi 0,023 dimana nilai tersebut lebih kecil dari batas toleransi kesalahan yaitu 0,05 sehingga disimpulkan bahwa variabel Literasi Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi Mahasiswa di Denpasar.

Literasi keuangan berperan penting dalam meningkatkan minat mahasiswa dalam berinvestasi. Generasi muda yang memiliki pengetahuan mengenai literasi keuangan yang baik akan meningkatkan minat untuk berinvestasi dan sebaliknya generasi muda yang

kurang berpengetahuan dalam literasi keuangan maka tidak terlalu berminat dalam berinvestasi.

Pengetahuan mengenai literasi bisa didapatkan dari berbagai media, sebelum berinvestasi generasi muda sebaiknya memiliki pengetahuan yang cukup mengenai literasi keuangan untuk mengurangi kemungkinan atau resiko yang dapat terjadi.

b. Pengaruh Media Influencer Terhadap Minat Investasi Generasi Muda

Hasil perhitungan regresi diperoleh nilai signifiakansi 0,032 dimana nilai tersebut lebih kecil dari batas toleransi kesalahan yaitu 0,05 sehingga disimpulkan bahwa variabel media influencer berpengaruh positif dan signifiakn terhadap minat investasi mahasiswa di Denpasar.

Di masa yang sekarang ini mudahnya media informasi dimanfaatkan oleh para influencer untuk menceritakan pengalamannya mengenai investasi keuangan melalui media. Selain itu influencer memiliki kopetensi dalam menjelaskan mengenai investasi, tentunya akan mudah dalam mendapatkan kepercayaan. Selain itu tidak semua influencer berkecimpung langsung dalam dunia investasi tetapi hanya dijadikan brand ambassador saja tetap membuat banyak pihak yang percaya dan minat dalam berinvestasi.

c. Pengaruh Literasi Keuangan dan Media Influencer terhadap Minat Investasi Generasi Muda di Denpasar

Hasil pengujian menunjukkan nilai signifikansi 0,008 lebih kecil dari batas kesalahan yaitu 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan dan media influencer secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi generasi muda di denpasar. Variabel literasi keuangan dan media influencer berpengaruh dalam meningkatkan minat generasi muda dalam berinvestasi, literasi keuangan merupakan faktor dari dalam diri seseorang dan media influencer merupakan faktor yang ada diluar diri seseroang dalam berinvestasi.

3. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,023 nilai tersebut lebih kecil dari batas toleransi yaitu 0,05. Sedangkan minat investasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,032 lebih kecil daripada batas tolehransi yaitu 0,05. Secara simultan literasi keuangan dan media influencer berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi mahasiswa. Pada peneliti selanjutnya diharapkan peneliti dapat menggunakan sampel yang lebih banyak supaya hasil penelitian lebih baik. Selain itu peneliti juga dapat menggunakan variabel lain sehingga minat investasi dapat dijelaskan dengan lebih lengkap.

DAFTAR PUSTAKA

- Cindy Mutia Annur (2023). Investor Di Pasar Modal Indonesia didominasi Oleh Millenial dan Gen Z. Diakses 2 oktober 2023 dari :
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/06/investor-pasar-modal-indonesia-didominasi-gen-z-dan-milenial>
 Andrian W Finaka (2021). Usia Muda Dominasi Penduduk Indonesia. Diakses 2 Oktober 2023 dari :

<https://indonesiabaik.id/infografis/usia-muda-dominasi-penduduk-indonesia#:~:text=Dikutip%20dari%20Hasil%20Sensus%20Penduduk,atau%20sebesar%2025%2C87%20persen.>

Otoritas Jasa Keuangan (2022). Survei Nasional Literasi Keuangan tahun 2022. Diakses 2 oktober 2023 dari:

<https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-Tahun-2022.aspx>

Sumber Jurnal

Di, F. E. B., Papua, U., Usman, S., Barat, P., & Wondama, K. T. (2020). ANALISA MINAT INVESTASI PASAR MODAL PADA MAHASISWA Perkembangan investasi Pasar Modal di pertumbuhan jumlah investor Pasar Modal Pertumbuhan jumlah investor Bursa Indonesia Perwakilan Papua Barat didirikan pada Barat mengalami peningkatan yang Adapun perb. 9(2).

Fauji, R. (2022). Pengaruh Influencer Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Investasi Mahasiswa. 3(2), 82–89. <https://doi.org/10.47065/jbe.v3i2.1705>

Firdaus, R. A., & Ifrochah, N. (2022). Pengaruh Pengetahuan Investasi Dan Motivasi Investasi Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Politeknik Keuangan Negara Stan Di Pasar Modal. Jurnal Acitya Ardana, 2(1), 16–28. <https://doi.org/10.31092/jaa.v2i1.1434>

Ii, T., & Pancur, K. (2022). (Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial). 1.

Influence, T., Influencers, S. M., Interest, T. I., Fund, S. M., & Application, B. (2022). Pengaruh social media influencer terhadap minat investasi reksadana syariah pada aplikasi bibit: perluasan tam (.

Influencer, P., Dan, K., Terhadap, K., Investasi, M., Milenial, G., & Pasar, D. I. (2022). Jmrk 01.02.2022. 1(2), 112–127.

Keuangan, P. L., Percaya, D. A. N., & Nuswantoro, U. D. (2018). Pengaruh literasi keuangan, motivasi, dan percaya diri terhadap keputusan investasi bagi mahasiswa.

Mahyuni, L. P. (2022). Volume . 18 Issue 3 (2022) Pages 425-437 INOVASI : Jurnal Ekonomi , Keuangan dan Manajemen ISSN : 0216-7786 (Print) 2528-1097 (Online) Minat investasi generasi milenial di bursa efek Indonesia Millennial generation investment interest in indonesia s. 18(3), 425–437. <https://doi.org/10.29264/jinv.v18i3.10344>

Sun, S., & Lestari, E. (2022). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan , Pengetahuan Investasi , Motivasi Investasi Dan. 10(03), 101–114.

Sumber buku

Sugiyono, 2018. Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D, Bandung : Alfabeta.