
Pengaruh *Social Media Platform* , *Financial Literacy*, Dan *Investment Motivation* Terhadap Minat Berinvestasi Di Pasar Modal (Studi Kasus Pada Mahasiswa Generasi Z)

Muhammad Muslihul Hadi*

Ronny Malavia Mardani **

Ety Saraswaty ***

Universitas Islam Malang

muslihul.hadi10@gmail.com

Abstract

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

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

Pendahuluan

Akhir-akhir ini masyarakat Indonesia mulai mengetahui dan menyadari pentingnya pengelolaan keuangan yang dikhususkan baik untuk memulai usaha maupun di tabung dan berinvestasi. Dalam kegiatan investasi ini masyarakat lebih tertarik untuk berinvestasi menggunakan aset riil seperti emas, tanah dan real estate karena aset tersebut dipandang sebagai sarana investasi yang lebih aman, namun investasi Berinvestasi pada aset riil juga memiliki sisi negatifnya. jumlah modal. Minat investasi saat ini juga didominasi kaum generasi milenial yang dimana salah satu bagian dari generasi tersebut yakni para mahasiswa, saat ini banyak sekali mahasiswa yang sadar akan pentingnya berinvestasi dikarenakan mereka sadar dengan manfaat yang diberikan. Ketika mahasiswa memulai berinvestasi sejak menempuh pendidikan, mereka mendapatkan keuntungan investasi jangka panjang. Jenis investasi yang kini banyak digunakan oleh mahasiswa adalah berinvestasi di pasar modal Indonesia, baik pasar modal konvensional maupun pasar modal syariah. Ada banyak produk-produk investasi di pasar modal seperti saham, reksa dana, dan obligasi di pasar modal. Namun diantara instrumen di atas yang paling sering diperdagangkan oleh mahasiswa adalah saham dan reksadana (Ojk, 2022) .

Di pasar modal, ada beberapa alasan mengapa mahasiswa memilih pasar modal sebagai tempat berinvestasi; salah satunya adalah pasar modal di era ini sangat user friendly karena menggunakan media digital dan dilakukan secara online serta sangat mudah digunakan sehingga sangat efektif bagi mahasiswa. Bisa dikatakan syarat yang diperlukan untuk berinvestasi di pasar modal juga sangat mudah yaitu hanya memerlukan Kartu Tanda Penduduk (KTP) dan rekening di bank. Saat ini jumlah investor di Indonesia masih minim dibandingkan dengan negara-negara yang lainnya. Dibuktikan dengan sumber pendukung Uly (2020) yang berpendapat bahwa "Jumlah Investor Pasar Modal Indonesia Masih Tertinggal dari Singapura dan Malaysia", Donny Hutabarat menyampaikan dalam acara Bareksa-Kontan-Ovo Fund

Awards 2020, Rabu (21/10/2020) malam, “penduduk usia produktif yang ada di Indonesia sebanyak 189 juta sedangkan investor ritel di pasar modal berjumlah 4, 16 juta(2, 2 persen). Dibandingkan negara lain itu kita masih sangat rendah.” Dari berita tersebut disampaikan bahwa minat investasi di Indonesia masih sangat rendah dibandingkan dengan jumlah penduduk yang ada di Indonesia saat ini.

Riset ini mengambil objek penelitian yakni Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang yang dimana mempunyai 904 mahasiswa, FEB UNISMA juga mempunyai jumlah mahasiswa terbanyak di UNISMA dan juga termasuk kedalam salah satu mahasiswa terbanyak di perguruan tinggi di Kota Malang. FEB UNISMA juga memiliki Galeri Investasi yang dimana Galeri Investasi tersebut memiliki fasilitas untuk bertansaksi dipasar modal, serta Galeri Investasi juga mempunyai program yang dimana sesuai dengan variabel penelitian mulai memberikan edukasi melalui online, finansial literasi di kkn dan masyarakat desa, dan memotivasi untuk berinvestasi di pasar modal.

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

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

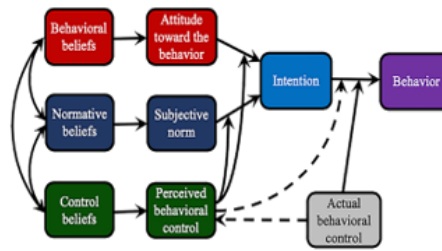
Hal ini masih menunjukkan bahwa masih terdapat research gap penelitian mengenai konsep tersebut. Berbagai penelitian terdahulu telah dipaparkan pada bagian latar belakang masalah, mulai dari hasil penelitian yang sejalan hingga hasil penelitian yang tidak sejalan. Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dikemukakan, maka penelitian ini ingin menganalisis “Pengaruh *Social Media Platform* , *Financial Literacy*, Dan *Investment Motivation* Terhadap Minat Berinvestasi Di Pasar Moda” ini perlu dilaksanakan.

Landasan Teori dan Pengembangan Hipotesis

Theory of Planned Behavior

Theory of Planned Behavior memaparkan bahwa masing-masing orang mempunyai perilakunya masing – masing yang unik. Ajzen (2002) berpendapat bahwa TPB telah ada sebagai salah satu kerangka dan konsep universal yang sangatlah berpengaruh dalam studi manusia. Menurut teori ini, tiga jenis pemikiran memandu perilaku manusia:

1. Keyakinan perilaku adalah sikap individu terhadap suatu perilaku yang diyakini (dipahami) oleh individu tersebut atau berasal dari keyakinan tentang suatu perilaku yang mempengaruhi sikap terhadap perilaku tersebut.
2. Keyakinan normatif adalah norma (pendapat) yang diciptakan oleh orang-orang di sekitar individu, karena tekanan sosial/pandangan lingkungan, mempengaruhi norma atau persepsi subjektif individu.
3. Keyakinan kontrol adalah keyakinan pribadi bahwa seseorang atau orang di sekitarnya dapat melakukan pengalaman atau perilaku pribadi yang mempengaruhi persepsi kontrol perilaku.

Gambar 1. *Theory of Planned Behavior*

Hubungan *Social Media Platform* Dengan Minat Berinvestasi Di Pasar Modal

Pada variabel *social media platform*, Saat ini dengan adanya perkembangan zaman, social media banyak digunakan sebagai media untuk sosialisasi dalam berinvestasi. Hal itu karena social media saat ini banyak digunakan oleh masyarakat khususnya anak muda, sehingga membawa dampak yang besar dalam berkomunikasi dan dapat saling memberikan informasi positif dengan sesama pengguna khususnya dalam hal berinvestasi (Nasrullah dalam Firdhausa & Apriani, 2021). Popularitas merupakan social media yang digemari, dikagumi, atau didukung oleh banyak orang. Hal tersebut biasanya dapat diukur dengan jumlah pengikut di media sosial. Dengan adanya seseorang yang dianggap penting dan dapat mempengaruhi investasi di pasar modal secara positif, hal itu dapat mempengaruhi minat untuk berinvestasi (Andreani et al., 2021).

Sehingga berdasarkan konsep teori dan penelitian terdahulu yang diuraikan diatas dapat dirumuskan hipotesis 1 sebagai berikut: (H1) *Social Media platform* berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal.

Hubungan *Financial Literacy* Dengan Minat Berinvestasi Di Pasar Modal

Financial literacy memiliki tujuan sebagai meningkatnya kualitas pengambilan keputusan keuangan individu. Selain itu dengan Literasi keuangan juga akan merubah sikap dan perilaku individu dalam pengelolaan keuangan menjadi lebih baik, sehingga mampu menentukan dan memanfaatkan lembaga, produk dan layanan jasa keuangan yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan Konsumen dan/atau masyarakat dalam rangka mencapai kesejahteraan (Ojk, 2022).

Sehingga berdasarkan konsep teori dan penelitian terdahulu yang diuraikan diatas dapat dirumuskan hipotesis 2 sebagai berikut: (H2) *Financial literacy* berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal.

Hubungan *Investment Motivation* Dengan Minat Berinvestasi Di Pasar Modal

Investment Motivation, motivasi adalah dorongan dari serangkaian proses perilaku manusia pada pencapaian tujuan. Jadi dengan kita memotivasi kita juga akan mengajak seseorang untuk berinvestasi dipasar modal yang akhirnya orang tersebut akan memunculkan minat untuk berinvestasi dipasar modal (Wibowo 2016:322).

Sehingga berdasarkan konsep teori dan penelitian terdahulu yang diuraikan diatas dapat dirumuskan hipotesis 1 sebagai berikut: (H3) *Investment Motivation* berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal

Investasi

Hariyanto et al. (2020:1) berpendapat bahwa Investasi adalah penanaman modal uang dalam satu atau lebih aset (fasilitas) yang dimiliki untuk jangka waktu tertentu. Oleh karena itu

dapat disimpulkan bahwa investasi ialah menempatkan dana pada suatu instrumen tertentu dengan harapan bertambah di masa depan, saat kita melakukan investasi juga perlu memperhatikan beberapa hal seperti tingkat return maupun tingkat resiko.

Investment Motivation

KBBI, mendefinisi minat yakni kecenderungan yang tinggi terhadap nafsu atau keinginan untuk sesuatu. Minat pada hakekatnya adalah pengakuan adanya hubungan batin dengan sesuatu di luar diri, sehingga semakin tinggi hubungan tersebut maka semakin tinggi pula minatnya. Syah, (2012:152) berpendapat bahwa “Interest (minat) berarti kecenderungan yang tinggi dan semangat atau keinginan yang besar terhadap sesuatu.” Dari sini dapat disimpulkan bahwa seseorang yang tertarik dengan kegiatan tersebut akan memperhatikannya. Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan rasa tertariknya kepada suatu hal ataupun aktifitas, pada saat orang berminat kepada suatu hal atau aktifitas, orang tersebut akan senang dan rela dalam melakukan aktifitas tersebut. Aini dkk (2019) bahwa untuk mengukur minat seseorang antara lain, dapat dilakukan dengan cara: (1) Ketertarikan (2) Minat Investasi (3) Keinginan (4) Keyakinan. Slameto (2010:54) ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi minat dari seseorang, yaitu: (1) Faktor internal, yang termasuk dalam faktor internal adalah faktor jasmani. (2) Faktor eksternal, yang termasuk dari faktor eksternal ini adalah faktor lingkungan.

Social Media Platform

Gusmarizal, (2021) berpendapat bahwa *Social Media* adalah lingkungan sosialisasi *online* yang memungkinkan orang untuk berinteraksi satu sama lain tanpa dibatasi ruang dan waktu. Kata lain untuk media sosial adalah jejaring sosial, yaitu jaringan online dan hubungan di Internet. Sehingga dapat disimpulkan bahwa definisi Media ialah alat komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan informasi. Sedangkan Sosial menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia yakni berkenaan dengan masyarakat. Gusti (2018) berpendapat bahwa ada beberapa indikator *Social Media platform* (1) Intensitas penggunaan media social (2) Pemanfaatan media sosial dalam mencari informasi tentang investasi (3) Efektifitas penggunaan media social.

Financial literacy

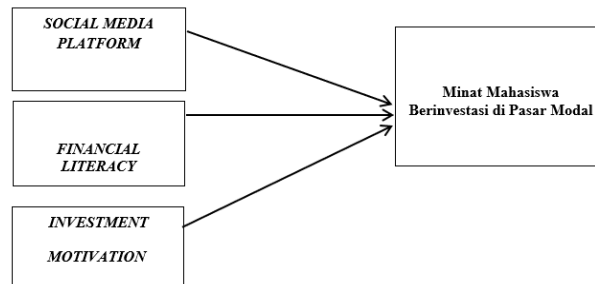
OJK mendefinisikan bahwa Literasi keuangan sebagai pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku seseorang dalam rangka meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan untuk mencapai kemakmuran. *Financial literacy* yang dimiliki seseorang akan memungkinkannya untuk bertindak sangat hati-hati atau tidak merugikan atau menguntungkannya dari keputusannya. Semakin baik literasi keuangan dan pendidikan pasar modal yang difahami, semakin banyak tindakan yang diambil untuk membuat keputusan investasi di pasar modal. Pratiwi & Amri (2022) berpendapat bahwa ada indikator dari Financial yakni: (1) Pengetahuan keuangan pribadi secara umum, (2) Tabungan dan pinjaman, (3) Investasi, (4) Asuransi. *Financial literacy* memiliki manfaat yakni literasi keuangan adalah investasi, dapat memilih strategi dan keputusan keuangan yang tepat, akan bertanggung jawab atas keputusan keuangan yang diambil, literasi keuangan mempengaruhi kekayaan finansial.

Investment Motivation

Wibowo (2016:322) Motivasi merupakan penggerak dari rangkaian proses perilaku manusia dalam mencapai suatu tujuan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *Investment Motivation* adalah dorongan untuk melakukan investasi kepada para mahasiswa ataupun masyarakat umum untuk membantu mereka dalam berinvestasi di pasar modal. Listyani et al. (2019) *Investment Motivation* memiliki beberapa indikator yaitu: (1) Motivasi diawali dengan

adanya perubahan dorongan pada diri individu. (2) Motivasi dapat dilihat melalui munculnya suatu rasa yang mengarahkan pola perilaku atau tingkah individu. (3) Motivasi dilakukan dengan melakukan aktivitas untuk meraih tujuan.

Kerangka Konseptual



Gambar 2. Kerangka konseptual

Berdasarkan kerangka konseptual diatas, persamaan yang digunakan dalam regresi linier berganda yakni:

$$Y = -8.527 + 0,231X_1 + 0,396X_2 + 0,376X_3$$

Artinya:

1. Y = nilai variabel terikat yang diprediksikan dengan Variabel bebas. Dalam riset ini yang menjadi variabel terikat adalah Minat Berinvestasi di Pasar Modal yang nilainya diprediksi oleh Social Media platform, Financial Literacy, dan Investment Motivation.
2. $\alpha = -8.527$ adalah hasil dari nilai konstanta, artinya jika variabel Social Media platform (X_1), Financial literacy (X_2), Investment Motivation (X_3) nilainya adalah 0, maka variabel Minat Berinvestasi Di Pasar Modal (Y) nilainya adalah -8.527.
3. (β_1) = Koefisien regresi variabel Social Media platform (X_1) senilai 0,231 (positif), menyatakan bahwa apabila variabel penelitian Social Media platform meningkat, maka Minat Berinvestasi Di Pasar Modal, dengan asumsi X_2 dan X_3 konstan.
4. (β_2) = Koefisien regresi variabel Financial literacy (X_2) senilai 0,396 (positif), menyatakan apabila variabel penelitian Financial literacy meningkat, maka Minat Berinvestasi Di Pasar Modal akan meningkat, dengan asumsi X_1 dan X_3 konstan.
5. (β_3) = Koefisien regresi variabel Investment Motivation (X_3) senilai 0,376 (positif), menyatakan apabila variabel Investment Motivation meningkat, maka Minat Berinvestasi Di Pasar Modal akan meningkat, dengan asumsi X_1 dan X_2 konstan.

Metode Penelitian

Jenis, Lokasi, dan Waktu Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan penelitian menggunakan *explanatory research* dengan metode kuantitatif. Dengan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa generasi Z pada FEB UNISMA yang terletak di Jl. MT. Haryono Nomor-193, Dinoyo, Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang. Waktu yang digunakan dalam penyelesaian penelitian ini yakni 4 bulan. Penelitian ini dimulai pada bulan Oktober 2022 sampai dengan Januari 2023.

Populasi dan Sampel

Populasi yang dipakai ialah mahasiswa generasi Z Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang tahun 2019 dengan total 904 orang mahasiswa. Kriteria pemilihan sampel yang dipergunakan dalam pengisian kuesioner penelitian ini yakni: (1) Mahasiswa angkatan 2019 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang. (2) Lulus di mata

kuliah Pasar Uang dan Pasar Modal. Pada saat penentuan jumlah sampel ditentukan jumlah sampel dengan metode Purposive Sampling dan dihitung dengan menggunakan rumus slovin dan diperoleh hasil dari 90 penjawab.

Sumber dan Metode Pengumpulan Data

Data primer didapatkan dengan cara menyebarkan kuisisioner dan angket kepada populasi yang sudah ditentukan yaitu mahasiswa aktif FEB UNISMA tahun 2019 yang termasuk generasi Z yaitu tahun kelahiran 1995-2010. Riset ini memakai data primer yang berupa menyebarkan kuesioner kepada mahasiswa generasi Z dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang tahun 2019.

Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini menggunakan perangkat lunak analisis data SPSS untuk menganalisis data yang dikumpulkan oleh peneliti melalui kuesioner. Pada analisis data ini menggunakan uji validitas dan reliabilitas, kemudian menggunakan uji asumsi klasik berupa multikolinearitas dan heteroskedastisitas yang dilanjutkan dengan uji statistik yakni uji F(kelayakan model), Uji t(pengaruh), dan koefisien determinasi (R^2).

Hasil Riset dan Pembahasan

Karakteristik Responden

a. Karakteristik Usia

Karakteristik berdasarkan usia dijelaskan bahwa responden pada penelitian ini ialah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang berada pada generasi Z dengan usia 20 tahun yaitu sebanyak 2.23%, usia 22 tahun sebanyak 52.23%, usia 23 tahun sebanyak 42.23%, usia 24 tahun sebanyak 3.31%.

b. Karakteristik Jenis Kelamin

Karakteristik berdasarkan jenis kelamin laki-laki dijelaskan bahwa sebanyak 35,556 % dan perempuan sebanyak 64,444%

c. Karakteristik Program Studi

Karakteristik berdasarkan prodi dijelaskan bahwa Prodi akuntansi sebanyak 9,999%, manajemen sebanyak 82,222% dan perbankan syariah sebanyak 6,666%.

Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas KMO (Kaiser Meyer Olkin)

No	Variabel	Nilai KMO	Keterangan
1	<i>Social Media platform</i>	0,730	VALID
2	<i>Financial literacy</i>	0,627	VALID
3	<i>Investment motivation</i>	0,555	VALID
4	Minat berinvestasi	0,662	VALID

Sumber data: diolah, 2022

Uji validitas memperlihatkan apakah data instrumen penelitian pada bagian korelasi total lebih besar dari r tabel, maka dapat diketahui semua data instrumen dalam penelitian valid.

b. Uji Reliabilitas**Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Instrumen	Cronbach's Alpha	Keterangan
X1	<i>Social Media platform</i>	0.601	Reliabel
X2	<i>Financial Literacy</i>	0.720	Reliabel
X3	<i>Investment Motivation</i>	0.722	Reliabel
Y	Minat Mahasiswa Berinvestasi	0.740	Reliabel

Sumber: data primer, diolah SPSS 2022

Reliabilitas dapat diukur menggunakan *Cronbach Alpha* menunjukkan bahwa variabel *Social Media platform*, *cronbach alpha* bernilai $0,601 > 0,6$, sedangkan variabel *Financial literacy*, *cronbach alpha* adalah $0,720 > 0,6$, dan variabel *Investment Motivation*, *cronbach alpha* yaitu $0,722 > 0,6$, pada variabel Y (Minat Berinvestasi), *cronbach alpha* dengan nilai $0,740 > 0,6$, maka dari semua variabel itu memperlihatkan bahwa seluruh variabel riset ini dapat dinyatakan reliabel.

Uji Normalitas**Tabel 3. Hasil Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		90
Normal Parameters ^{a, b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.72700558
Most Extreme Differences	Absolute	.086
	Positive	.056
	Negative	-.086
Test Statistic		.086
Asymp. Sig. (2-tailed)		.093 ^c

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

Sumber: data primer, diolah

Total signifikansi pada Uji Kolmogorof Smirnov apabila $\text{Sig} > 0,05$, maka data yang terdistribusi, dan sebaliknya Uji Kolmogorof Smirnov apabila $\text{Sig} < 0,05$, maka data yang terdistribusi. hasil uji normalitas menunjukkan nilai Sig 0,093 yang berarti data terdistribusi secara normal dan dinyatakan terpenuhi.

Uji Asumsi Klasik**a. Uji Multikolinearitas****Tabel 4. Hasil Uji Multikolineritas**

Variabel bebas	Tolerance	VIF	Keterangan
X1	.992	1.008	Bebas Multikolineritas
X2	.978	1.023	Bebas Multikolineritas
X3	.985	1.015	Bebas Multikolineritas

Sumber: data primer, diolah spss, 2022

Multikolinearitas pada ke 3 variabel memiliki hasil tolerance > 0.10 pada Variabel Social Media platform (X1) yakni 0.992, variabel Financial literacy (X2) yakni 0,978 dan Investment Motivation (X3) yakni 0,985.

Nilai VIF ke 3 variabel < 10 yang menunjukkan tidak ada gejala multikoleniaritas. Pada variabel Social Media platform (X1) yakni 1.008, pada variabel Financial literacy (X2) yakni 1,023 dan Investment Motivation (X3) yakni 1,015.

b. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5. Uji Heteroskedastisitas

No	Variabel Bebas	Sig.	Keterangan
1	<i>Social Media platform</i> (X ₁)	0.346	Tidak Terjadi Gejala Heteroskedastisitas
2	<i>Financial literacy</i> (X ₂)	0.909	Tidak Terjadi Gejala Heteroskedastisitas
3	<i>Investment Motivation</i> (X ₃)	0.320	Tidak Terjadi Gejala Heteroskedastisitas

Sumber: *data primer, diolah*

Social Media platform sebagai X₁ memiliki tingkat signifikansi terhadap nilai absolut residual sebesar $0,346 > 0,05$ maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas, pada variabel *Financial literacy* memiliki tingkat signifikansi sebesar $0,909 > 0,05$ maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas, sedangkan pada variabel X₃ yaitu *Investment Motivation* memiliki tingkat signifikansi dengan nilai $0,320 > 0,05$ maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Dapat disimpulkan pada riset ini bahwa semua variabel independent tidak memiliki gejala heteroskedastisitas.

Uji Hipotesis

a. Uji F

Tabel 6 Hasil Uji F

ANOVA					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	217.275	3	72.425	23.464	.000b
1 Residual	265.447	86	3.087		
Total	482.722	89			

Sumber: *data primer, diolah SPSS 2022*

Diperoleh nilai signifikan F senilai $0.00 < 0.05$ dan nilai tabel f hitung $23.464 > 2.730$, dapat disimpulkan model memenuhi goodness of fit, yang menunjukkan bahwa setidaknya ada satu variabel bebas (*Social Media platform*, *Financial literacy*, dan *Investment Motivation*) yang berpengaruh terhadap Minat Berinvestasi di Pasar Modal.

Uji t

Tabel 7. Hasil Uji t

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	-8.527	3.056		-2.790	.006
x1	.231	.072	.258	3.213	.002
x2	.396	.065	.490	6.063	.000
x3	.376	.102	.296	3.669	.000

a. Dependent Variable: Minat Berinvestasi di Pasar Modal

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

1. *Social Media platform* (X₁)

Pada variabel *Social Media platform* (X₁) memiliki nilai signifikansi $0.002 < 0.05$ dan nilai tabel t hitung 3.213, maka bisa disimpulkan bahwa H₁ diterima yang berarti ada pengaruh signifikan antara *Social Media platform* dengan Minat Berinvestasi di Pasar Modal.

2. *Modal Financial literacy* (X₂)

Pada variabel *Financial literacy* (X₂) mempunyai nilai signifikansi $0.000 < 0.05$ dan nilai tabel t hitung 6.063, maka bisa disimpulkan bahwa H₂ diterima yang berarti ada pengaruh signifikan antara *Financial literacy* dengan Minat Berinvestasi di Pasar Modal.

3. Kualitas Pelayanan Galeri Investasi

Pada variabel *Investment Motivation* (X₃) mempunyai nilai signifikansi $0.000 < 0.05$ dan nilai tabel t hitung 3.669, maka bisa disimpulkan bahwa H₃ diterima yang berarti

ada pengaruh signifikan antara *Investment Motivation* dengan Minat Berinvestasi di Pasar Modal.

b. Koefisien Determinasi R²

Tabel 8. Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.671 ^a	.450	.431	1.75687
a. Predictors: (Constant), <i>Social Media platform</i> , <i>Financial Literacy</i> , dan <i>Investment Motivation</i>				

Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Uji R² (Adjust Square R²) atau uji koefisien determinasi senilai 0,431 atau 43,1%. Menunjukkan *Social Media platform* , *Financial literacy*, dan *Investment Motivation* dalam menjelaskan Minat Berinvestasi di Pasar Modal yakni 43,1%, sedangkan selebihnya sebesar 56,9% (100% - 43,1%) dijelaskan pada variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

Pembahasan

Peningkatan social media platform berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi di pasar modal, Semakin tinggi peningkatan social media platform maka mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis 2019 yang berada pada rentang usia generasi Z, akan semakin berminat dalam Berinvestasi di Pasar Modal.

Hal ini menunjukkan bahwa media saat ini banyak digunakan oleh masyarakat khususnya anak muda, sehingga membawa dampak yang besar dalam berkomunikasi dan dapat saling memberikan informasi positif dengan sesama pengguna khususnya dalam hal berinvestasi (Nasrullah dalam Firdhausa & Apriani, 2021). Jadi menunjukkan bahwa minat berinvestasi juga dipengaruhi oleh *Social media platform*

Peningkatan financial literacy berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi di pasar modal, semakin tinggi pemahaman financial literacy maka mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis 2019 yang berada pada rentang usia generasi Z, akan semakin sadar akan pentingnya berinvestasi sehingga akan semakin berminat dalam Berinvestasi di Pasar Modal. Hasil ini mendukung atau sejalan dengan penelitian yang sudah dilakukan oleh Pangestika & Rusliati (2019) yang sebelumnya mendukung penelitian Bhaskara (2016) , yang menjelaskan bahwa literasi keuangan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat investasi. Riset ini juga tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Taufiqoh et al. (2019) yang juga meneliti di FEB UNISMA dimana penelitian tersebut menemukan bahwa variabel literasi keuangan berpengaruh secara negatif terhadap minat investasi.

Financial literacy memiliki tujuan sebagai meningkatnya kualitas pengambilan keputusan keuangan individu. Selain itu dengan Literasi keuangan juga akan merubah sikap dan perilaku individu dalam pengelolaan keuangan menjadi lebih baik, sehingga mampu menentukan dan memanfaatkan lembaga, produk dan layanan jasa keuangan yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan Konsumen dan/atau masyarakat dalam rangka mencapai kesejahteraan (Ojk, 2022). Jadi semakin tinggi pemahaman financial literacy maka mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis 2019 yang berada pada rentang usia generasi Z, akan semakin sadar akan pentingnya berinvestasi sehingga akan semakin berminat dalam Berinvestasi di Pasar Modal.

Peningkatan Investment motivation berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi di pasar modal, semakin tinggi Investment motivation yang didapatkan seseorang maka mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis 2019 yang berada pada rentang usia generasi Z, akan semakin berminat dalam Berinvestasi di Pasar Modal. Hasil ini mendukung atau sejalan dengan penelitian yang sudah dilakukan oleh Darmawan et al. (2019) mendukung penelitian

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

Investment Motivation, motivasi adalah dorongan dari serangkaian proses perilaku manusia pada pencapaian tujuan. Jadi dengan kita memotivasi kita juga akan mengajak seseorang untuk berinvestasi dipasar modal yang akhirnya orang tersebut akan memunculkan minat untuk berinvestasi dipasar modal (Wibowo 2016:322). Jadi semakin tinggi *Investment motivation* maka seorang individu tersebut semakin berminat dalam Berinvestasi di Pasar Modal.

Simpulan dan Saran

Simpulan

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

Keterbatasan

Dalam Riset ini ada beberapa keterbatasan, yakni:

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

Saran

Dalam Riset ini ada beberapa saran, yakni:

1. Saya menyarankan bagi peneliti selanjutnya untuk mendapatkan responden yang lebih proporsional antara ke 3 program studi yang ada yakni Manajemen, Akuntansi, dan Perbankan Syariah agar bisa menggambarkan dari ke 3 prodi tersebut.
 - program studi Manajemen sebanyak 598 Mahasiswa, dengan pengambilan sampel 58 Mahasiswa
 - program studi Akuntansi sebanyak 213 Mahasiswa, dengan pengambilan sampel 21 Mahasiswa
 - program studi Perbankan Syariah sebanyak 119 Mahasiswa, dengan pengambilan sampel 11 Mahasiswa
2. Koefisien determinasi pada penelitian ini sebesar 43,1%. Menunjukkan *Social Media*

platform , *Financial literacy*, dan *Investment Motivation* dalam menjelaskan Minat Berinvestasi di Pasar Modal sebesar 43,1%, sedangkan sisanya sebesar 56,9% (100% - 43,1%) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

Daftar Pustaka

- Fauzi, F., Denick, A. B. & Asiati, D. I. (2019). *Metode Penelitian untuk Manajemen dan Akuntansi : Aplikasi SPSS dan EViews untuk Teknik Analisis Data*. Salemba Empat.
- Gusmarizal. (2021). *KEGUNAAN DAN KEPUASAN INSTAGRAM BAGI REMAJA SEBAGAI SUMBER INFORMASI LOKASI WISATA*.
- Hariyanto, E., Pandansari, T. & Hartikasari, annisa ilma. (2020). *PASAR MODAL DAN KELEMBAGAANYA* (M. Ahmadi (ed.); pertama). UM Purwokerto Press (Annggota APPTI).
- Lara, G., Syaipudin, U. & Widiyanti, A. (2022). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat generasi Z untuk berinvestasi di pasar modal. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(1), 418–432. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v5i1.1892>
- Larasati, R. K. & Yudiantoro, D. (2022). PENGARUH LITERASI KEUANGAN , KEMAJUAN TEKNOLOGI INFORMASI , DAN MODAL MINIMAL TERHADAP MINAT INVESTASI PASAR MODAL (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah Angkatan 2018-2020 UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung). *Jurnal Investasi*, 8(2), 55–64.
- Muhibbin Syah. (2012). *Psikologi Belajar*. Rajawali Pers.
- Ojk. (2022). *Sp 26/dhms/ojk/v/2022*.
- OJK. (2017). Salinan Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan Nomor 30 /Seojk.07/2017. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Rr, N. : & Darajati, Y. R. (2022). “PENGARUH FINANCIAL LITERACY, RISK PERCEPTION, UANG SAKU, SOCIAL MEDIA INFLUENCER TERHADAP MINAT MAHASISWA BERINVESTASI DI MASA PANDEMI COVID-19” *SKRIPSI Disusun oleh*.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (p. 329).
- Wibowo. 2016. *Manajemen Kinerja*. Edisi ketiga. PT. Raja Grafindo Prasada. Jakarta
- Muhammad Muslihul Hadi * Adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNISMA
 Ronny Malavia Mardani ** Adalah Dosen Tetap Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNISMA
 Hj. Ety Saraswati *** Adalah Dosen Tetap Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNISMA