

“PENGARUH *FINANCIAL LITERACY*, *RISK PERCEPTION*, UANG SAKU, *SOCIAL MEDIA INFLUENCER* TERHADAP MINAT MAHASISWA BERINVESTASI DI MASA PANDEMI COVID-19”



SKRIPSI

Disusun oleh:

Nama: Rr Yasmin Radyan Darajati

NIM: 18312165

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2022

**PENGARUH FINANCIAL LITERACY, RISK PERCEPTION, UANG SAKU,
SOCIAL MEDIA INFLUENCER TERHADAP MINAT MAHASISWA
BERINVESTASI DIMASA PANDEMI COVID-19**

SKRIPSI

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

Islam Indonesia

Oleh

Nama: Rr. Yasmin Radyan Darajati

No Mahasiswa: 18312165

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

2022

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISM

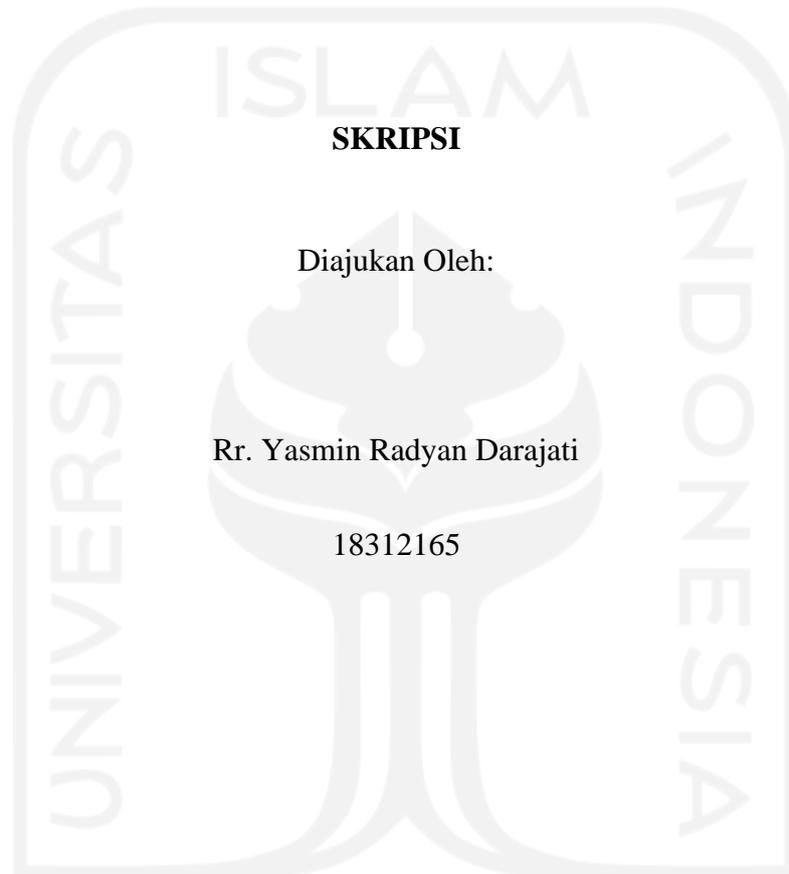
"Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara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

Yogyakarta, 19 Mei 2022



HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH *FINANCIAL LITERACY*, *RISK PERCEPTION*, UANG SAKU, *SOCIAL MEDIA INFLUENCER* TERHADAP MINAT MAHASISWA BERINVESTASI
DIMASA PANDEMI COVID-19**



SKRIPSI

Diajukan Oleh:

Rr. Yasmin Radyan Darajati

18312165



Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada tanggal 19 Mei 2022

Dosen Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, which appears to be 'Erna Hidayah'. The signature is written in a cursive style and is positioned below the text 'Dosen Pembimbing,'.

Erna Hidayah Dra.,M.Si.,Ak.,CA

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.,

Alhamdulillah, puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala nikmat serta rahmat, hidayah dan ridho-Nya. Tak lupa sholawat serta salam kepada junjungan Nabi Muhammad SAW serta para keluarga dan sahabatnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh *Financial literacy*, *Risk Perception*, *Uang Saku*, *Social Media Influencer* Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi Dimasa Pandemi Covid-19”**. Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk memenuhi dan melengkapi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan S1 pada Jurusan Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.

Penyusunan skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa adanya bantuan, bimbingan, petunjuk serta saran dari berbagai pihak, Sehingga pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih yang tak terhingga kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan segala rahmat, karunia-Nya, dan nikmatnya baik berupa kesehatan, kekuatan, keselamatan, kemudahan, kelancaran, dan rezeki yang tak terduga sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan lancar dan baik.
2. Diri saya sendiri karena sudah mampu berjuang dan bertahan sampai sejauh ini sehingga mampu menyelesaikan perkuliahan dan skripsi ini dengan baik. Serta inshaAllah dapat mewujudkan harapan orang tua.
3. Kedua orang tua tersayang, Bapak Drs. Baskara M.Si dan Ibu Ir.Dyah Windyanarti yang selalu mendoakan, memperhatikan dan mendukung selama proses penyusunan skripsi ini sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar.
4. Keluarga besar saya yang bersedia membantu menyebarkan kuesioner dalam penelitian ini dan memberikan doa, dukungan serta selalu menanyakan progress skripsi saya.

5. Ibu Erna Hidayah Dra., M.Si.,Ak.,CA. selaku dosen pembimbing dalam proses penyusunan skripsi ini yang sudah meluangkan waktu untuk membimbing, dan memberikan masukan selama penyusunan skripsi ini dan selalu sabar dalam membimbing dan menanggapi pertanyaan penulis hingga skripsi ini selesai. Terimakasih banyak atas bimbingannya.

6. Bapak Prof. Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Indonesia

7. Bapak Prof. Dr. Jaka Sriyana, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia

8. Bapak Dr. Mahmudi, SE., MSi., Ak. Selaku ketua jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia

9. Teman seperjuangan saya, Malikhah, Novita, Shasna, Prily, Jesica, Dyah, Rizkia yang selalu saling memberi dukungan, saling membantu, menghibur dikala stress, memberi saran, serta menjadi teman diskusi dalam menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih banyak, semoga kita selalu dimudahkan untuk jalan kedepannya.

10. Grup *Zona bully* dan *Bonbin* yang selalu mendengarkan keluh kesah, selalu menghibur, membantu, menjadi *support system* serta menjadi *partner* mengerjakan skripsi ini.

11. Untuk para responden yang bersedia membantu mengisi kuesioner penelitian ini.

12. Semua pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini.

Semoga kebaikan yang telah diberikan, dibalas oleh Allah SWT.

Yogyakarta, 19 Mei 2022

Penulis,



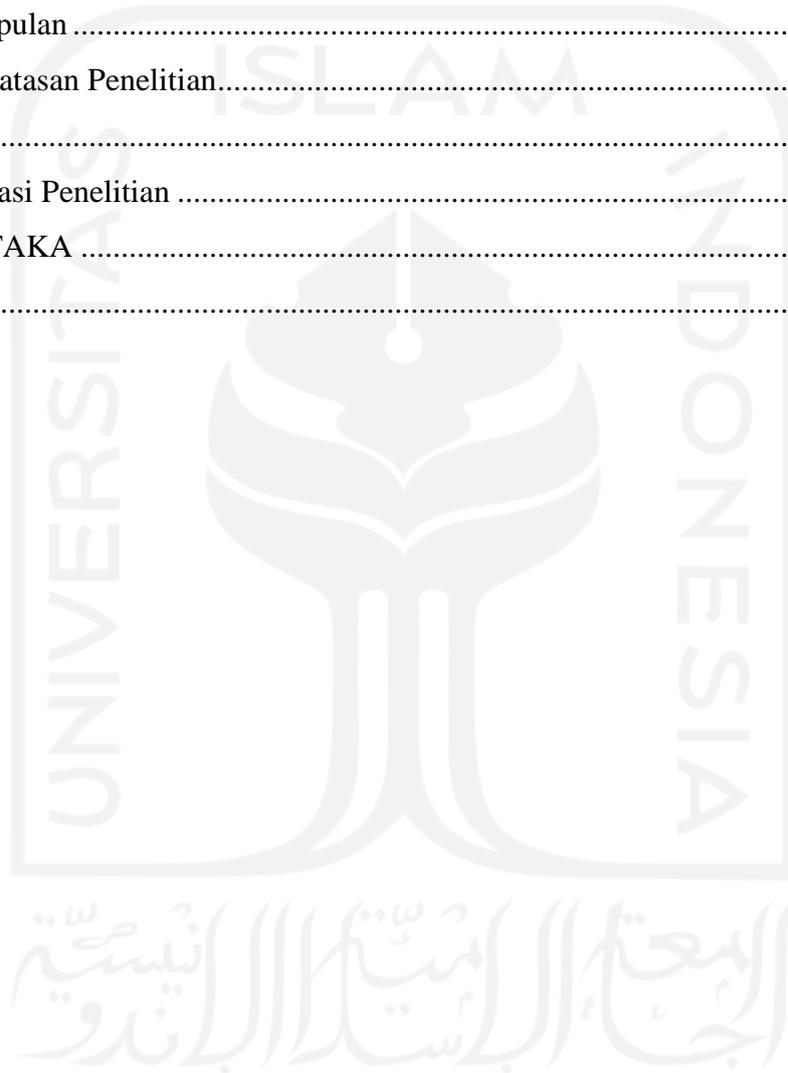
Yasmin Radyan

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
ABSTRAK.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 LATAR BELAKANG.....	1
1.2 RUMUSAN MASALAH.....	6
1.3 TUJUAN PENELITIAN.....	6
1.4 MANFAAT PENELITIAN.....	7
1.5 SISTEMATIKA PEMBAHASAN.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	9
2.1 LANDASAN TEORI.....	9
2.1.1 <i>Theory of Planned Behavior (TPB)</i>	9
2.1.2 Minat Investasi.....	11
2.1.3 Investasi.....	11
2.1.4 <i>Financial Literacy</i>	13
2.1.5 <i>Risk Perception</i>	13
2.1.6 Uang saku.....	14
2.1.7 <i>Social Media Influencer</i>	14
2.2 PENELITIAN TERDAHULU.....	15
2.3 HIPOTESIS PENELITIAN.....	16
2.3.1 Pengaruh <i>Financial Literacy</i> Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi.....	16
2.3.2 Pengaruh <i>Risk Perception</i> Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi.....	16
2.3.3 Pengaruh Uang Saku Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi.....	17
2.3.4 Pengaruh <i>Social Media Influencer</i> Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi..	17
2.4 KERANGKA PENELITIAN.....	18

BAB III METODE PENELITIAN.....	19
3.1 METODOLOGI PENELITIAN	19
3.1.1 Populasi dan Sampel Penelitian	19
3.2 Jenis Data	19
3.3 Teknik Pengambilan Sampel dan Sumber Data.....	20
3.4 Definisi dan Pengukuran Variabel	20
3.4.1 Minat Investasi	21
3.4.2 <i>Financial Literacy</i>	21
3.4.3 <i>Risk Perception</i>	22
3.4.4 Uang Saku	22
3.4.5 <i>Social Media Influencer</i>	22
3.5 METODE ANALISA DATA	23
3.5.1 Uji Kualitas Data.....	23
3.5.2 Analisis Deskriptif	24
3.5.3 Uji Asumsi Klasik	24
3.5.4 Uji Hipotesis	25
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	27
4.1 HASIL PENGUMPULAN DATA	27
4.2 KARAKTERISTIK RESPONDEN	27
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	27
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	28
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Perguruan Tinggi.....	28
4.3 STATISTIK DESKRIPTIF.....	31
4.4 HASIL UJI KUALITAS DATA.....	35
4.4.1 Uji Validitas	35
4.4.2 Uji Reliabilitas	36
4.5 UJI ASUMSI KLASIK.....	37
4.5.1 Uji Normalitas	37
4.5.2 Uji Multikolinearitas	38
4.5.3 Uji Heteroskedasitas.....	39
4.6 UJI HIPOTESIS.....	40
4.6.1 Analisis Regresi Linier Berganda	40
4.6.2 Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R Square</i>)	42

4.6.3 Uji t	43
4.7 PEMBAHASAN	44
4.7.1 Pengaruh <i>Financial Literacy</i> terhadap Minat Investasi Mahasiswa	44
4.7.2 Pengaruh <i>Risk Perception</i> Terhadap Minat Investasi Mahasiswa	45
4.7.3 Pengaruh Uang Saku Terhadap Minat Investasi Mahasiswa	46
4.7.4 Pengaruh <i>Social Media Influencer</i> Terhadap Minat Investasi Mahasiswa	47
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	49
5.1 Kesimpulan	49
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	49
5.3 Saran	49
5.4 Implikasi Penelitian	50
DAFTAR PUSTAKA	51
LAMPIRAN	54



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Review Penelitian Terdahulu	15
Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	27
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	28
Tabel 4.3 Deskripsi Data Responden Berdasarkan Perguruan Tinggi	28
Tabel 4.4 Statistik Deskriptif	32
Tabel 4.5 Kategori Rata – Rata Skor Jawaban Responden	33
Tabel 4.6 Uji Validitas	35
Tabel 4.7 Uji Reliabilitas	36
Tabel 4.8 Uji Normalitas	37
Tabel 4.9 Uji Multikolinearitas	39
Tabel 4.10 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	41
Tabel 4.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi	42
Tabel 4.12 Hasil Uji t	43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. <i>Theory of Planned Behavior</i>	10
Gambar 2.2. Kerangka Penelitian.....	18
Gambar 4.1. <i>P-P Plot of Regression Standardized Residual</i>	38
Gambar 4.2. Scatterplot Uji Heteroskedasitas.....	40

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN	54
LAMPIRAN 2 STATISTIK DESKRIPTIF	88
LAMPIRAN 3 UJI VALIDITAS	89
LAMPIRAN 4 UJI RELIABILITAS	91
LAMPIRAN 5 UJI ASUMSI KLASIK	92
LAMPIRAN 6 REGRESI BERGANDA	94

ABSTRACT

This study aims to prove, whether there is an influence of financial literacy, risk perception, pocket money, social media influencers on student interest in investing during the covid-19 pandemic. The population in this study were college accounting students, who were all over Indonesia. The data collected were 230 respondents using google form. The data collected was analysed using multiple regression analysis, with excel and SPSS statistic 25 application. The results of his study prove that pocket money, and social media influencer have a positive and significant effect on student interest in investing during the covid-19 pandemic. Meanwhile, financial literacy and risk perception have a positive and insignificant effect on student interest in investing during the covid-19 pandemic.

Keywords: *Financial Literacy, Risk Perception, Pocket Money, Social Media Influencer, Investment Interest, Pandemic.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan, apakah terdapat pengaruh *financial literacy, risk perception, uang saku, social media influencer* terhadap minat mahasiswa berinvestasi pada masa pandemic covid-19. Populasi pada penelitian ini yaitu mahasiswa akuntansi perguruan tinggi, yang berada di seluruh Indonesia. Data yang terkumpul yaitu sebanyak 230 responden dengan menggunakan *google form*. Data yang terkumpul dianalisis dengan menggunakan analisis regresi berganda, dengan bantuan excel dan aplikasi SPSS statistic 25. Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa Uang Saku dan *Social Media Influencer* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa berinvestasi dimasa pandemic covid-19. Sedangkan *Financial Literacy* dan *Risk Perception* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat mahasiswa berinvestasi pada masa pandemic covid-19.

Kata Kunci: *Financial Literacy, Risk Perception, Uang Saku, Social Media Influencer, Minat Berinvestasi, Pandemi.*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

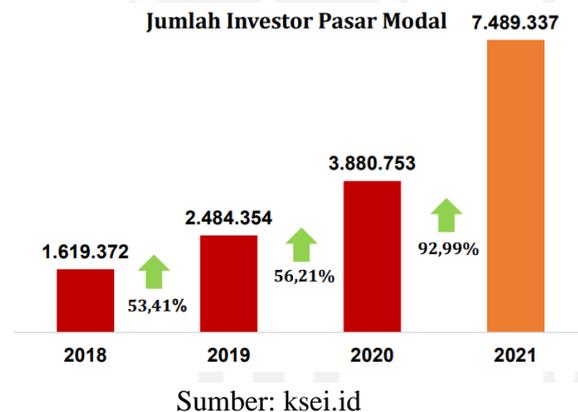
Pada saat ini pandemi covid-19 masih terjadi di seluruh dunia. Awal mula munculnya covid-19 tersebut yaitu berasal dari Wuhan, Cina kemudian menyebar ke seluruh negara. Penyebaran virus tersebut sangat membahayakan bagi kesehatan manusia karena dapat berujung dengan kematian. Terjadinya pandemi covid-19 mengakibatkan dampak besar bagi seluruh negara terlebih Indonesia. Dilansir dari artikel Badan Koordinasi Penanaman Modal, pandemi covid-19 tidak hanya berdampak bagi kesehatan saja, namun pandemi covid-19 juga berimbas pada seluruh sektor yaitu pendidikan, pariwisata, dan perekonomian negara khususnya pada kegiatan investasi.

Pandemi covid-19 menimbulkan dampak yang cukup serius bagi perekonomian Indonesia, khususnya pada kegiatan investasi. Menurut Rizal Calvary Marimbo selaku anggota Komite Investasi, pada pandemi covid-19 dapat mengakibatkan terjadinya penurunan nilai pada investasi, penurunan tersebut dapat dilihat melalui aktivitas perdagangan seperti ekspor dan impor yang melibatkan negara-negara yang juga terdampak pandemi covid-19. *Institute for Development of Economics and Finance* memperkirakan dampak dari pandemi covid-19 ini mengakibatkan adanya potensi kerugian nilai investasi hingga mencapai Rp.127 triliun.

Menurut berita yang tertulis pada Kompas.com upaya yang dilakukan Bursa Efek Indonesia untuk memulihkan kondisi investasi pada masa pandemi covid-19 yaitu dengan mengoptimalkan dan memaksimalkan digitalisasi dan kerjasama dengan seluruh pemangku kepentingan pasar modal yang menjadi alasan utama meningkatnya perkembangan jumlah investor di masa pandemi ini. Pencapaian tersebut merupakan hasil dari dilakukannya kegiatan

edukasi yang dilakukan Bursa Efek Indonesia dengan melibatkan seluruh *stakeholders* di pasar modal.

Upaya yang dilakukan oleh Bursa Efek Indonesia memberikan hasil yang baik, saat ini kegiatan investasi di Indonesia sudah mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Dilihat dari berita Kompas.com yang disampaikan oleh Direktur Utama PT Bursa Efek Indonesia menjelaskan bahwa sepanjang tahun 2021 sampai dengan 17 Desember 2021 jumlah *single investor identification* (SID) mengalami peningkatan hingga mencapai 89,58% atau 7,3 juta SID.



Investasi merupakan salah satu instrumen yang digunakan untuk mengelola keuangan, baik jangka pendek maupun jangka panjang atau dapat disebut sebagai penanaman modal. Investasi di pasar modal, saat ini sedang diminati oleh masyarakat khususnya pada kalangan mahasiswa. Saat ini investasi merupakan hal yang sedang menjadi *trending* pada kalangan mahasiswa, karena investasi kerap kali menjadi topik perbincangan pada setiap pergaulan mahasiswa. Sejak munculnya Bursa Efek Indonesia, investasi di pasar modal menjadi pilihan yang mudah dijangkau oleh masyarakat atau calon investor (Firdhausa & Apriani, 2021).

Adapun terdapat beberapa kendala dalam berinvestasi yang harus dihadapi terlebih bagi calon investor pemula. Beberapa kendala yang dihadapi bagi calon investor pemula diantaranya yaitu kurangnya pengetahuan tentang cara berinvestasi dipasar modal dan pemahaman mengenai

resiko yang akan dihadapi, sehingga banyak dari mereka yang masih ragu - ragu untuk memulai berinvestasi. Hal itu karena mereka menganggap bahwa investasi merupakan hal yang sulit, membutuhkan dana yang besar dan memiliki resiko yang tinggi apalagi pada masa pandemi covid-19 (Nisa & Zulaika, 2017).

Pada pandemi covid-19 ini, mengakibatkan kondisi perekonomian tidak stabil, kondisi tersebut dapat mendorong seseorang untuk mengelola keuangannya dengan baik dan tepat, salah satunya melalui investasi. Dalam (Margaretha et al 2015 dalam Putri & Hamidi, 2019) mengatakan permasalahan keuangan yang kerap muncul yaitu mahasiswa yang uang sakunya masih bergantung pada orang tua dan dipakai untuk hal - hal yang kurang penting. Selain itu, hal yang dapat menyebabkan timbulnya masalah keuangan adalah karena rendahnya tingkat literasi keuangan pada seseorang (Cheung et al, 2016 dalam Faidah 2019). Secara definisi literasi merupakan kemampuan memahami, sehingga arti *Financial Literacy* adalah kemampuan dalam mengelola keuangan sebagai hal penting yang digunakan untuk mengambil keputusan untuk berinvestasi di masa yang akan datang (D.P et al., 2021). Pengambilan keputusan dalam berinvestasi merupakan sebuah proses menyimpulkan atau membuat sebuah keputusan tentang permasalahan yang ada, termasuk risiko yang akan dihadapi dan pemilihan investasi diantara dua atau lebih alternatif investasi yang akan dilakukan. Maka dari itu untuk memulai investasi diperlukan adanya *financial literacy* yang cukup, guna meminimalisir risiko - risiko yang akan dihadapi pada calon investor (Putri & Hamidi, 2019).

Risiko dan *return* merupakan hal yang sangat erat kaitanya dalam investasi. Setiap investor memiliki preferensi risiko yang berbeda - beda, preferensi risiko merupakan sikap yang dimiliki seorang investor yang berhubungan dengan kemampuan yang dimiliki dalam menghadapi sebuah risiko (Tandio & Widanaputra, 2016). Menurut Bareksa.com terdapat tiga jenis preferensi risiko yaitu 1) *Risk Taker*, 2) *Risk Averse*, 3) *Risk Moderate*. Seseorang cenderung memiliki keinginan untuk mendapat return yang tinggi dengan risiko yang rendah

atau disebut *Risk Averse*. Kemampuan persepsi risiko tinggi, yang dimiliki seorang investor dapat mempengaruhi pola pikir investor, hal itu karena biasanya investor tersebut akan lebih teliti dalam mengambil keputusan investasi yang diambil (Pradikasari & Isbanah dalam Mutawally, 2019). Risiko dan *return* merupakan hal yang erat kaitanya, semakin tinggi risiko yang dihadapi maka akan semakin tinggi *return* yang didapatkan (Jogiyanto dalam Tandio, 2016) (dalam Andriani, 2019). Maka dari itu pemahaman tentang risiko dan *return* merupakan hal yang paling penting karena keduanya dapat dijadikan pertimbangan dalam berinvestasi.

Kemajuan teknologi juga dapat memberikan manfaat dan kemudahan bagi para calon investor dalam menambah pengetahuan tentang investasi. Perkembangan teknologi yang ada menyebabkan banyak masyarakat khususnya mahasiswa saat ini yang menggunakan *smartphone* sebagai akses untuk membuka *social media*, sehingga *social media* saat ini dijadikan sebagai salah satu media komunikasi dan informasi yang efektif, karena dapat diakses dengan cepat dan mudah. Dengan adanya *social media* yang didukung media internet dengan mudah calon investor dapat *browsing* melalui *smartphone* mengenai informasi langkah - langkah yang harus dilakukan sebelum memulai investasi. *Smartphone* memiliki beberapa fitur seperti SMS, telepon dan fasilitas *social media* diantaranya seperti *tiktok*, *instagram*, *youtube* dan lainnya. Berbagai macam fitur yang tersedia, *social media* menjadi salah satu alat yang digunakan untuk sosialisasi dan edukasi mengenai cara berinvestasi. Hal itu karena *social media* saat ini banyak digunakan oleh masyarakat khususnya anak muda, sehingga dapat membawa dampak yang besar dalam berkomunikasi dan dapat saling memberikan informasi positif dengan sesama pengguna (Nasrullah dalam Firdhausa & Apriani, 2021).

Jumlah investor di pasar modal saat ini terus mengalami peningkatan, tetapi peningkatan tersebut masih terbilang rendah karena hanya mencapai 1% dari total penduduk di Indonesia (Hati & Harefa, 2019). Diambil dari data Bursa Efek Indonesia, bahwa pertumbuhan jumlah investor rata - rata didominasi oleh anak muda dengan rentang usia 17 tahun - 30 tahun

(Andriani, 2019). Maka dari itu Bursa Efek Indonesia saat ini gencar melakukan sosialisasi investasi sebagai upaya untuk meningkatkan minat masyarakat dalam berinvestasi saham melalui program “Yuk Nabung Saham”, khususnya kepada masyarakat generasi muda.

Pelaksanaan program ini menggunakan dua strategi, yang pertama *National Campaign* seperti televisi, radio dan *social media*, yang kedua melalui *Capital Market Education* dengan memberikan edukasi kepada karyawan perusahaan, mahasiswa di perguruan tinggi. Dikutip dari idxchannel.com, Bursa Efek Indonesia juga menggandeng beberapa selebriti dan *influencer* atau orang yang berpengaruh di *social media* untuk melakukan edukasi tentang investasi saham melalui *platform social media* yang mereka miliki. Edukasi yang dilakukan yaitu dengan berbagi pengalaman investasi dan mengajak para *followersnya* untuk berinvestasi saham di pasar modal, salah satunya dengan mengunggah *instastory* melalui platform instagram. Sehingga pengikut pada *social media* mereka, banyak yang terpengaruh dalam hal berinvestasi. Hasan Fawzi juga mengatakan bahwa pasar modal mengalami peningkatan jumlah investor hingga mencapai 50% yang didominasi oleh anak muda.

Beberapa penelitian sebelumnya yang membahas tentang minat mahasiswa dalam berinvestasi diantaranya dilakukan oleh (Tandio & Widanaputra, 2016) menunjukkan bahwa pelatihan pasar modal, *return* berpengaruh secara signifikan terhadap minat investasi. Sedangkan pada persepsi resiko, *gender*, dan kemajuan teknologi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat investasi. Sedangkan hasil penelitian dari (D.P et al., 2021) menunjukkan bahwa *financial literacy*, pengetahuan, dan motivasi berpengaruh signifikan terhadap pemanfaatan peluang investasi di masa pandemi covid-19.

Berdasarkan latar belakang dan hasil penelitian sebelumnya yang diuraikan di atas, maka penulis akan melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH FINANCIAL LITERACY,**

RISK PERCEPTION, UANG SAKU, SOCIAL MEDIA INFLUENCER TERHADAP MINAT MAHASISWA BERINVESTASI DI MASA PANDEMI COVID-19

Penelitian ini mengacu pada jurnal yang dituliskan (Tandio & Widanaputra, 2016) dengan menambahkan variabel independen *Financial literacy* dan Uang Saku karena kedua variabel tersebut berhubungan dengan pendapatan dan pengelolaan keuangan mahasiswa. Penelitian ini berlangsung di Yogyakarta dengan populasi mahasiswa aktif di perguruan tinggi di seluruh Indonesia karena generasi muda merupakan sasaran penting dan memiliki potensial keberhasilan Bursa Efek Indonesia dalam upaya meningkatkan minat anak muda dalam berinvestasi di pasar modal.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang sudah dituliskan di atas maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Apakah *Financial Literacy* berpengaruh terhadap minat mahasiswa berinvestasi di masa pandemic covid-19?
2. Apakah *Risk Perception* berpengaruh terhadap minat mahasiswa berinvestasi di masa pandemic covid-19?
3. Apakah Uang Saku berpengaruh terhadap minat mahasiswa berinvestasi di masa pandemic covid-19?
4. Apakah *Social Media Influencer* berpengaruh terhadap minat mahasiswa berinvestasi di masa pandemic covid-19?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membuktikan:

1. Pengaruh *Financial Literacy* terhadap minat mahasiswa berinvestasi di masa pandemic covid-19
2. Pengaruh *Risk Perception* terhadap minat mahasiswa berinvestasi di masa pandemic covid-19
3. Pengaruh Uang Saku terhadap minat mahasiswa berinvestasi di masa pandemic covid-19
4. Pengaruh *Social Media Influencer* terhadap minat mahasiswa berinvestasi di masa pandemic covid-19

1.4 MANFAAT PENELITIAN

- a. Bagi investor dan calon investor

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai tambahan informasi dan pengetahuan dalam melakukan investasi.

- b. Bagi PT Bursa Efek Indonesia

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi tentang faktor - faktor yang dapat mendorong mahasiswa untuk melakukan investasi.

- c. Bagi penelitian selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi tambahan dan sebagai pengembangan pengetahuan untuk penelitian selanjutnya khususnya yang membahas mengenai faktor - faktor yang dapat mendorong mahasiswa untuk berinvestasi.

1.5 SISTEMATIKA PEMBAHASAN

Penelitian ini terdiri dari lima bab yang disusun secara berurutan dan saling berhubungan. Bab tersebut terdiri dari:

BAB I: PENDAHULUAN

Dalam bab ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah, dilanjutkan dengan rumusan masalah, tujuan penelitian yang akan diteliti, manfaat penelitian serta sistematika pembahasan.

BAB II: KAJIAN PUSTAKA

Dalam bab ini menjelaskan teori dasar tentang masalah yang akan diteliti bersumber dari penelitian – penelitian sebelumnya serta membahas hasil dari penelitian sebelumnya yang sejenis. Selain itu, bab ini juga menjelaskan kerangka penelitian dan hipotesis penelitian.

BAB III: METODE PENELITIAN

Dalam bab ini menjelaskan tentang proses jalanya penelitian yang diawali dengan menentukan sampel, pengumpulan data, definisi pengukuran variable, serta metode analisis data yang dipakai.

BAB IV: ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini menjelaskan tentang deskripsi data, uji hipotesis yang sudah dilakukan peneliti dan menjelaskan tentang hasil yang didapat oleh peneliti.

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini menjelaskan tentang kesimpulan dari hasil penelitian serta menjawab pertanyaan pada rumusan masalah serta saran untuk penelitian selanjutnya.

BAB II

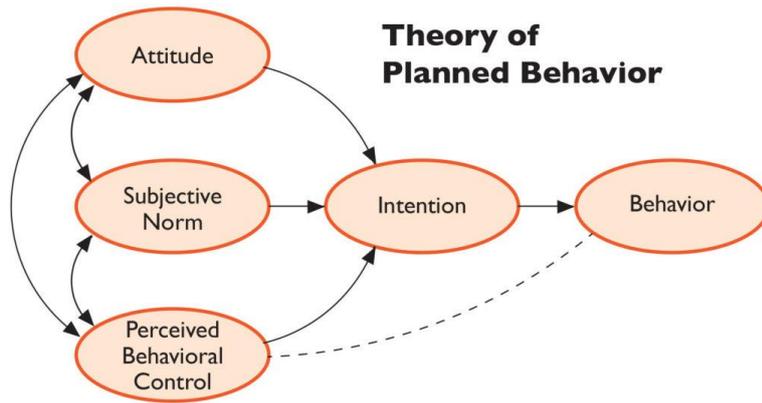
KAJIAN PUSTAKA

2.1 LANDASAN TEORI

2.1.1 Theory of Planned Behavior (TPB)

Theory of Planned Behavior merupakan perluasan dari *Theory of Reasoned Action* oleh Ajzen (1980) yang bertujuan untuk menerangkan bahwa setiap tingkah laku seseorang selalu dipengaruhi oleh niat untuk mempertimbangkan apakah tingkah laku tersebut akan dilakukan atau tidak. Setiap niat yang muncul selalu dipengaruhi oleh norma subjektif dan sikap. Norma subjektif menunjukkan keyakinan yang dimiliki seseorang tentang respon yang diberikan orang disekitar terhadap tingkah laku yang dilakukannya. Sedangkan sikap menunjukkan keuntungan atau kerugian yang akan didapatkan dari tingkah laku tersebut.

Theory Reasoned Action dikembangkan menjadi *Theory of Planned Behavior*. Pengembangan pada teori tersebut ditambahkan konstruk *perceived behavioral control*. Teori tersebut menjelaskan bahwa setiap niat individu selalu dipengaruhi dengan sikap individu sebagai pertimbangan terhadap niat yang akan dilakukannya. Selain itu, niat yang dimiliki seseorang juga dipengaruhi oleh *self control* dan norma subjektif. Hal itu dapat disimpulkan bahwa jika seorang individu mempunyai minat untuk berinvestasi maka seseorang tersebut akan melakukan upaya berupa tindakan supaya dapat meraih keinginannya. Upaya yang dilakukan yaitu bisa dengan mengikuti pelatihan dan sosialisasi investasi, serta menerima tawaran investasi, dan selanjutnya mulai berinvestasi (Nisa & Zulaika, 2017)



Gambar 2.1. *Theory of Planned Behavior*

Terdapat tiga factor *Theory of Planned Behavior* yang saling berhubungan yaitu:

1. *Attitude towards the behavior*

Menurut Ajzen (2005) dalam (Ramdhani, 2016) sikap terhadap tingkah laku ditentukan berdasarkan keyakinan tentang dampak yang akan didapat dari suatu tingkah laku atau mempertimbangkan kerugian atau manfaat dari tingkah laku tersebut atau dapat disebut sebagai *behavioral belief*. Pada komponen ini tergambar pada variabel independen yaitu "*Financial Literacy*" yang mana jika seseorang mempunyai pengetahuan keuangan yang baik dapat menentukan sikap untuk mempertimbangkan apakah akan melakukan investasi atau tidak.

2. *Subjective Norm*

Norma subjektif merupakan perilaku tertentu yang dilakukan oleh individu karena perilaku tersebut dapat diterima oleh orang-orang yang dianggap berpengaruh dalam hidupnya. Hal tersebut dinamakan keyakinan akan norma yang menghasilkan kesadaran individu dalam berperilaku. Komponen ini tergambar pada variabel independent dan "*Social Media Influencer*" karena seseorang cenderung akan melakukan investasi dan mempercayai tentang resiko yang akan dihadapi kepada seseorang yang sudah melakukan dan berpengalaman dalam berinvestasi.

3. *Perceived behavioral control*

Menurut Ajzen (2005) dalam (Ramdhani, 2016) persepsi kontrol perilaku merupakan pendapat seseorang tentang mudah atau sulitnya dalam melakukan perilaku tersebut. Persepsi kontrol perilaku dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Faktor Internal itu dari dalam diri sendiri yang meliputi keterampilan, kemauan, informasi dan lainnya. Sedangkan faktor eksternal yaitu dari lingkungan sekitar. Kontrol perilaku merupakan pengendalian gabungan dari faktor internal dan eksternal terhadap dirinya sendiri. Pada komponen ini tergambar pada variabel independent “*Risk Perception*” dan “Uang Saku” karena besar atau kecilnya uang saku dan risiko yang dimiliki dan yang akan dihadapi dapat mempengaruhi minat investasi.

2.1.2 Minat Investasi

Menurut Marpaung (2010) dalam (Nisa & Zulaika, 2017) minat adalah perasaan suka yang dimiliki seseorang terhadap suatu peristiwa maupun benda, untuk mengukur minat tersebut yaitu dengan memberikan beberapa daftar pertanyaan. Salim (1996) dalam (Nisa & Zulaika, 2017) mengemukakan, minat dapat menjadi penghubung dari berdasarkan faktor - faktor yang dapat menimbulkan suatu akibat, usaha yang dilakukan seseorang dalam mencapai keinginannya dapat dilihat dari minat yang dimiliki (Nisa & Zulaika, 2017)

Semakin besar keinginan individu dalam melakukan investasi, maka akan menimbulkan suatu sikap yang mendorong individu tersebut untuk berinvestasi dan sikap tersebut mempengaruhi niat mahasiswa dalam berinvestasi.

2.1.3 Investasi

Investasi adalah kegiatan seseorang atau investor dalam mengalokasikan pendapatannya dalam nilai tertentu pada masa saat ini untuk mendapatkan penerimaan dimasa yang akan datang (Reilly & Brown, 2009) dalam Nuzula (2020:5)

Investasi merupakan proses pengelolaan dana atau menanamkan dana pada masa saat ini dan mengharapkan akan mendapatkan keuntungan pada masa yang akan datang. Pengelolaan tersebut dapat berupa pembelian sekuritas atau *financial asset* yang terdiri dari saham, obligasi, atau derivative seperti *option* dan *futures contract* Nuzula (2020:6)

Menurut Bursa Efek Indonesia jenis – jenis investasi terdiri dari:

1. Saham

Saham adalah tanda penanaman modal seseorang atau suatu badan usaha ke dalam perusahaan atau perseroan terbatas. Sehingga dengan menanamkan modal tersebut maka pihak tersebut memiliki hak atas pendapatan perusahaan, asset perusahaan dan berhak datang pada Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS)

2. Obligasi

Obligasi merupakan surat utang jangka menengah ataupun panjang yang dapat diperjualbelikan, yang berisi janji dari perusahaan yang menerbitkan untuk memberikan keuntungan berupa bunga pada periode tertentu dan melunasi utang pokok yang sudah ditentukan kepada pihak yang membeli obligasi tersebut.

3. Reksa Dana

Reksa Dana adalah wadah investasi untuk menghimpun dana dari masyarakat yang mempunyai modal dan minat untuk berinvestasi yang terdiri dari saham, obligasi atau Efek lainnya yang dikelola oleh Manajer Investasi. Reksa Dana biasanya digunakan untuk investor yang tidak memiliki banyak waktu, dan juga terbatasnya pengetahuan tentang investasi atau merupakan investor pemula.

2.1.4 Financial Literacy

Secara definisi literasi merupakan kemampuan memahami, sedangkan *Financial Literacy* dapat diartikan pengetahuan tentang konsep keuangan yang menjadi dasar dalam mengelola keuangan sebagai hal penting yang digunakan untuk mengambil keputusan untuk berinvestasi di masa yang akan datang (D.P et al., 2021). David (2010) mengatakan *financial literacy* terdiri dari 1). Pengetahuan tentang keuangan 2). konsep keuangan 3). pengelolaan keuangan pribadi 4). pembuatan keputusan keuangan 5). perencanaan keuangan di masa depan. Dalam (Marghareta et al, 201 dalam Faidah, 2019) mengatakan permasalahan keuangan yang kerap muncul yaitu biasanya mahasiswa yang uang sakunya masih bergantung pada orang tua dan dipakai untuk hal - hal yang kurang penting. Selain itu, hal yang menyebabkan timbulnya masalah keuangan adalah karena rendahnya tingkat literasi keuangan pada seseorang (Cheung et al, 2016 dalam Faidah 2019).

2.1.5 Risk Perception

Persepsi adalah suatu proses dimana seseorang mengatur dan menginterpretasikan kesan - kesan sensor mereka untuk memberikan arti bagi lingkungan sekitar mereka (Robbins and Judge 2008:175 dalam Ayu Wulandari & Iramani, 2014). Presepsi Risiko merupakan penilaian seseorang terhadap kondisi yang berisiko, penilaian tersebut tergantung pada keadaan dan psikologis orang tersebut (PRADIKASARI & ISBANA, 2018). Presepsi risiko menjadi salah satu factor yang menjadi dasar dalam pengambilan keputusan terhadap risiko atau kerugian yang akan dihadapi dalam berinvestasi (Williamson & Weyman, 2005 dalam Ayu Wulandari & Iramani, 2014). *Risk perception* merupakan keputusan investor dalam berinvestasi yang dipengaruhi oleh besar atau kecilnya risiko yang akan dihadapi (Alquraan et al., 2016). Setiap investor memiliki kemampuan yang berbeda-beda, kemampuan persepsi risiko tinggi yang dimiliki seorang investor dapat mempengaruhi pola pikir investor, hal itu karena biasanya

investor tersebut akan lebih teliti dalam mengambil keputusan investasi yang diambil (Pradikasari & Isbanah, 2018 dalam Mutawally & Haryono, 2019). Risiko dan *return* merupakan hal yang erat kaitannya, semakin tinggi risiko yang dihadapi maka akan semakin tinggi *return* yang didapatkan (Jogiyanto dalam Tandio, 2016) (dalam Andriani & Pohan, 2019).

2.1.6 Uang Saku

Uang saku merupakan penghasilan yang didapatkan anak dari orang tuanya, yang dapat mempengaruhi pengeluaran seseorang (Hartanto (2016:24-25)). Setiap orang memiliki uang saku yang berbeda - beda, semakin banyak uang saku yang didapat semakin tinggi juga pengeluaran mahasiswa (Wahyudi, 2017). Pengeluaran untuk memenuhi kebutuhan pokok seharusnya lebih kecil dari pendapatan, tetapi kebanyakan seseorang memiliki pendapatan yang lebih kecil daripada pengeluarannya. Maka dari itu untuk memenuhi kebutuhannya seharusnya mahasiswa mempunyai strategi untuk mengelola uang sakunya sehingga dapat menghasilkan keuntungan salah satunya dengan berinvestasi (Mardiyana, 2019). Dalam penelitian (Allgood, 2016) dan (Mahdzan, N.S., & Tabiani, 2013) menyebutkan bahwa pendapatan seseorang berpengaruh terhadap keputusan dalam berinvestasi. Artinya semakin banyak pendapatan yang didapatkan seseorang maka minat investasinya juga akan semakin meningkat. Pendapatan yang dimiliki mahasiswa biasanya didapatkan dari uang saku yang diberikan oleh orang tuanya dan beberapa dari hasil kerja part time atau kerja sampingan mereka selama kuliah (Faidah, 2019).

2.1.7 Social Media Influencer

Perkembangan teori *social media* sangat luas, (Rossiter *dkk*, 2018) dalam (Andreani et al., 2021) menilai dengan visibilitas, kredibilitas, daya tarik, dan kekuatan (VISCAP) melalui media promosi yang banyak digunakan, antara lain televisi, radio, majalah surat kabar, dan lainnya. 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).

2.2 PENELITIAN TERDAHULU

Beberapa penelitian terdahulu yang membahas tentang minat mahasiswa dalam berinvestasi sebagai berikut:

Tabel 2.1 Review Penelitian Terdahulu

No	Variabel	Hasil Penelitian dan Peneliti
1.	<i>Financial Literacy</i>	<p><i>Financial Literacy</i> berpengaruh signifikan terhadap minat investasi (Faidah, 2019)(Putri & Hamidi, 2019)</p> <p><i>Financial Literacy</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi (Mutawally & Haryono, 2019)</p>
2.	Uang Saku	<p>Uang Saku berpengaruh signifikan terhadap minat investasi (Faidah, 2019)</p> <p>Uang Saku tidak berpengaruh signifikan terhadap minat investasi (Putri & Hamidi, 2019) (Mardiyana, 2019) (Cahya & Setyarini, 2020)</p>
3.	<i>Social Media</i>	<p><i>Social Media</i> berpengaruh signifikan terhadap minat investasi (Isticharoh & Kardoyo, 2020)(Firdhausa & Apriani, 2021)</p> <p>Kemajuan Teknologi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat investasi (Tandio & Widanaputra, 2016)</p>

4.	<i>Risk Perception</i>	Risk Perception tidak berpengaruh signifikan terhadap minat investasi (Mutawally & Haryono, 2019) (Listyani et al., 2019)
----	------------------------	---

2.3 HIPOTESIS PENELITIAN

2.3.1 Pengaruh *Financial Literacy* Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi

Secara definisi literasi merupakan kemampuan memahami, sehingga arti *Financial Literacy* adalah kemampuan dalam mengelola keuangan sebagai hal penting yang digunakan untuk mengambil keputusan berinvestasi di masa yang akan datang (D.P et al., 2021). Hal itu sesuai dengan *Theory of Planned Behavior* bahwa *attitude towards the behavior* yang mana jika seseorang mempunyai pengetahuan keuangan yang baik dapat menentukan sikap untuk mempertimbangkan apakah akan melakukan investasi atau tidak.

Berdasarkan hasil dari penelitian (Faidah, 2019) bahwa tingkat literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa dalam berinvestasi. Hal itu artinya rata – rata mahasiswa yang sudah memiliki pengetahuan tentang pengelolaan keuangan cukup. Mahasiswa yang memiliki pengetahuan tentang pengelolaan keuangan yang cukup cenderung memiliki minat untuk berinvestasi. Sedangkan mahasiswa yang pengetahuan tentang pengelolaan keuangannya kurang tidak begitu berminat dalam berinvestasi.

Berdasarkan uraian di atas maka hipotesis yang digunakan:

H1: *Financial Literacy* berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa berinvestasi.

2.3.2 Pengaruh *Risk Perception* Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi

Risk perception merupakan keputusan investor dalam berinvestasi yang dipengaruhi oleh besar atau kecilnya risiko yang akan dihadapi (Alquraan et al, 2016). Kemampuan persepsi resiko tinggi yang dimiliki seorang investor dapat mempengaruhi pola pikir investor, hal itu karena biasanya investor tersebut akan lebih teliti dalam mengambil keputusan investasi yang

diambil (Pradikasari & Isbanah dalam Mutawally, 2019). Hal itu sesuai dengan *Theory of Planned Behavior* bahwa *Perceived behavioral control* ditentukan oleh besar atau kecilnya risiko yang akan dihadapi investor dapat menjadi bahan pertimbangan investor untuk berinvestasi.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan (Aini et al., 2019) risiko berpengaruh positif terhadap minat investasi artinya risiko menjadi bahan pertimbangan individu untuk melakukan sesuatu, namun setiap investor memiliki persepsi yang berbeda - beda terhadap risiko yang akan dihadapi.

Berdasarkan uraian di atas maka hipotesis yang digunakan :

H2: *Risk perception* berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa berinvestasi.

2.3.3 Pengaruh Uang Saku Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi

Uang saku merupakan penghasilan yang didapatkan anak dari orang tuanya, yang dapat mempengaruhi pengeluaran seseorang (Hartanto, 2016). Dalam penelitian (Allgood, 2016) dan (Mahdzan & Tabiani, 2013) menyebutkan bahwa pendapatan seseorang berpengaruh positif terhadap keputusan dalam berinvestasi. Artinya semakin banyak pendapatan yang didapatkan seseorang, maka minat investasinya juga akan semakin meningkat. Hal itu sesuai dengan *Theory of Planned Behavior* bahwa *Perceived behavioral control* ditentukan oleh besar atau kecilnya uang saku yang dimiliki dapat mempengaruhi minat seseorang dalam berinvestasi.

Berdasarkan uraian di atas maka hipotesis yang digunakan:

H3: Uang Saku berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa berinvestasi.

2.3.4 Pengaruh Social Media Influencer Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi

Perkembangan teknologi yang ada menyebabkan banyak masyarakat khususnya mahasiswa saat ini sudah memiliki *social media*, sehingga *social media* saat ini dijadikan

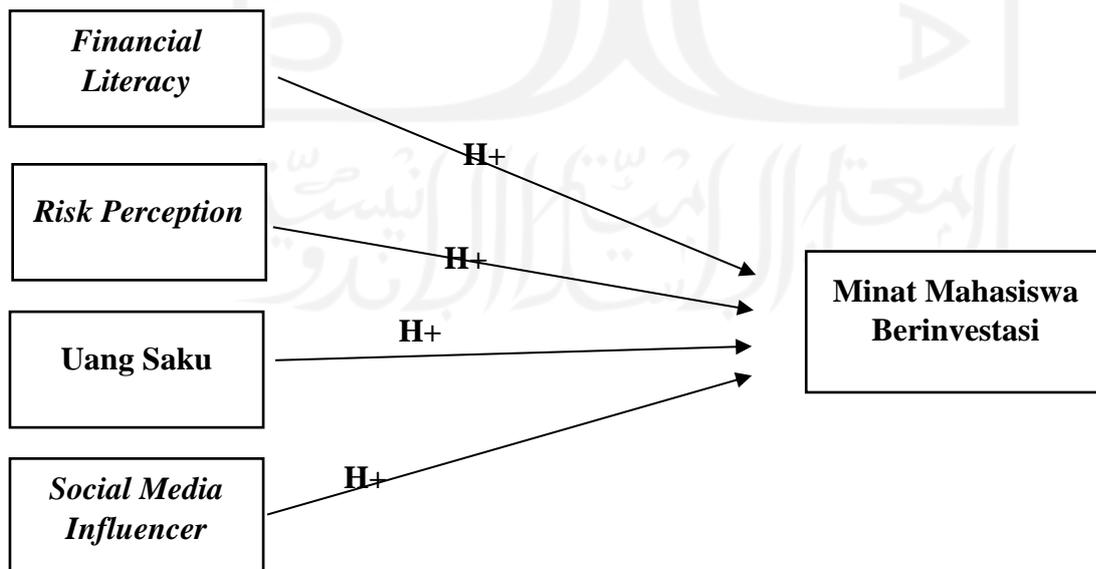
sebagai media komunikasi dan informasi yang efektif, hal itu karena dapat diakses dengan cepat dan mudah melalui *smartphone*. Maka dari itu saat ini *social media* banyak digunakan sebagai alat untuk sosialisasi dalam berinvestasi. Hasil dari penelitian (Firdhausa & Apriani, 2021) menyatakan bahwa *social media* berpengaruh positif terhadap minat investasi mahasiswa hal itu karena saat ini banyak publik figur yang membagikan pengalaman investasinya melalui *social media* yang dimiliki, sehingga banyak pengikut *social media* mereka yang terpengaruh dalam hal berinvestasi.

Hal itu sesuai dengan *Theory of Planned Behavior* bahwa *subjective norm* dipengaruhi oleh pengalaman investasi publik figur yang dibagikan pada media sosialnya dapat mempengaruhi minat mahasiswa dalam berinvestasi.

Berdasarkan uraian di atas maka hipotesis yang digunakan:

H4: *Social Media Influencer* berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa berinvestasi.

2.4 KERANGKA PENELITIAN



Gambar 2.2. Kerangka Penelitian

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 METODOLOGI PENELITIAN

3.1.1 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini yaitu Mahasiswa Aktif di Indonesia. Responden pada penelitian ini yaitu mahasiswa aktif akuntansi seluruh perguruan tinggi di Indonesia. Teknik pengambilan sample yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode *convenience sampling*. Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui sehingga perhitungannya menggunakan rumus *Lemeshow* (Riduwan & Akdon, 2010). Penggunaan rumus ini dikarenakan jumlah populasi yang terlalu besar. Rumus yang digunakan yaitu:

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

Keterangan

n: jumlah sampel

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

P: maksimal estimasi = 0,5

d: *alpha* (0.10) atau sampling error = 10%

Sehingga:

$$n = \frac{1,96^2 \times (0,5 \times 0,5)}{0,10^2}$$

$$n = 96,04$$

Dari perhitungan di atas maka didapatkan hasil jumlah sampel minimal yang diperlukan dalam penelitian yaitu sebesar 96,04 yang dibulatkan menjadi 100 responden.

3.2 Jenis Data

Data yang digunakan pada penelitian ini yaitu dengan menggunakan data primer yang

didapat secara langsung dari sumber penelitian dengan cara pembagian kuesioner yang berisikan pertanyaan tentang penelitian yang dilakukan. Kuesioner diberikan kepada mahasiswa akuntansi di seluruh Indonesia.

3.3 Teknik Pengambilan Sampel dan Sumber Data

Teknik yang dilakukan dalam pengumpulan data yaitu dengan cara menyebarkan kuisisioner secara online dengan menggunakan aplikasi *google form* kepada responden yang sudah ditentukan.

3.4 Definisi dan Pengukuran Variabel

Pada penelitian ini menggunakan dua jenis variabel yaitu *variabel dependen* (variabel terikat) dan *variabel independen* (variabel bebas). Dalam penelitian ini menggunakan satu variabel dependen dan menggunakan empat variabel independen terdiri dari:

1. Variabel Dependen: minat investasi
2. Variabel Independen: *Financial Literacy*, *Risk Perception*, *Uang Saku*, *Social Media Influencer*

Variabel yang terdapat dalam kuesioner bersumber dari penelitian - penelitian sebelumnya dengan memodifikasi pertanyaan yang ada dalam kuesioner. Alat ukur yang digunakan dalam kuesioner yaitu dengan menggunakan skala likert 1-5

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Kurang Setuju

4 = Setuju

5 = Sangat Setuju

3.4.1 Minat Investasi

Minat Investasi adalah suatu kemauan seseorang untuk menempatkan dana yang dimilikinya di pasar modal dengan harapan dapat mendapatkan keuntungan di masa yang akan datang (WIBOWO, 2018). Semakin besar keinginan seseorang dalam melakukan investasi, maka akan menimbulkan suatu sikap sebagai upaya untuk mendorong individu tersebut untuk berinvestasi dan sikap tersebut mempengaruhi niat mahasiswa dalam berinvestasi. Upaya yang dilakukan diantaranya yaitu mencari informasi mengenai investasi dengan mengikuti pelatihan.

Indikator yang digunakan untuk pengukuran penilaian mengenai variabel minat investasi yaitu keinginan mencari tahu tentang investasi, kemauan untuk belajar tentang saham, dan selanjutnya keyakinan mengikuti investasi (Aini et al., 2019)

3.4.2 Financial Literacy

Financial literacy adalah pengalaman pada setiap seseorang dalam mengelola keuangannya, dalam mengelola keuangan setiap orang mempunyai pengalaman yang berbeda-beda seperti dalam merencanakan investasi, uang pensiun, asuransi dan kredit. Seseorang yang memiliki *financial literacy* yang baik, dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan investasi, sedangkan seseorang yang tidak mempunyai *financial literacy* yang baik maka dapat menyebabkan timbulnya masalah dalam pengelolaan keuangan diantaranya kurangnya *planning* keuangan untuk dimasa yang akan datang sehingga dapat menyebabkan kurangnya kesejahteraan pada orang tersebut (Rasuma Putri & Rahyuda, 2017).

Indikator yang digunakan untuk pengukuran penilaian mengenai variabel *financial literacy* yaitu pengetahuan konsep keuangan, kemampuan mengelola keuangan, kemampuan dalam membuat keputusan keuangan, perencanaan keuangan dimasa yang akan datang (Faidah,

2019).

3.4.3 Risk Perception

Risk Perception adalah pendapat investor terhadap risiko yang akan dihadapi ketika mengambil keputusan investasi (Ayu Wulandari & Iramani, 2014). Setiap investor memiliki preferensi risiko yang berbeda - beda, preferensi risiko merupakan sikap yang dimiliki seorang investor yang berhubungan dengan kemampuan yang dimiliki dalam menghadapi sebuah risiko (Tandio & Widanaputra, 2016).

Indikator yang digunakan untuk pengukuran penilaian mengenai variabel *Risk Perception* yaitu risiko yang akan ditanggung, penggunaan pendapatan untuk investasi yang beresiko, terjadinya kerugian, tidak menjaminkannya tercukupinya kebutuhan, keputusan investasi yang beresiko (Aini et al., 2019).

3.4.4 Uang Saku

Uang saku merupakan penghasilan yang didapatkan anak dari orang tuanya, yang dapat mempengaruhi pengeluaran seseorang (Hartanto, 2016). Setiap orang memiliki uang saku yang berbeda - beda, semakin banyak uang saku yang didapat semakin tinggi juga pengeluaran mahasiswa (Wahyudi, 2017). Indikator yang digunakan untuk pengukuran penilaian mengenai variabel Uang Saku yaitu hubungan jumlah uang saku dengan pola konsumsi, kemauan menyisihkan uang untuk investasi, uang saku yang lebih digunakan untuk membeli saham lebih banyak.

3.4.5 Social Media Influencer

Perkembangan teori *social media* sangat luas, (Rossiter dkk, 2018) dalam (Andreani et al., 2021) menilai dengan visibilitas, kredibilitas, daya tarik, dan kekuatan (VISCAP). Melalui media promosi yang banyak digunakan antara lain, televisi, radio, majalah surat kabar, dan

lainya. Saat ini *social media* banyak digunakan sebagai alat 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 (Nasrullah dalam Firdhausa & Apriani, 2021). Publik figur atau orang yang memiliki pengikut *social media* yang banyak dapat memberikan pengaruh secara virtual kepada banyak orang seperti pengalaman, saran yang di *posting* dalam akun pemilik.

Indikator yang digunakan untuk pengukuran penilaian mengenai variabel *Social Media Influencer* yaitu intensitas penggunaan social media, pemanfaatan social media dalam mencari informasi investasi, efektivitas penggunaan social media (Isticharoh & Kardoyo, 2020).

3.5 METODE ANALISA DATA

3.5.1 Uji Kualitas Data

3.5.1.1 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji yang digunakan untuk menentukan tingkat keandalan data yang didapat selama penelitian. Suatu alat ukur dikatakan reliabilitas jika pengukuran menghasilkan nilai dan besaran yang konsisten, jika alat ukur tersebut digunakan berulang kali oleh peneliti lain (Mardiyana, 2019). Jika variabel menghasilkan nilai koefisien reliabilitas (α) > 0,60 dan *Cronbach Alpha* positif (Ghozali, 2011)

- a) Apabila *Cronbach Alpha* > 0,60 artinya variabel penelitian *reliable*
- b) Apabila *Cronbach Alpha* < 0,60 artinya variabel penelitian tidak *reliable*

3.5.1.2 Uji Validitas

Uji validitas adalah uji yang digunakan untuk membuktikan kebenaran dan keabsahan sebuah indikator dalam kuesioner (Ghozali, 2011). Data dapat dikatakan valid jika mampu mengukur apa yang akan diukur pada sebuah variabel yang akan diteliti. Uji validitas diukur

menggunakan metode korelasi pearson dengan $\alpha = 5\%$, apabila indikator mendapat nilai signifikansi 5% dan probabilitas $< 0,05$ maka dinyatakan valid (Ghozali, 2011).

3.5.2 Analisis Deskriptif

Analisis statistik deskriptif adalah data yang penyajiannya menggunakan tabel, grafik, perhitungan rata - rata, standard deviation, nilai maksimum dan minimum yang digunakan untuk memahami karakteristik sampel penelitian dan pengukuran variabel yang diungkap (Tandio & Widanaputra, 2016).

3.5.3 Uji Asumsi Klasik

3.5.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji data variabel bebas dan variabel terikat yang dihasilkan berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal dalam model persamaan regresi. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov*. Dapat dikatakan data terdistribusi normal jika menghasilkan nilai signifikansi $> 0,05$ sedangkan dapat dikatakan tidak berdistribusi normal jika nilai signifikansinya $< 0,05$ (Ghozali, 2011)

3.5.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas berfungsi untuk mengetahui apakah ada variabel independen yang memiliki kesamaan antar variabel independen dalam satu model regresi. Uji multikolinearitas dapat dilihat melalui Variance Inflation Factor (VIF). Nilai yang disarankan untuk menunjukkan tidak adanya multikolinieritas yaitu angka Tolerance > 0.10 dan angka VIF < 10 (Ghozali, 2011)

3.5.3.3 Uji Heteroskedasitas

Uji Heteroskedasitas yaitu uji yang dilakukan untuk menguji model regresi dimana ada varian residual antar observasi yang tidak memiliki persamaan. Apabila varian residual antar observasi tetap, maka data tersebut homoskedasitas, tetapi apabila varian residual antar

observasi mengalami perubahan maka disebut heteroskedasitas. Uji heteroskedasitas dapat diukur menggunakan uji Glejser dengan bantuan SPSS (Ghozali,2011).

3.5.4 Uji Hipotesis

3.5.4.1 Analisis regresi berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk penelitian yang memakai lebih dari satu variabel. Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh antar variabel independen dan variabel dependen yang digunakan dalam penelitian serta untuk menjawab hipotesis yang telah diajukan. Pengaruh variabel independen dan variabel dependen yaitu *Financial Literacy*, *Risk Perception*, *Uang Saku*, dan *Social Media Influencer* terhadap minat investasi mahasiswa pada masa pandemi. Persamaan analisis regresi linier berganda yaitu:

$$Y = a + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \beta_3 x_3 + \beta_4 x_4 + \varepsilon$$

Keterangan

Y: Minat Berinvestasi

a : Konstanta

$\beta_1 - \beta_4$: Koefisien Regresi

x_1 : *Financial Literacy*

x_2 : *Risk Perception*

x_3 : *Uang Saku*

x_4 : *Social Media Influencer*

3.5.4.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) dilakukan untuk mengetahui persentase pengaruh variabel independen secara bersama terhadap variabel dependen. Nilai pada koefisien determinasi antara nol dan satu. Apabila koefisien determinasi rendah maka artinya kemampuan variabel independen terbatas sekali. Namun apabila mendekati satu artinya variabel bebas menampilkan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2011)

3.5.4.3 Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh pada masing - masing variabel independen secara parsial terhadap dependen. Dengan kriteria pengujian apabila signifikansi $< 0,05$ dan arah koefisien regresi variabel independen selaras dengan prediksi maka H_0 ditolak atau H_a diterima.



BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 HASIL PENGUMPULAN DATA

Responden dalam penelitian ini yaitu mahasiswa aktif jurusan akuntansi perguruan tinggi di seluruh Indonesia. Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer, data yang diperoleh langsung dari responden dengan menyebarkan kuesioner dengan *google form* melalui media sosial. Dalam penelitian ini, jumlah responden yang diperoleh peneliti sebanyak 230 mahasiswa, sesuai dengan ketentuan sampel yang dituliskan pada Bab III dengan jumlah minimal responden sebanyak 100 sampel.

4.2 KARAKTERISTIK RESPONDEN

Karakteristik responden yaitu berfungsi untuk menjelaskan deskripsi identitas responden. Tujuan karakteristik responden yaitu untuk memberikan gambaran objek pada penelitian ini. Karakteristik responden pada penelitian ini dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin, usia responden, dan universitas.

4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin		
Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Laki-laki	72	31,3%
Perempuan	158	68,7%
Total	230	100,0

Sumber : Hasil Olah Data, 2022

Berdasarkan hasil pada tabel 4.1 menunjukkan bahwa dari 230 responden yang dibagikan

kuesioner, responden sebagian besar berjenis kelamin perempuan yaitu sejumlah 68,7% atau 158 responden, sedangkan laki – laki sejumlah 31,3% atau 72 responden laki - laki.

4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Presentase
18-20 Tahun	61	26,50%
21-23 Tahun	164	71%
>23	5	2%
Total	230	100,0

Sumber : Hasil Olah Data, 2022

Berdasarkan hasil pada tabel 4.2 menunjukkan bahwa dari 230 responden yang dibagikan kuesioner, responden sebagian besar memiliki usia 21 – 23 Tahun yaitu sejumlah 71% atau 164 responden, sedangkan usia 18 – 20 Tahun sejumlah 26,50% atau 61 responden, dan usia >23 Tahun sejumlah 2% atau 5 responden.

4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Perguruan Tinggi

Tabel 4.3 Deskripsi Data Responden Berdasarkan Perguruan Tinggi

Universitas		
Universitas	Jumlah	Presentase
Amikom Yogyakarta	2	0,9%
Binus	2	0,9%
Dian Nuswantoro	1	0,4%
Institut Teknologi Bandung	6	2,6%
Politeknik Batam	1	0,4%
Politeknik LPP Yogyakarta	1	0,4%
Politeknik Negeri Padang	4	1,7%
Sanata Dharma	5	2,2%
Sekolah Tinggi Ilmu Statistik	1	0,4%
STIE YKPN	9	3,9%
UIN Sunan Ampel Surabaya	1	0,4%
UIN Sunan Kalijaga	2	0,9%

Universitas		
Universitas	Jumlah	Presentase
Universitas Ahmad Dahlan	2	0,9%
Universitas Airlangga	3	1,3%
Universitas Atma Jaya Yogyakarta	5	2,2%
Universitas Brawijaya	7	3,0%
Universitas Ciputra	3	1,3%
Universitas Diponegoro	4	1,7%
Universitas Gadjah Mada	28	12,2%
Universitas Gunadarma	1	0,4%
Universitas Hang Tuah Surabaya	3	0,4%
Universitas Indonesia	3	1,3%
Universitas Islam Indonesia	57	24,8%
Universitas Islam Riau	1	0,4%
Universitas Maranatha	3	1,3%
Universitas Muhammadiyah Ponorogo	1	0,4%
Universitas Muhammadiyah Surakarta	7	3,0%
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	9	3,5%
Universitas Mulawarman	2	0,9%
Universitas Negeri Jakarta	4	1,7%
Universitas Negeri Semarang	3	1,3%
Universitas Negeri Surabaya	1	0,4%
Universitas Negeri Surakarta	2	0,9%
Universitas Negeri Yogyakarta	3	0,9%
Universitas Padjajaran	1	0,4%
Universitas Pancasila Jakarta	1	0,4%
Universitas Pasundan	2	0,9%
Universitas Pelita Harapan	1	0,4%
Universitas Pendidikan Indonesia	2	0,9%
Universitas Petra	4	1,7%
Universitas PGRI Yogyakarta	3	1,3%
Universitas Sebelas Maret	2	0,9%
Universitas Siliwangi	1	0,4%
Universitas Sumatra Utara	2	0,9%
Universitas Surabaya	3	1,3%
Universitas Swadaya Gunung Jati Cirebon	1	0,4%
Universitas Tarumanegara	2	0,9%
Universitas Teknologi Yogyakarta	2	0,9%
Universitas Telkom Bandung	1	0,4%
Universitas Trisakti	2	0,9%

Universitas		
Universitas	Jumlah	Presentase
Universitas Widya Mataram Yogyakarta	1	0,4%
UPN Veteran Jakarta	2	0,9%
UPN Veteran Jawa Timur	7	3,0%
UPN Veteran Yogyakarta	3	1,3%
Total	230	100,0

Sumber : Hasil Olah Data, 2022

Berdasarkan hasil pada tabel 4.2 menunjukkan bahwa dari 230 responden yang dibagikan kuesioner, sebagian besar responden adalah mahasiswa Universitas Islam Indonesia yaitu sebanyak 24,8% atau 57 responden, Universitas Gadjah Mada sebanyak 12,2% atau 28 responden, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta sebanyak 3,5% atau 9 responden, Universitas Muhammadiyah Surakarta sebanyak 3% atau 7 responden, Universitas Brawijaya sebanyak 3% atau 7 responden, UPN Jawa Timur sebanyak 3% atau 7 responden, Institut Teknologi Bandung sebanyak 2,6% atau 6 orang, Sanata Dharma sebanyak 2,2% atau 5 responden, Universitas Atma Jaya Yogyakarta sebanyak 2,2% atau 5 responden, Universitas Diponegoro sebanyak 1,7% atau 4 responden, Universitas Negeri Jakarta sebanyak 1,7% atau 4 responden, Universitas Petra sebanyak 1,7% atau 4 responden, Universitas Airlangga sebanyak 1,3% atau 3 responden, Universitas Ciputra sebanyak 1,3% atau 3 responden, Universitas Indonesia sebanyak 1,3% atau 3 responden, Universitas Maranatha sebanyak 1,3% atau 3 responden, Universitas Negeri Semarang sebanyak 1,3% atau 3 responden, Universitas PGRI Yogyakarta sebanyak 1,3% atau 3 responden, Universitas Surabaya sebanyak 1,3% atau 3 responden, UPN Yogyakarta sebanyak 1,3% atau 3 responden, Amikom Yogyakarta sebanyak 0,9% atau 2 responden, Binus sebanyak 0,9% atau 2 responden, UIN Sunan Kalijaga sebanyak 0,9% atau 2 responden, Universitas Ahmad Dahlan 0,9% atau 2 orang, Universitas Mulawarman 0,9% atau 2 responden, Universitas Negeri Surakarta sebanyak 0,9% atau 2 responden, Universitas Negeri Yogyakarta sebanyak 1,3% atau 3 responden, Universitas Pasundan sebanyak 0,9% atau 2 responden, Universitas Pendidikan Indonesia sebanyak 0,9% atau 2 responden, Universitas

Sebelas Maret sebanyak 0,9% atau 2 responden, Universitas Sumatra Utara sebanyak 0,9% atau 2 responden, Universitas Tarumanegara sebanyak 0,9% atau 2 responden, Universitas Teknologi Yogyakarta sebanyak 0,9% atau 2 responden, Universitas Trisakti sebanyak 0,9% atau 2 responden, UPN Veteran Jakarta sebanyak 0,9% atau 2 responden, Dian Nuswantoro sebanyak 0,4% atau 1 responden, Politeknik Batam sebanyak 0,4% atau 1 responden, Politeknik LPP Yogyakarta sebanyak 0,4% atau 1 responden, Politeknik Negeri Surabaya sebanyak 0,4% atau 1 responden, STIE YKPN sebanyak 0,4% atau 1 responden, UIN Sunan Ampel Surabaya sebanyak 0,4% atau 1 responden, Universitas Gunadarma sebanyak 0,4% atau 1 responden, Universitas Hang Tuah sebanyak 0,4% atau 1 responden, Universitas Islam Riau sebanyak 0,4% atau 1 responden, Universitas Muhammadiyah Ponorogo sebanyak 0,4% atau 1 responden, Universitas Negeri Surabaya sebanyak 0,4% atau 1 responden, Universitas Padjajaran sebanyak 0,4% atau 1 responden, Universitas Pancasila Jakarta sebanyak 0,4% atau 1 responden, Universitas Pelita Harapan sebanyak 0,4% atau 1 responden, Universitas Respati Yogyakarta sebanyak 0,4% atau 1 responden, Universitas Siliwangi sebanyak 0,4% atau 1 responden, Universitas Swadaya Gunung Jati sebanyak 0,4% atau 1 responden, Universitas Telkom Bandung sebanyak 0,4% atau 1 responden, dan Universitas Widya Mataram Yogyakarta sebanyak 0,4% atau 1 responden.

4.3 STATISTIK DESKRIPTIF

Dalam penelitian ini untuk mengukur variable yaitu menggunakan statistik deskriptif dengan 230 responden, variabel yang digunakan yaitu *Financial Literacy*, *Risk Perception*, *Uang Saku*, dan *Social Media Influencer*. Analisis penelitian ini menggunakan nilai rata – rata, maksimum, minimum dan standar deviasi jawaban responden pada setiap variabel. Hasil statistik deskriptif dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.4 Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Minat Investasi (Y)	230	1	5	4,25	0,768
Financial Literacy (X1)	230	1	5	4,13	0,860
Risk Perception (X2)	230	1	5	3,76	1,028
Uang Saku (X3)	230	2	5	4,13	0,810
Social Media Influencer (X4)	230	1	5	3,83	0,914
Valid N (listwise)	230				

Sumber : Hasil Olah Data, 2022

Dalam penelitian ini pengukuran variabel dengan menggunakan skala likert 1 – 5, dengan skor terendah 1 (Sangat Tidak Setuju) dan skor tertinggi yaitu 5 (Sangat Setuju). Rumus yang digunakan sebagai berikut:

$$P = \frac{\text{Rentang}}{\text{Banyak Kelas}}$$

Keterangan :

P = Panjang Kelas Interval
 Rentang = *Nilai Maksimum – Nilai minimum*
 Banyak Kelas Interval = 5

Berdasarkan rumus di atas , maka panjang kelas interval adalah

$$P = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Berdasarkan perhitungan panjang kelas interval, maka penilaian dapat dikategorikan sebagai berikut :

Tabel 4.5 Kategori Rata – Rata Skor Jawaban Responden

Rentang	Kategori
1,00 – 1,80	Sangat Rendah/Sangat Buruk
1,81 – 2,60	Rendah/Buruk
2,61 – 3,40	Cukup/Sedang
3,41 – 4,20	Tinggi/Baik
4,21 – 5,00	Sangat Tinggi/Sangat Baik

Sumber : Sugiyono, 2014

Berdasarkan hasil analisis yang ditunjukkan pada tabel 4.5 dapat dijabarkan deskriptif dari masing – masing variabel sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil dari olah data SPSS *Statistic 25* di atas, dapat dilihat bahwa variabel minat investasi mempunyai nilai terendah (*minimum*) yaitu 1,00 dan nilai tertinggi (*maximum*) adalah 5,00. Nilai rata – rata (*mean*) minat investasi yaitu sebesar 4,25 yang dapat dikategorikan sebagai kelas interval **Sangat Tinggi/Sangat Baik**. Hal tersebut dapat diartikan bahwa, rata - rata responden memilih setuju pada setiap pertanyaan yang diberikan atau responden memiliki minat investasi yang tinggi. Sedangkan nilai standar deviasinya (tingkat sebaran data) yaitu sebesar 0,768, yang artinya bahwa nilai rata – rata > standar deviasi, sehingga menyatakan bahwa data tersebut bersifat homogen.
2. Berdasarkan hasil dari olah data SPSS *Statistic 25* di atas, dapat dilihat bahwa variabel *Financial Literacy* mempunyai nilai terendah (*minimum*) yaitu 1,00 dan nilai tertinggi (*maximum*) adalah 5,00. Nilai rata – rata (*mean*) *financial literacy* yaitu sebesar 4,13 yang dapat dikategorikan sebagai kelas interval **Tinggi/Cukup baik**. Hal tersebut dapat diartikan bahwa, rata - rata responden memilih setuju pada setiap pertanyaan yang

diberikan atau responden memiliki pengetahuan pengelolaan keuangan yang baik. Sedangkan nilai standar deviasinya (tingkat sebaran data) yaitu sebesar 0,860, yang artinya bahwa nilai rata – rata > standar deviasi, sehingga menyatakan bahwa data tersebut bersifat homogen.

3. Berdasarkan hasil dari olah data SPSS *Statistic 25* di atas, dapat dilihat bahwa variabel *Risk Perception* mempunyai nilai terendah (*minimum*) yaitu 1,00 dan nilai tertinggi (*maximum*) adalah 5,00. Nilai rata – rata (*mean*) *risk perception* yaitu sebesar 3,76 yang dapat dikategorikan sebagai kelas interval **Tinggi/Cukup Baik**. Hal tersebut dapat diartikan bahwa, rata – rata responden memilih setuju pada setiap pertanyaan yang diberikan atau responden memiliki kekhawatiran dalam menghadapi risiko investasi. Walaupun masih ada beberapa responden yang dibawah rata – rata. Sedangkan nilai standar deviasinya (tingkat sebaran data) yaitu sebesar 1,028, yang artinya bahwa nilai rata – rata > standar deviasi, sehingga menyatakan bahwa data tersebut bersifat homogen.
4. Berdasarkan hasil dari olah data SPSS *Statistic 25* di atas, dapat dilihat bahwa variabel *Uang Saku* mempunyai nilai terendah (*minimum*) yaitu 2,00 dan nilai tertinggi (*maximum*) adalah 5,00. Nilai rata – rata (*mean*) *uang saku* yaitu sebesar 4,13 yang dapat dikategorikan sebagai kelas interval **Tinggi/Cukup baik**. Hal tersebut dapat diartikan bahwa, rata – rata responden memilih setuju pada setiap pertanyaan yang diberikan atau responden memiliki kesadaran untuk melakukan investasi terhadap uang saku yang dimilikinya. Walaupun masih ada beberapa responden yang dibawah rata – rata. Sedangkan nilai standar deviasinya (tingkat sebaran data) yaitu sebesar 0,810, yang artinya bahwa nilai rata – rata > standar deviasi, sehingga menyatakan bahwa data tersebut bersifat homogen.

5. Berdasarkan hasil dari olah data SPSS *Statistic 25* di atas, dapat dilihat bahwa variabel *social media influencer* mempunyai nilai terendah (*minimum*) yaitu 1,00 dan nilai tertinggi (*maximum*) adalah 5,00. Nilai rata – rata (*mean*) *social media influencer* yaitu sebesar 3,83 yang dapat dikategorikan sebagai kelas interval **Tinggi/Cukup baik**. Hal tersebut dapat diartikan bahwa, rata – rata responden memilih setuju pada setiap pertanyaan yang diberikan atau responden menganggap bahwa, *social media influencer* dapat dijadikan sebagai salah satu bahan pertimbangan dalam melakukan investasi. Walaupun masih ada beberapa responden yang dibawah rata – rata. Sedangkan nilai standar deviasinya (tingkat sebaran data) yaitu sebesar 0,914, yang artinya bahwa nilai rata – rata > standar deviasi, sehingga menyatakan bahwa data tersebut bersifat homogen.

4.4 HASIL UJI KUALITAS DATA

4.4.1 Uji Validitas

Uji Validitas yaitu uji yang digunakan untuk meyakinkan bahwa setiap butir pernyataan dapat mudah dimengerti oleh para responden. Uji Validitas dapat dikatakan valid apabila indikator mendapat nilai signifikansi 5% dan probabilitas < 0,05 (Ghozali, 2011). Hasil Uji Validitas dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.6 Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	R Statistik	Sig	Keterangan
FINANCIAL LITERACY (X1)	BUTIR 1	0,525	0,00	Valid
	BUTIR 2	0,682	0,00	Valid
	BUTIR 3	0,783	0,00	Valid
	BUTIR 4	0,624	0,00	Valid
	BUTIR 5	0,652	0,00	Valid
	BUTIR 6	0,644	0,00	Valid
RISK PERCEPTION (X2)	BUTIR 1	0,791	0,00	Valid
	BUTIR 2	0,774	0,00	Valid
	BUTIR 3	0,785	0,00	Valid
	BUTIR 4	0,76	0,00	Valid

Variabel	Pernyataan	R Statistik	Sig	Keterangan
UANG SAKU (X3)	BUTIR 1	0,708	0,00	Valid
	BUTIR 2	0,619	0,00	Valid
	BUTIR 3	0,675	0,00	Valid
	BUTIR 4	0,77	0,00	Valid
SOCIAL MEDIA INFLUENCER(X4)	BUTIR 1	0,71	0,00	Valid
	BUTIR 2	0,754	0,00	Valid
	BUTIR 3	0,875	0,00	Valid
	BUTIR 4	0,881	0,00	Valid
	BUTIR 5	0,881	0,00	Valid
MINAT INVESTASI (Y)	BUTIR 1	0,686	0,00	Valid
	BUTIR 2	0,762	0,00	Valid
	BUTIR 3	0,714	0,00	Valid
	BUTIR 4	0,765	0,00	Valid
	BUTIR 5	0,696	0,00	Valid

Sumber : Hasil Olah Data, 2022

Berdasarkan pada tabel 4.6 diatas menunjukkan bahwa setiap butir pernyataan pada setiap variabel dalam penelitian ini yaitu *Financial Literacy*, *Risk Perception*, *Uang Saku*, *Social Media Influencer* dan *Minat Investasi Mahasiswa*, memiliki *output* yaitu sig. < 0,05. Sehingga dapat disimpulkan, bahwa semua pernyataan pada setiap variabel yang dipakai dapat dikatakan valid dan layak dipakai sebagai instrument penelitian.

4.4.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji yang digunakan untuk menentukan tingkat keandalan data yang didapat selama penelitian. Variabel dapat dikatakan handal (*reliable*) jika perhitungan menghasilkan nilai koefisien reliabilitas (*alpha*) > 0,60 dan *Cronbach Alpha* positif (Ghozali, 2011). Hasil Uji Reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.7 Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Minat Investasi (Y)	0,769	Reliabel
Financial Literacy (X1)	0,732	Reliabel
Risk Perception (X2)	0,780	Reliabel

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Uang Saku (X3)	0,635	Reliabel
Social Media Influencer (X4)	0,880	Reliabel

Sumber : Hasil Olah Data, 2022

Berdasarkan pada tabel 4.7 menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua butir variabel pada penelitian ini dapat dikatakan *reliable* dan layak digunakan sebagai instrument penelitian.

4.5 UJI ASUMSI KLASIK

4.5.1 Uji Normalitas

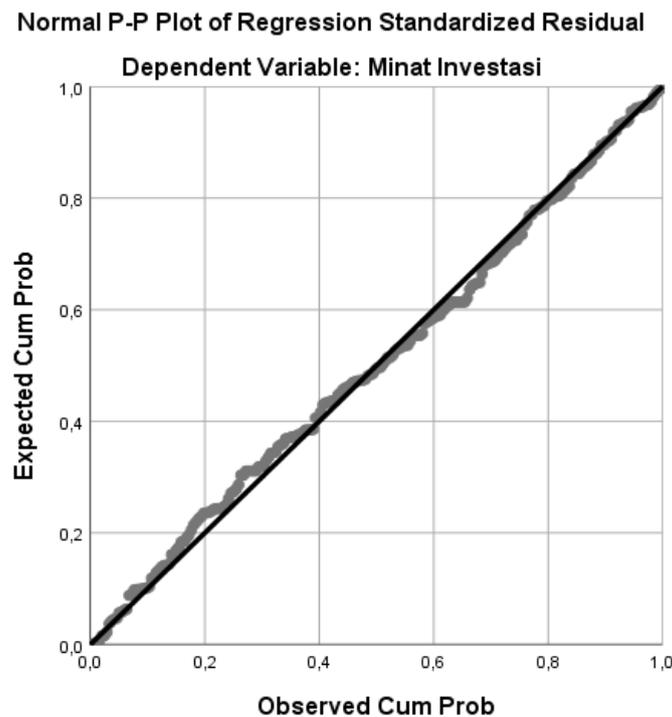
Uji normalitas adalah uji yang digunakan untuk menguji data variabel bebas dan variabel terikat yang dihasilkan berdistribusi normal atau tidak normal dalam model persamaan regresi. Data dapat dikatakan terdistribusi normal jika menghasilkan nilai signifikansi > 0,05 dan sebaran data berada di dekat garis diagonal (Ghozali, 2011). Hasil Uji Normalitas dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.8 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		230
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	2,25950545
	Most Extreme Differences	Absolute
	Positive	0,042
	Negative	-0,041
Test Statistic		0,042
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

Sumber : Hasil Olah Data, 2022

Berdasarkan pada tabel 4.8 menunjukkan bahwa hasil dari uji normalitas menghasilkan nilai *Asymp.Sig (2-tailed)* yaitu 0,200. Sehingga dapat disimpulkan data dalam model regresi ini terdistribusi normal, karena nilai *Asymp.Sig (2-tailed)* > 0,05. Sehingga model regresi ini layak untuk dianalisis lebih lanjut.



Gambar 4.1. *P-P Plot of Regression Standardized Residual*

Sumber : Hasil Olah Data, 2022

Berdasarkan pada gambar 4.1 diatas menunjukkan bahwa sebaran data berada di dekat garis diagonal, sehingga dapat disimpulkan bahwa data tersebut terdistribusi normal.

4.5.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui apakah ada variabel independen yang memiliki kesamaan antar variabel independen dalam satu model regresi. Uji multikolinearitas dapat dilihat melalui *Variance Inflation Factor* (VIF). Nilai yang disarankan untuk menunjukkan tidak adanya multikolinieritas yaitu angka Tolerance > 0.10 dan angka VIF < 10 (Ghozali, 2011). Hasil Uji Multikolinearitas dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.9 Uji Multikolinearitas

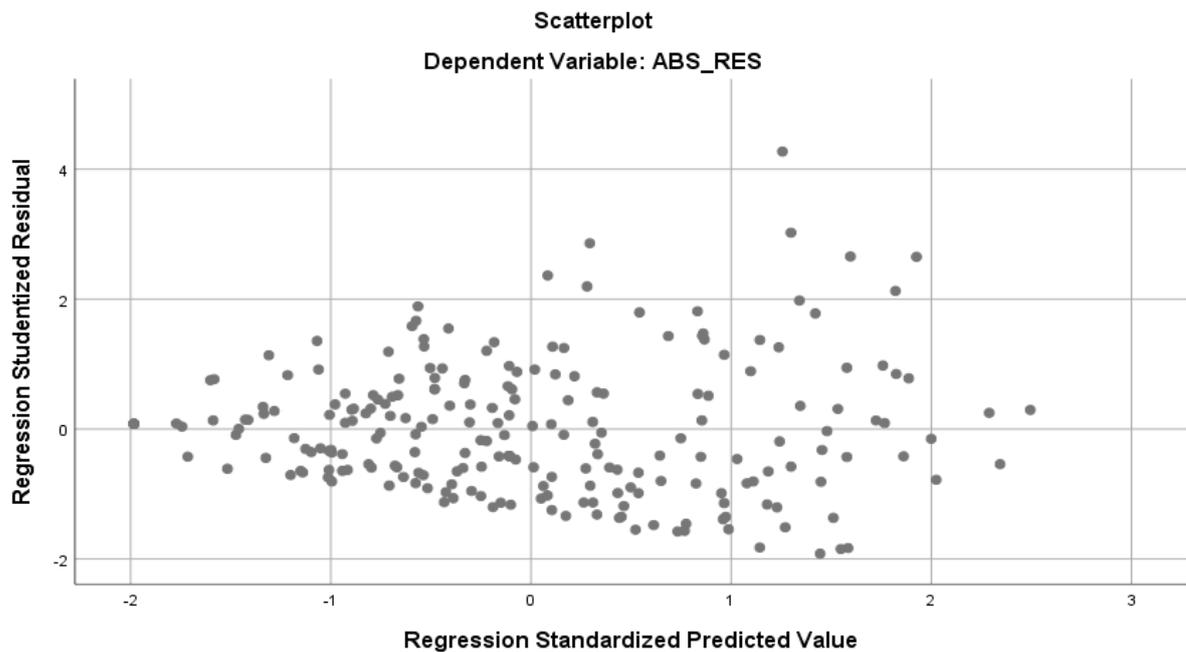
	Collinearity Statistics	
Model	Tolerance	VIF
(Constant)		
Financial Literacy	.633	1,578
Risk Perception	.805	1,241
Uang Saku	.561	1,782
Social Media Influencer	.651	1,536

Sumber : Hasil Olah Data, 2022

Berdasarkan pada tabel 4.9 diatas menunjukkan bahwa hasil Uji Multikolinearitas menunjukkan *tolerance* > 0,10 dan VIF < 10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa persamaan model regresi tidak terdapat masalah multikolinearitas atau tidak ada kesamaan antar variabel independent, maka dari itu model regresi layak digunakan untuk analisis selanjutnya, karena nilai tolerance berada di bawah angka 1 dan nilai VIF berada jauh di bawah angka 10.

4.5.3 Uji Heteroskedasitas

Uji Heteroskedasitas merupakan uji yang dilakukan untuk menguji model regresi dimana ada varian residual antar observasi yang tidak memiliki persamaan. Apabila varian residual antar observasi tetap, maka data tersebut homoskedasitas, tetapi apabila varian residual antar observasi mengalami perubahan maka disebut heteroskedasitas. Pada penelitian ini untuk menguji heteroskedasitas dengan menggunakan grafik *scatterplots*. Data dapat dikatakan tidak terjadi heteroskedasitas apabila grafik plotnya menunjukkan titik yang menyebar secara acak dan tersebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hasil Uji Heteroskedasitas dapat dilihat pada gambar berikut :



Gambar 4.2. Scatterplot Uji Heteroskedasitas

Sumber : Hasil Olah Data, 2022

Berdasarkan pada gambar 4.2 diatas menunjukkan bahwa grafik plot menunjukkan titik - titik yang menyebar secara acak di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini tidak terjadi heteroskedasitas atau bebas dari heteroskedasitas pada model regresi.

4.6 UJI HIPOTESIS

4.6.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil analisis regresi berganda mengenai *financial literacy*, *risk perception*, uang saku, *social media influencer* terhadap minat investasi. Hasil dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.10
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	Beta
	B	
(Constant)	8,262	
Financial Literacy	0,076	0,091
Risk Perception	0,027	0,031
Uang Saku	0,440	0,357
Social Media Influencer	0,179	0,242

Sumber : Hasil Olah Data, 2022

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda pada tabel 4.10 didapat persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 8,262 + 0,076X_1 + 0,027X_2 + 0,440X_3 + 0,179X_4$$

Berdasarkan persamaan diatas, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil uji regresi diperoleh nilai konstanta yaitu sebesar 8,262. Hal itu dapat diartikan bahwa apabila variabel independen konstan, maka minat investasi mahasiswa adalah sebesar 8,262
2. Berdasarkan hasil uji regresi diperoleh nilai koefisien *financial literacy* yaitu sebesar 0,076. Hal itu dapat diartikan bahwa nilai minat investasi mahasiswa akan meningkat sebesar 0,076 apabila *financial literacy* naik 1% dengan asumsi seluruh variabel independent konstan.
3. Berdasarkan hasil uji regresi diperoleh nilai koefisien *risk perception* yaitu sebesar 0,027. Hal itu dapat diartikan bahwa nilai minat investasi mahasiswa akan meningkat sebesar 0,027 apabila *risk perception* naik 1% dengan asumsi seluruh variabel independent konstan.

4. Berdasarkan hasil uji regresi diperoleh nilai koefisien uang saku yaitu sebesar 0,440. Hal itu dapat diartikan bahwa nilai minat investasi mahasiswa akan meningkat sebesar 0,440 apabila uang saku naik 1% dengan asumsi seluruh variabel independent konstan.

5. Berdasarkan hasil uji regresi diperoleh nilai koefisien *social media influencer* yaitu sebesar 0,179. Hal itu dapat diartikan bahwa nilai minat investasi mahasiswa akan meningkat sebesar 0,179 apabila *social media influencer* naik 1% dengan asumsi seluruh variabel independent konstan.

4.6.2 Koefisien Determinasi (Adjusted R Square)

Uji koefisien determinasi (R^2) yaitu uji yang dilakukan untuk mengetahui persentase pengaruh variabel independen secara bersama terhadap variabel dependen. Hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,581 ^a	0,338	0,326	2,280

Sumber : Hasil Olah Data, 2022

Berdasarkan pada tabel 4.11 di atas menunjukkan bahwa hasil nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,326, hal itu menunjukkan bahwa model penelitian yang digunakan memiliki klayakan yang moderat (Chin, 1998) artinya model regresi dalam penelitian ini minat investasi dapat dijelaskan dengan variabel *financial literacy*, uang saku, *risk perception*, *social media influencer* sebesar 32,6% dan sisanya 63,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian.

4.6.3 Uji t

Tabel 4.12 Hasil Uji t

Variabel	Prediksi	Koefisien Regresi (B)	Sig.t	Kesimpulan
Konstanta		8,262	0,000	
Financial Literacy	(+)	0,076	0,183	H1 ditolak
Risk Perception	(+)	0,027	0,612	H2 ditolak
Uang Saku	(+)	0,440	0,000	H3 diterima
Social Media Influencer	(+)	0,179	0,000	H4 diterima

Sumber : Hasil Olah Data, 2022

Uji t merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui pengaruh pada masing - masing variabel independen secara parsial terhadap dependen. Apabila signifikansi $< 0,05$ dan arah koefisien regresi variabel independen selaras dengan prediksi maka H_0 ditolak atau H_a diterima. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel berikut :

4.6.3.1 Pengaruh variabel *financial literacy* terhadap minat investasi mahasiswa

Berdasarkan pada tabel 4.12 menunjukkan bahwa pengujian menghasilkan nilai koefisien regresi pada variabel *financial literacy* adalah 0,076 dan nilai signifikannya 0,183 dengan tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$. Maka dapat dinyatakan bahwa koefisien regresi tidak signifikan karena $0,183 > 0,05$, artinya bahwa *financial literacy* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat mahasiswa berinvestasi pada masa pandemic, sehingga H1 pada penelitian ini **ditolak**.

4.6.3.2 Pengaruh variabel *risk perception* terhadap minat investasi mahasiswa

Berdasarkan pada tabel 4.12 menunjukkan bahwa pengujian menghasilkan nilai koefisien regresi pada variabel *risk perception* adalah 0,027 dan nilai signifikannya 0,612 dengan tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$. Maka dapat dinyatakan bahwa koefisien regresi tidak signifikan karena $0,612 > 0,05$, artinya bahwa *risk perception* berpengaruh positif dan tidak signifikan

terhadap minat mahasiswa berinvestasi pada masa pandemic, sehingga H2 pada penelitian ini **ditolak**.

4.6.3.3 Pengaruh variabel uang saku terhadap minat investasi mahasiswa

Berdasarkan pada tabel 4.12 menunjukkan bahwa pengujian menghasilkan nilai koefisien regresi pada variabel uang saku adalah 0,179 dan nilai signifikannya 0,000 dengan tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$. Maka dapat dinyatakan bahwa koefisien regresi signifikan karena $0,000 < 0,05$, artinya bahwa uang saku berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa berinvestasi pada masa pandemic, sehingga H3 pada penelitian ini **diterima**.

4.6.3.4 Pengaruh variabel *social media influencer* terhadap minat investasi mahasiswa

Berdasarkan pada tabel 4.12 menunjukkan bahwa pengujian menghasilkan nilai koefisien regresi pada variabel *social media influencer* adalah 0,440 dan nilai signifikannya 0,000 dengan tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$. Maka dapat dinyatakan bahwa koefisien regresi signifikan karena $0,000 < 0,05$, artinya bahwa *social media influencer* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa berinvestasi pada masa pandemic, sehingga H4 pada penelitian ini **diterima**.

4.7 PEMBAHASAN

4.7.1 Pengaruh *Financial Literacy* terhadap Minat Investasi Mahasiswa

Berdasarkan pada hasil pengujian hipotesis yang menggunakan analisis regresi linier berganda, dengan SPSS *stastistic 25* menghasilkan *output* positif dan tidak signifikan. Sehingga hipotesis pertama **ditolak**. Data tersebut membuktikan bahwa *financial literacy* tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa berinvestasi. Dari analisis diatas dapat diartikan bahwa, mahasiswa yang memiliki pengetahuan tentang pengelolaan keuangan yang baik maupun tidak, mereka tetap memiliki minat yang tinggi untuk menginvestasikan pendapatannya. Penjelasan tersebut, dapat dilihat melalui hasil statistik deskriptif yang menunjukkan bahwa minat

mahasiswa berinvestasi tergolong tinggi. Pada mahasiswa yang berminat melakukan investasi, mereka tidak mengutamakan factor kemampuan pengelolaan keuangan untuk memulai investasi. Berdasarkan analisis tersebut, maka mahasiswa yang memiliki *financial literacy* yang rendahpun tetap memiliki minat untuk melakukan investasi.

Baik ataupun buruknya kemampuan literasi keuangan seseorang, mahasiswa tetap memiliki minat berinvestasi yang tinggi. Hal ini dapat terjadi karena dalam berinvestasi mahasiswa tidak hanya mengandalkan *financial literacy* saja. Maka dapat dikatakan *financial literacy* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat investasi mahasiswa.

Hasil penelitian sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Mutawally & Haryono, 2019) bahwa tingkat pengetahuan pengelolaan keuangan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan investasi, hal itu karena investor kurang dalam menerapkan literasi keuangan pada praktik investasi.

Tetapi hasil penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Faidah,2019) bahwa tingkat literasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap minat mahasiswa dalam berinvestasi. Hal itu artinya mahasiswa yang memiliki pengetahuan tentang pengelolaan keuangan yang cukup cenderung memiliki minat untuk berinvestasi. Sedangkan mahasiswa yang pengetahuan tentang pengelolannya kurang tidak begitu berminat dalam berinvestasi.

4.7.2 Pengaruh *Risk Perception* Terhadap Minat Investasi Mahasiswa

Berdasarkan pada hasil pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linier berganda dengan SPSS *stastistic* 25 menghasilkan *output* positif dan tidak signifikan. Sehingga hipotesis kedua **ditolak**. Data tersebut membuktikan bahwa *risk perception* tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa berinvestasi. Dari analisis di atas dapat diartikan bahwa, mahasiswa yang memiliki presepsi yang tinggi ataupun rendah terhadap risiko yang akan dihadapi, mereka

tetap memiliki minat yang tinggi untuk menginvestasikan pendapatannya. Risiko yang tinggi belum tentu menurunkan minat mahasiswa dalam berinvestasi dan begitupun sebaliknya. Mahasiswa yang melakukan investasi pertama kali atau dapat disebut sebagai investor pemula, biasanya tidak mengutamakan risiko yang akan dihadapi, tetapi mahasiswa lebih mementingkan praktik terlebih dahulu, untuk mendapatkan pengalaman berinvestasi.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Listyani et al., 2019) bahwa persepsi risiko berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat investasi mahasiswa. Hal itu karena mahasiswa yang berani mengambil risiko dalam berinvestasi, menganggap bahwa risiko yang akan dihadapi tidak terlalu penting

4.7.3 Pengaruh Uang Saku Terhadap Minat Investasi Mahasiswa

Berdasarkan pada hasil pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linier berganda dengan SPSS *statistic 25* menghasilkan *output* positif dan signifikan. Sehingga hipotesis ketiga **diterima**. Hal itu membuktikan bahwa uang saku berpengaruh terhadap minat investasi mahasiswa. Dari analisis di atas dapat diartikan bahwa semakin banyak uang saku yang dimiliki mahasiswa maka minat mahasiswa dalam mengalokasikan uang sakunya untuk berinvestasi juga akan meningkat, begitupun sebaliknya. Sesuai dengan jawaban responden yaitu sebagian besar menyisihkan uang sakunya untuk berinvestasi. Hal itu karena uang saku yang banyak dapat memenuhi kebutuhan pokok mahasiswa, sehingga mahasiswa dapat menyisihkan sebagian uangnya untuk berinvestasi, karena kebutuhan pokoknya sudah tercukupi. Tetapi apabila uang saku yang dimiliki mahasiswa sedikit maka seharusnya mahasiswa mempunyai strategi bagaimana cara mengelola keuangannya supaya uang saku tersebut bisa menjadi *profit* sehingga dapat memenuhi kebutuhan pokoknya, salah satunya yaitu bisa dengan berinvestasi.

Dalam penelitian ini membuktikan *Theory of Planned Behavior* bahwa *Perceived behavioral control* ditentukan oleh besar atau kecilnya uang saku yang dimiliki dapat mempengaruhi minat seseorang dalam berinvestasi.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Dinda, 2018) bahwa uang saku berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi mahasiswa. Hal itu karena uang saku menjadi tolak ukur untuk berinvestasi di pasar modal.

4.7.4 Pengaruh Social Media Influencer Terhadap Minat Investasi Mahasiswa

Berdasarkan pada hasil pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linier berganda dengan SPSS *statistic 25* menghasilkan *output* positif dan signifikan. Sehingga hipotesis keempat **diterima**. Hal itu membuktikan bahwa social media influencer berpengaruh terhadap minat investasi mahasiswa. Dari analisis di atas dapat diartikan bahwa, semakin tinggi informasi atau ajakan yang menarik mengenai investasi melalui *social media*, maka akan meningkatkan minat mahasiswa dalam berinvestasi. Hal itu karena pada zaman modern ini seluruh mahasiswa sudah menggunakan *social media* dalam kegiatan sehari – harinya. Terlebih pada masa pandemic, yang mana lebih banyak aktifitas dirumah membuat seseorang semakin tinggi intensitasnya dalam menggunakan *social media*. Maka dari itu dengan adanya *social media*, dapat membantu seseorang dalam mencari informasi tentang investasi yang akan dilakukan dengan mudah dan cepat. Orang yang dianggap penting (*public figure*) dalam *social media*, dengan mudah mereka dapat membagikan informasi dan pengalaman investasi yang dikemas dengan baik dan menarik, hasil unggahan yang baik dan menarik dapat meningkatkan minat seseorang yang melihat atau mengunjungi *account* tersebut untuk melakukan investasi. Maka dari itu *social media influencer* memiliki peran pengaruh yang besar dalam meningkatkan minat investasi mahasiswa.

Dalam penelitian ini membuktikan *Theory of Planned Behavior* bahwa *subjective norm* dipengaruhi oleh pengalaman investasi *public figure* yang dibagikan pada media sosialnya dapat mempengaruhi minat mahasiswa dalam berinvestasi. Hal itu karena *public figure* dianggap orang penting yang dapat dipercaya dalam mempengaruhi pengambilan keputusan investasi.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Isticharoh & Kardoyo, 2020) menyatakan bahwa *social media* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi mahasiswa.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian yang sudah dilakukan, membahas tentang pengaruh *financial literacy*, *risk perception*, uang saku, *social media influencer* terhadap minat mahasiswa berinvestasi dimasa pandemic covid-19 yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, sehingga dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel Uang Saku dan *Social Media Influencer* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa berinvestasi dimasa pandemic covid-19
2. Variabel *financial Literacy* dan *Risk Perception* terbukti berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat mahasiswa berinvestasi dimasa pandemic covid-19

5.2 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan pada penelitian yang sudah dilaksanakan, terdapat keterbatasan dalam melakukan penelitian ini yaitu:

1. Pada penelitian ini menghasilkan nilai *adjusted R square* yang terbilang rendah yaitu hanya sebesar 3%
2. Jumlah responden yang didapatkan belum mewakili jumlah setiap kota atau universitas yang ada di Indonesia

5.3 Saran

1. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan atau mengganti variabel independent misalnya mata kuliah manajemen risiko dan investasi, *gender*, kemudahan aplikasi investasi, supaya hasil pada uji koefisien determinasi bernilai tinggi.

2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk lebih memperluas jaringan supaya mendapatkan jumlah responden yang maksimal.

5.4 Implikasi Penelitian

1. Implikasi bagi Perguruan Tinggi

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dan pendukung bagi perguruan tinggi karena perguruan tinggi memiliki peran penting dalam membentuk karakter investor pada mahasiswa, sehingga mahasiswa dapat memiliki jiwa keberanian dan percaya diri untuk memulai investasi.

2. Implikasi bagi Kelompok Studi Pasar Modal

Dari hasil penelitian ini diharapkan, dengan adanya wadah melalui Kelompok Studi Pasar Modal maupun materi yang disampaikan pada jam kuliah, hal tersebut diharapkan dapat memudahkan mahasiswa untuk mendapatkan pengetahuan dan pelatihan dasar untuk investasi pemula, sehingga mahasiswa tidak hanya belajar secara teori saja, tetapi mahasiswa dapat mencoba terjun langsung merasakan praktiknya, sehingga mahasiswa memiliki pengalaman dalam berinvestasi.

3. Implikasi bagi Pasar Modal

Selain itu bagi pasar modal dan bursa efek Indonesia diharapkan dapat meningkatkan kinerja dalam memberikan pengetahuan dasar dan pelatihan terhadap mahasiswa melalui edukasi secara langsung maupun *online* atau melalui program-program yang menarik. Sehingga mahasiswa sebagai calon investor pemula memiliki keberanian untuk memulai investasi karena sudah mendapatkan pengetahuan dasarnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, F. (2021). *Edukasi Pasar Modal, BEI Bakal Rangkul Influencer dan Selebriti*. Diambil dari <https://www.idxchannel.com/yuknabungsaaham/edukasi-pasar-modal-bei-bakal-rangkul-influencer-dan-selebriti>. Diakses 14 November 2021
- 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.
- Ajzen, I. & Fishbein, M. (1980) *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior* Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall
- Allgood, S., & Walstad, W. B. (2016). The Effects Of Perceived And Actual Financial Literacy On Financial Behaviors. *Economic Inquiry*, 54(1), 675– 697. <https://doi.org/10.1111/Ecin.12255>
- Alquraan, T., Alqisie, A., & Al Shorafa, A. (2016). Do Behavioral Finance Factors Influence Stock Investment Decisions of Individual Investors? (Evidences from Saudi Stock Market). *American International Journal of Contemporary Research*, 6(3), 159–169. www.aijernet.com
- Andreani, F., Gunawan, L., & Haryono, S. (2021). Social Media Influencer, Brand Awareness, and Purchase Decision Among Generation Z in Surabaya. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 23(1), 18–26. <https://doi.org/10.9744/jmk.23.1.18-26>
- Andriani, S. (2019). Minat Investasi Saham Pada Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, 4(1), 37–44. <https://doi.org/10.37673/jebi.v4i1.285>
- Ayu Wulandari, D., & Iramani, R. (2014). Studi Experienced Regret, Risk Tolerance, Overconfidance Dan Risk Perception Pada Pengambilan Keputusan Investasi. *Journal of Business and Banking*, 4(1), 55. <https://doi.org/10.14414/jbb.v4i1.293>
- Bareksa. (2019). Ini 3 Tipe Investor, yang Manakah Kamu?. Diambil dari <https://www.bareksa.com/berita/belajar-investasi/2019-04-09/ini-3-tipe-investor-yang-manakah-kamu>. Diakses 14 November 2021.
- Cahya, A. D., & Setyarini, E. (2020). Menguji Keputusan Berinvestasi Dari Perspektif Pembelajaran Pasar Modal, Kemajuan Teknologi, Uang Saku Mahasiswa dan Bauran Pemasaran (Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia Fakultas Eknomi UST). *Upajiwā Dewantara*, 4(1), 60–72.
- Chin, W. W. (1998). The Partial Least Squares Approach to Structural Equation Modeling. *Modern Methods for Business Research*, 295, 336
- Desyana, T, P. 2020. Pengaruh Pengetahuan Investasi, Modal Awal Investasi, dan Social Media Influencer Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi Di Pasar Modal. Program Studi Akuntansi. Universitas Islam Indonesia. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/28263>
- Dinda, R, P. 2018. Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Untuk Melakukan

Investasi Di Pasar Modal (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara). Program Studi Departemen Manajemen. Universitas Sumatera Utara

- D.P, P., N, D., & Hariri. (2021). Pengaruh Financial Literacy, Pengetahuan dan Motivasi Investasi Mahasiswa Terhadap Pemanfaatan Peluang Investasi di Masa Pandemi Covid-19. *E-Jra*, 10(07), 13–24.
- Faidah, F. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Faktor Demografi Terhadap Minat Investasi Mahasiswa. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 5(3), 251. <https://doi.org/10.30998/jabe.v5i3.3484>
- Firdhousa, F., & Apriani, R. (2021). Pengaruh Platform Media Sosial Terhadap Minat Generasi Milenial Dalam Berinvestasi di Pasar Modal. *Supremasi Hukum*, 17(2), 96–103. <http://www.ejournal.unis.ac.id/index.php/JSH/article/view/1227>
- Ghozali, Imam. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate- Dengan Program IBM SPSS 21. 7 ed. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hati, S. W., & Harefa, W. S. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berinvestasi Di Pasar Modal Bagi Generasi Milenial (Studi Pada Mahasiswi Jurusan Manajemen Bisnis Politeknik Negeri Batam). *Business Administration*, 3(2), 281–295.
- Isticharoh, & Kardoyo. (2020). Minat Investasi Diprediksi Dari Motivasi Diri, Pengetahuan Investasi, dan Teknologi Media Sosial. *Economic Education Analysis Journal*, 9(3), 904. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v9i3.42414>
- Listyani, T. T., Rois, M., & Prihati, S. (2019). Analisis Pengaruh Pengetahuan Investasi, Pelatihan Pasar Modal, Modal Investasi Minimal Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Di Pasar Modal (Studi Pada Pt Phintraco Sekuritas Branch Office Semarang). *Jurnal Aktual Akuntansi Keuangan Bisnis Terapan (AKUNBISNIS)*, 2(1), 49. <https://doi.org/10.32497/akunbisnis.v2i1.1524>
- Mahdzan, N. S., & Tabiani, S. (2013). The impact of financial literacy on individual saving: An exploratory study in the malaysian context. *Transformations in Business and Economics*, 12(1), 41–55.
- Mardiyana, A, D. 2019. Pengaruh Pengetahuan Investasi, Modal Minimal, dan Uang Saku Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi di Pasar Modal Syariah (Studi pada Mahasiswa yang Tergabung dalam Galeri Investasi Syariah UIN Raden Intan Lampung). Program Studi Perbankan Syariah. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Mutawally, F. W., & Haryono, N. A. (2019). Pengaruh Financial Literacy, Risk Perception, Behavioral Finance Dan Pengalaman Investasi Terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 7(4), 942–953.
- Nisa, A., & Zulaika, L. (2017). Pengaruh Pemahaman Investasi, Modal Minimal Investasi Dan Motivasi Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi Di Pasar Modal. *Peta*, 2(2), 22–35. <https://sinta.unud.ac.id/uploads/wisuda/1215351039-1-HALAMAN AWAL.pdf>
- Nuzula & Nurlaily. 2020. Dasar-Dasar Manajemen Investasi: Universitas Brawijaya Press.

- PRADIKASARI, E., & ISBANAH, Y. (2018). Pengaruh Financial Literacy, Illusion of Control, Overconfidence, Risk Tolerance, dan Risk Perception Terhadap Keputusan Investasi Pada Mahasiswa di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 6(4), 424–434.
- Putri, W. W., & Hamidi, M. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan, Efikasi Keuangan, Dan Faktor Demografi Terhadap Pengambilan Keputusan Investasi (Studi Kasus pada Mahasiswa Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas Padang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 4(1), 398–412. <http://www.jim.unsyiah.ac.id/EKM/article/view/10703>
- Putu Hendry Ryan Hartanto. (2016). Pengaruh Gaya Hidup, Kelompok Acuan, dan Uang saku, terhadap Pola Konsumsi Mahasiswi Dalam Menggunakan Jasa Salon Di Kota Yogyakarta. Skripsi Universitas Sanata Dharma. Diakses 25 Januari 2022.
- Ramdhani, N. (2016). Penyusunan Alat Pengukur Berbasis Theory of Planned Behavior. *Buletin Psikologi*, 19(2), 55–69. <https://doi.org/10.22146/bpsi.11557>
- Rasuma Putri, N. M. D., & Rahyuda, H. (2017). Pengaruh Tingkat Financial Literacy Dan Faktor Sosiodemografi Terhadap Perilaku Keputusan Investasi Individu. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 9, *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 9, 3407. <https://doi.org/10.24843/eeb.2017.v06.i09.p09>
- Riduwan dan Akdon. (2010). Rumus dan Data dalam Analisis Data Statistika. Bandung: Alfabeta.
- Rossiter, J. R., Percy, L., & Bergkvist, L. (2018). Marketing communications: Objectives, strategy, tactics. London: SAGE Publications.
- Sukmana, Y. (2021). *Naik 89,58 persen, Jumlah Investor Pasar Modal Indonesia Capai 7,3*. Diambil dari <https://money.kompas.com/read/2021/12/26/074549626/naik-8958-persen-jumlah-investor-pasar-modal-indonesia-capai-73-juta?> . Diakses 15 Maret 2022
- Tandio, T., & Widanaputra, A. A. G. P. (2016). Pengaruh Pelatihan Pasar Modal, Return, Persepsi, Risiko, Gender, Dan Kemajuan Teknologi Pada Minat Investasi Mahasiswa. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 16(3), 2–26.
- Utami, A. A. 2020. Pengaruh Edukasi Pasar Modal, Ekspektasi Return, Persepsi Risiko, Motivasi Pada Minat Investasi Mahasiswa. Program Studi Akuntansi. Universitas Islam Indonesia. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/28299>
- Wahyudi, A. Y. H. (2017). Pengaruh Uang Saku Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Menabung. Program Studi Manajemen. Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
- WIBOWO, A. (2018). Pengaruh Pengetahuan Investasi, Kebijakan Modal Minimal Investasi, Dan Pelatihan Pasar Modal Terhadap Minat Investasi (Studi Kasus Mahasiswa Fe Unesa Yang Terdaftar Di Galeri Investasi Fe Unesa). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 7(1), 192–201.

LAMPIRAN 1
KUESIONER PENELITIAN

Assalamualaikum Wr. Wb.

Salam Hormat

Kepada Yt

Saudara/i

Perkenalkan nama saya Yasmin Radyan Darajati, Mahasiswa Program Studi S1 Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia. Saat ini saya sedang melakukan penelitian dalam rangka penyusunan tugas akhir sebagai syarat untuk mendapatkan gelar sarjana dengan judul **“Pengaruh *Financial Literacy*, *Risk Perception*, *Uang Saku*, *Social Media Influencer* Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi di Masa Pandemi Covid-19”**.

Sehubungan dengan penulisan tugas akhir saya tersebut, saya mengharapkan kesediaan Saudara/i untuk mengisi pertanyaan dan pernyataan pada kuesioner ini dengan jujur, tepat, dan sesuai dengan keadaan Saudara saat ini. Kuesioner ini hanya ditujukan kepada mahasiswa/i yang sedang melakukan investasi atau memiliki rencana untuk berinvestasi. Untuk menyelesaikan kuesioner ini, dibutuhkan waktu kurang lebih 3-5 menit.

Mohon untuk membaca petunjuk pengisian dan tiap item pertanyaan atau pernyataan secara seksama terlebih dahulu sebelum menjawab. Data responden akan dijamin kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian ini saja.

Atas waktu dan kesediaan Saudara/I saya ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr.Wb.

Apabila terdapat pertanyaan atau memerlukan informasi tambahan terkait kuesioner ini dapat menghubungi melalui : 18312165@students.uui.ac.id / [082138357540](tel:082138357540)

Hormat Saya,

Yasmin Radyan

Bagi responden yang beruntung akan mendapatkan pemberian hadiah berupa saldo OVO/GoPay sebesar Rp. 50.000

Identitas

Nama (Boleh Inisial) :

Jenis Kelamin :

Universitas :

Angkatan :

No Hp :

Bagian II

Berilah tanda centang (✓) pada pilihan jawaban yang tersedia sesuai dengan pendapat Saudara/i. Setiap pernyataan hanya memiliki satu pilihan jawaban. Setiap nilai/skor akan mewakili tingkat kesesuaian dengan pendapat Saudara/i. Adapun nilai/skor jawaban:

Nilai/skor 1: Sangat Tidak Setuju (STS)

Nilai/skor 2: Tidak Setuju (TS)

Nilai/skor 3: Kurang Setuju (KS)

Nilai/skor 4: Setuju (S)

Nilai/skor 5: Sangat Setuju (SS)

MINAT INVESTASI

NO	PERNYATAAN	STS 1	TS 2	KS 3	S 4	SS 5
1.	Investasi di pasar modal merupakan investasi yang menarik dan menjanjikan					
2.	Saya mempunyai keinginan untuk melakukan investasi					
3.	Saya termotivasi untuk berinvestasi karena melihat kesuksesan orang lain					
4.	Saya tertarik untuk berinvestasi untuk mencapai masa depan yang lebih baik					
5.	Saya pernah mencari tahu mengenai informasi untuk berinvestasi melalui buku, internet, atau sumber lainnya					

Sumber : Noviyanti Eka, 2021

FINANCIAL LITERACY

NO	PERNYATAAN	STS 1	TS 2	KS 3	S 4	SS 5
1.	Saya selalu membandingkan dengan cermat harga produk sebelum membeli					
2.	Saya selalu membandingkan segala sesuatu sebelum saya melakukan pengeluaran					
3.	Saya selalu membuat penganggaran untuk pengeluaran minggu/bulanan					

NO	PERNYATAAN	STS 1	TS 2	KS 3	S 4	SS 5
4.	Saya selalu menabung sebagian uang yang saya punya					
5.	Saya merasa perlu untuk menyisihkan uang untuk melakukan investasi					
6.	Saya merasa mampu mengelola investasi dan bisnis yang saya akan lakukan dengan baik					

Sumber : Noviyanti Eka, 2021

RISK PERCEPTION

NO	PERNYATAAN	STS 1	TS 2	KS 3	S 4	SS 5
1.	Jika perusahaan mengalami rugi yang besar membuat investasi yang saya lakukan juga mengalami kerugian					
2.	Kerugian yang saya alami ketika berinvestasi dapat membuat kekayaan saya berkurang					
3.	Investasi di pasar modal membuat saya takut apabila suatu saat harga saham jatuh					
4.	Dalam investasi mengharuskan selalu update informasi demi info yang selalu ada. Dalam hal ini menyita waktu saya					

Sumber : Utami Azizah A, 2020

UANG SAKU

NO	PERNYATAAN	STS 1	TS 2	KS 3	S 4	SS 5
1.	Saya selalu menyisihkan uang saku saya untuk berinvestasi					

NO	PERNYATAAN	STS 1	TS 2	KS 3	S 4	SS 5
2.	Mempunyai barang bagus dan mahal tetapi berupa barang konsumtif itu penting, tetapi investasi untuk masa depan jauh lebih penting					
3.	Kebanyakan orang yang mempunyai banyak uang lebih cenderung menyisihkan sebagian uangnya untuk berinvestasi daripada orang yang hanya memiliki sedikit uang					
4.	Semakin besar pemasukan yang saya miliki, semakin besar anggaran yang direncanakan untuk investasi					

Sumber : Noviyanti Eka, 2021

SOCIAL MEDIA INFLUENCER

NO	PERNYATAAN	STS 1	TS 2	KS 3	S 4	SS 5
1.	Influencer yang terdaftar dalam “investory” merupakan selebgram yang populer di Instagram					
2.	Influencer yang terdaftar dalam “investory” sering mengunggah informasi mengenai pasar modal di akunnya					
3.	Influencer yang terdaftar dalam “investory” mampu membuat anda percaya sehingga mempertimbangkan berinvestasi pasar modal					

NO	PERNYATAAN	STS 1	TS 2	KS 3	S 4	SS 5
4.	Setelah melihat unggahan influencer “investory” saya berminat untuk menginvestasikan dana saya di pasar modal					
5.	Setelah melihat unggahan influencer “investory” saya memiliki keinginan untuk berinvestasi seperti mereka					

Sumber : Pratiwi Twinda D, 2020



TABULASI DATA

Financial Literacy

NO	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	TOTAL
1	5	4	4	4	4	4	25
2	5	4	4	4	5	5	27
3	5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	3	4	4	4	25
6	5	5	4	5	5	4	28
7	4	4	4	4	4	4	24
8	4	2	1	4	2	3	16
9	5	5	5	4	4	4	27
10	3	3	2	3	4	3	18
11	5	5	4	4	5	4	27
12	5	5	4	5	5	3	27
13	5	5	5	5	5	5	30
14	5	5	5	5	5	5	30
15	5	5	5	5	5	5	30
16	5	5	5	5	5	5	30
17	4	4	5	4	4	5	26
18	5	5	3	5	3	3	24
19	5	5	5	5	5	5	30
20	5	5	5	5	5	5	30
21	5	5	4	4	4	5	27
22	5	3	3	3	4	3	21
23	4	4	4	4	4	3	23
24	5	5	5	5	5	5	30
25	4	4	4	5	4	4	25
26	3	3	4	4	3	4	21
27	4	5	5	4	4	3	25
28	4	3	2	3	5	5	22
29	5	5	1	3	4	3	21
30	4	4	4	4	4	4	24
31	5	5	4	5	4	3	26
32	4	3	2	3	3	3	18
33	5	5	5	5	5	5	30
34	4	4	4	4	4	4	24
35	5	5	5	5	5	5	30
36	4	3	2	3	4	3	19
37	3	3	5	5	5	3	24
38	5	3	4	5	3	4	24

39	5	5	4	4	5	3	26
40	4	4	4	4	4	4	24
41	5	5	3	4	5	3	25
42	3	5	5	4	4	4	25
43	5	5	3	3	4	3	23
44	4	3	2	3	4	4	20
45	4	5	2	5	3	2	21
46	3	3	3	3	3	3	18
47	4	5	4	5	5	4	27
48	4	4	3	5	4	4	24
49	5	4	1	5	4	4	23
50	4	3	3	4	4	3	21
51	4	5	2	5	5	4	25
52	4	4	4	4	3	3	22
53	5	5	5	5	5	4	29
54	5	5	4	5	5	3	27
55	5	4	2	3	3	2	19
56	4	5	3	5	4	3	24
57	5	5	5	5	5	5	30
58	5	4	4	4	4	4	25
59	5	4	5	4	5	5	28
60	5	2	2	5	4	4	22
61	4	4	4	5	4	4	25
62	5	5	3	4	5	2	24
63	3	3	4	5	5	5	25
64	3	4	3	5	5	4	24
65	2	4	1	4	5	2	18
66	4	5	3	5	4	3	24
67	5	5	4	4	5	4	27
68	4	4	5	5	5	5	28
69	5	5	4	4	3	3	24
70	4	2	2	1	4	3	16
71	5	4	3	4	3	3	22
72	5	5	5	5	4	3	27
73	4	3	4	4	3	3	21
74	4	4	5	5	5	4	27
75	4	4	4	4	4	4	24
76	5	5	5	5	5	5	30
77	4	4	2	4	5	4	23
78	4	3	2	4	4	4	21
79	3	3	3	4	4	5	22
80	4	4	4	4	5	4	25
81	3	2	4	4	4	4	21
82	4	5	4	4	5	4	26
83	3	3	2	2	3	3	16
84	4	4	3	3	4	4	22

85	3	3	2	3	5	4	20
86	5	5	5	5	5	5	30
87	5	4	4	5	5	4	27
88	4	4	4	4	4	4	24
89	5	5	5	4	4	3	26
90	4	4	4	4	4	4	24
91	4	4	4	4	4	3	23
92	5	5	4	5	5	5	29
93	5	5	5	5	5	5	30
94	5	4	3	4	4	4	24
95	4	4	2	3	2	2	17
96	3	3	4	4	5	2	21
97	5	5	4	3	4	3	24
98	5	5	4	4	5	4	27
99	5	5	5	5	4	5	29
100	5	4	4	4	5	4	26
101	5	5	5	5	5	5	30
102	5	4	3	5	5	5	27
103	5	5	3	3	4	5	25
104	5	5	5	5	5	4	29
105	4	4	3	4	4	4	23
106	5	5	5	5	5	5	30
107	5	5	5	5	5	5	30
108	4	3	3	5	3	4	22
109	4	4	4	4	4	4	24
110	5	3	2	3	3	2	18
111	5	5	5	5	5	4	29
112	4	4	2	3	5	4	22
113	3	5	5	5	5	5	28
114	3	3	3	3	3	3	18
115	5	5	4	4	3	3	24
116	5	4	3	5	5	3	25
117	5	5	3	4	3	3	23
118	4	4	4	4	4	3	23
119	5	5	5	5	5	5	30
120	4	4	3	5	5	5	26
121	4	3	5	4	4	4	24
122	5	5	3	5	2	2	22
123	5	4	3	3	4	3	22
124	5	5	5	5	5	4	29
125	4	4	3	4	4	3	22
126	5	4	3	3	4	4	23
127	5	5	2	5	5	3	25
128	4	5	5	4	4	5	27
129	5	3	2	4	4	3	21
130	5	5	5	5	5	4	29

131	5	5	5	4	5	4	28
132	3	3	3	4	3	3	19
133	5	5	2	3	4	3	22
134	5	4	3	5	3	3	23
135	4	4	3	4	4	5	24
136	5	5	1	5	5	3	24
137	4	4	4	3	4	4	23
138	5	4	3	4	4	3	23
139	5	5	5	3	5	4	27
140	5	5	5	5	5	5	30
141	5	5	5	5	2	2	24
142	5	5	4	4	5	5	28
143	4	4	3	4	4	4	23
144	5	4	3	4	4	3	23
145	4	4	3	4	5	3	23
146	4	4	5	4	4	3	24
147	5	5	4	4	5	4	27
148	5	5	3	4	3	2	22
149	3	4	4	4	5	4	24
150	5	3	4	3	3	5	23
151	4	4	5	5	4	5	27
152	5	5	5	5	5	5	30
153	5	3	3	5	3	3	22
154	5	5	3	3	5	3	24
155	5	5	3	3	5	3	24
156	1	1	1	5	1	5	14
157	5	5	5	5	5	3	28
158	5	5	3	4	4	4	25
159	3	4	4	4	3	3	21
160	5	4	3	5	4	4	25
161	5	5	5	5	5	5	30
162	5	4	3	4	4	2	22
163	4	5	4	4	5	4	26
164	5	5	4	4	4	3	25
165	5	5	5	5	5	5	30
166	5	5	5	5	5	5	30
167	5	5	4	5	4	5	28
168	5	5	5	5	5	5	30
169	3	5	2	4	4	3	21
170	4	5	4	4	4	3	24
171	4	4	3	3	4	4	22
172	4	4	4	4	4	2	22
173	3	3	2	4	5	4	21
174	5	5	5	5	5	3	28
175	5	3	2	2	4	1	17
176	5	5	3	4	4	3	24

177	4	4	3	3	3	3	20
178	4	4	4	3	4	3	22
179	4	4	3	3	3	3	20
180	4	4	3	4	4	3	22
181	5	5	5	5	5	5	30
182	4	4	4	4	4	4	24
183	4	5	5	5	5	4	28
184	4	5	5	5	5	4	28
185	5	5	5	5	4	5	29
186	5	5	4	4	4	5	27
187	4	5	5	4	5	4	27
188	5	4	4	5	3	4	25
189	4	5	4	4	4	5	26
190	4	5	4	4	4	4	25
191	3	3	4	5	4	3	22
192	4	4	5	4	4	4	25
193	4	4	5	4	4	5	26
194	4	4	5	5	4	5	27
195	5	5	4	4	5	4	27
196	4	5	5	4	3	5	26
197	3	5	4	5	4	3	24
198	4	5	5	4	5	4	27
199	5	5	4	5	3	3	25
200	4	5	3	3	4	4	23
201	4	4	3	4	3	3	21
202	5	4	5	5	4	5	28
203	5	4	4	4	5	5	27
204	4	5	5	4	4	4	26
205	5	5	4	5	4	5	28
206	4	4	4	5	4	5	26
207	5	4	4	5	3	4	25
208	5	3	4	4	4	5	25
209	5	4	4	4	5	4	26
210	4	4	5	4	4	5	26
211	5	4	4	4	5	5	27
212	3	5	4	4	4	5	25
213	3	4	4	5	4	4	24
214	3	4	3	4	3	4	21
215	4	5	4	4	4	4	25
216	5	4	4	5	5	5	28
217	5	4	4	5	5	4	27
218	4	5	4	4	5	5	27
219	4	4	4	5	4	4	25
220	5	4	4	5	4	5	27
221	4	4	5	5	4	4	26
222	4	5	4	4	4	3	24

223	5	5	4	4	4	5	27
224	4	5	4	3	4	5	25
225	3	4	4	5	4	4	24
226	4	5	4	3	5	4	25
227	5	5	3	3	5	4	25
228	3	3	4	4	5	5	24
229	3	3	5	4	4	5	24
230	4	5	3	3	4	4	23

Risk Perception

NO	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	TOTAL
1	5	3	4	2	14
2	4	3	3	2	12
3	3	3	4	1	11
4	4	4	4	4	16
5	5	5	4	3	17
6	4	3	4	4	15
7	4	4	4	4	16
8	4	3	4	3	14
9	4	4	3	4	15
10	4	4	3	3	14
11	5	5	4	4	18
12	4	4	5	3	16
13	5	5	5	5	20
14	4	5	4	5	18
15	5	5	5	5	20
16	5	5	5	5	20
17	4	4	3	4	15
18	5	4	4	5	18
19	5	4	4	4	17
20	5	4	4	3	16
21	4	5	4	3	16
22	3	3	3	4	13
23	4	5	4	5	18
24	4	4	4	5	17
25	4	4	3	5	16
26	3	3	3	3	12
27	5	3	4	3	15
28	1	1	2	5	9
29	4	5	5	2	16
30	4	4	4	4	16
31	5	5	5	5	20
32	3	4	4	3	14

33	5	5	5	5	20
34	4	4	4	4	16
35	1	2	1	1	5
36	4	3	4	3	14
37	3	2	5	3	13
38	4	3	3	2	12
39	4	3	5	3	15
40	4	5	4	4	17
41	5	5	5	5	20
42	1	2	3	2	8
43	3	3	3	2	11
44	4	3	5	4	16
45	4	3	4	2	13
46	2	3	2	5	12
47	4	4	5	4	17
48	5	3	4	4	16
49	3	4	5	4	16
50	4	4	4	3	15
51	4	4	3	5	16
52	4	4	4	4	16
53	4	4	4	4	16
54	4	4	3	4	15
55	4	3	3	2	12
56	4	4	5	3	16
57	4	3	4	5	16
58	4	4	3	3	14
59	4	5	4	5	18
60	4	2	5	4	15
61	5	4	4	5	18
62	4	5	5	4	18
63	3	3	3	5	14
64	5	3	3	2	13
65	5	2	3	3	13
66	3	2	2	5	12
67	4	3	4	4	15
68	4	1	2	4	11
69	5	3	4	5	17
70	4	4	5	3	16
71	4	3	4	4	15
72	4	4	4	4	16
73	3	4	4	4	15
74	4	4	4	3	15
75	4	4	4	4	16
76	4	4	5	5	18
77	3	3	3	2	11
78	5	4	4	4	17

79	4	3	2	3	12
80	3	3	4	2	12
81	4	3	3	3	13
82	4	3	3	3	13
83	4	3	4	3	14
84	4	3	3	4	14
85	4	3	4	4	15
86	5	5	2	4	16
87	5	4	4	4	17
88	4	3	4	2	13
89	3	4	4	4	15
90	4	4	3	4	15
91	4	4	4	3	15
92	4	2	3	2	11
93	4	4	4	4	16
94	3	2	2	2	9
95	4	4	4	4	16
96	3	3	2	3	11
97	5	5	5	3	18
98	3	3	3	4	13
99	4	4	3	2	13
100	5	4	5	5	19
101	5	5	5	5	20
102	4	5	2	2	13
103	5	5	3	3	16
104	3	3	2	5	13
105	4	4	4	3	15
106	4	4	4	4	16
107	1	5	5	4	15
108	5	4	4	5	18
109	4	4	4	4	16
110	4	3	5	5	17
111	5	4	3	5	17
112	5	5	4	4	18
113	2	3	1	2	8
114	4	3	3	3	13
115	2	3	4	4	13
116	4	3	5	4	16
117	3	3	4	4	14
118	3	3	4	4	14
119	2	2	1	2	7
120	2	5	3	2	12
121	5	5	5	5	20
122	4	4	5	5	18
123	3	4	3	4	14
124	4	4	5	2	15

125	4	4	4	3	15
126	4	3	2	4	13
127	3	4	4	3	14
128	5	4	3	5	17
129	4	3	4	4	15
130	5	4	5	3	17
131	3	4	4	3	14
132	2	3	3	3	11
133	4	4	5	4	17
134	4	4	4	2	14
135	3	4	4	4	15
136	1	1	1	3	6
137	4	4	5	5	18
138	4	4	5	4	17
139	5	5	5	5	20
140	2	4	1	2	9
141	5	5	5	5	20
142	5	5	5	5	20
143	4	4	3	3	14
144	4	3	3	3	13
145	2	4	1	2	9
146	3	2	2	2	9
147	4	3	4	3	14
148	3	2	4	3	12
149	4	4	3	3	14
150	4	3	4	3	14
151	5	4	5	4	18
152	1	4	1	1	7
153	5	5	5	4	19
154	4	2	4	3	13
155	4	4	4	4	16
156	1	1	1	1	4
157	4	4	5	4	17
158	4	4	3	4	15
159	2	2	3	2	9
160	4	3	3	3	13
161	3	3	3	3	12
162	4	2	1	2	9
163	4	3	5	3	15
164	4	3	4	4	15
165	4	4	5	4	17
166	5	5	5	5	20
167	4	4	5	5	18
168	5	5	2	5	17
169	4	4	5	3	16
170	4	4	3	2	13

171	4	4	4	3	15
172	5	4	4	5	18
173	5	5	5	4	19
174	4	3	3	2	12
175	5	2	5	5	17
176	3	3	4	2	12
177	4	3	4	4	15
178	4	3	5	2	14
179	4	3	4	2	13
180	3	3	4	2	12
181	3	4	4	4	15
182	4	3	4	2	13
183	5	5	4	5	19
184	4	5	4	5	18
185	4	4	5	5	18
186	5	5	4	4	18
187	4	4	4	5	17
188	5	4	5	4	18
189	5	4	4	4	17
190	4	5	5	5	19
191	4	5	4	5	18
192	4	4	5	5	18
193	5	4	4	5	18
194	5	3	3	4	15
195	4	5	5	4	18
196	5	5	4	3	17
197	4	5	4	3	16
198	5	5	4	5	19
199	3	4	5	4	16
200	5	5	5	3	18
201	4	4	4	3	15
202	4	4	4	5	17
203	3	4	4	4	15
204	3	5	5	4	17
205	5	4	4	5	18
206	5	4	5	5	19
207	5	4	3	4	16
208	5	3	5	5	18
209	5	4	5	4	18
210	5	4	4	4	17
211	5	5	4	5	19
212	5	4	4	5	18
213	5	5	4	5	19
214	3	3	3	3	12
215	3	5	4	5	17
216	4	4	4	5	17

217	5	5	3	5	18
218	5	5	5	4	19
219	4	5	4	3	16
220	4	5	5	4	18
221	4	5	5	5	19
222	3	3	4	4	14
223	2	3	2	2	9
224	2	1	1	2	6
225	4	5	3	4	16
226	5	4	3	5	17
227	3	5	4	4	16
228	2	1	2	3	8
229	2	1	2	2	7
230	1	2	2	1	6

Uang Saku

NO	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	TOTAL
1	3	4	4	4	15
2	4	5	5	5	19
3	5	5	5	5	20
4	4	4	4	4	16
5	3	5	3	4	15
6	4	5	3	5	17
7	4	4	4	4	16
8	3	5	3	3	14
9	4	4	4	3	15
10	3	4	4	4	15
11	4	5	5	4	18
12	4	5	4	5	18
13	5	5	5	5	20
14	5	4	4	5	18
15	5	5	5	5	20
16	5	5	5	5	20
17	4	4	4	4	16
18	3	3	4	4	14
19	4	5	4	4	17
20	4	4	4	5	17
21	5	5	4	4	18
22	4	5	5	5	19
23	4	5	4	5	18
24	5	4	5	4	18
25	4	3	5	4	16
26	4	3	4	4	15

27	3	4	4	4	15
28	5	5	5	5	20
29	2	4	5	5	16
30	4	4	4	4	16
31	5	5	5	5	20
32	3	3	4	4	14
33	5	5	5	5	20
34	4	4	4	4	16
35	5	5	5	5	20
36	2	4	5	4	15
37	3	5	3	3	14
38	5	5	2	3	15
39	5	5	5	5	20
40	4	4	4	4	16
41	4	5	4	5	18
42	5	5	5	5	20
43	3	5	4	4	16
44	3	4	4	4	15
45	3	5	4	3	15
46	3	3	3	3	12
47	5	3	4	5	17
48	3	4	4	4	15
49	3	5	4	4	16
50	4	5	4	5	18
51	5	5	5	5	20
52	3	4	4	4	15
53	5	5	5	5	20
54	5	5	4	5	19
55	3	4	5	5	17
56	5	4	3	3	15
57	5	5	3	4	17
58	3	4	4	4	15
59	5	4	5	5	19
60	2	5	5	2	14
61	3	4	5	4	16
62	3	3	4	4	14
63	3	4	3	5	15
64	4	4	5	4	17
65	4	4	4	5	17
66	4	5	5	5	19
67	4	4	4	4	16
68	5	4	3	4	16
69	3	3	3	3	12
70	1	5	5	5	16
71	2	5	3	4	14
72	4	5	3	4	16

73	2	4	4	4	14
74	5	5	5	5	20
75	3	3	3	3	12
76	5	5	5	5	20
77	4	4	3	4	15
78	3	5	5	5	18
79	4	5	4	4	17
80	3	4	3	4	14
81	4	4	3	4	15
82	4	5	4	4	17
83	2	3	5	3	13
84	3	4	2	3	12
85	3	5	4	4	16
86	5	5	4	5	19
87	5	4	5	5	19
88	4	4	2	4	14
89	4	5	4	4	17
90	3	4	4	4	15
91	4	5	3	3	15
92	5	5	5	5	20
93	4	4	4	4	16
94	4	5	4	4	17
95	2	3	3	3	11
96	2	4	5	5	16
97	3	5	5	4	17
98	4	4	5	4	17
99	4	4	4	3	15
100	4	5	5	4	18
101	5	5	5	5	20
102	5	3	5	5	18
103	3	5	5	4	17
104	3	5	3	5	16
105	4	4	3	4	15
106	4	4	3	4	15
107	5	5	5	5	20
108	2	3	3	2	10
109	4	4	4	4	16
110	2	3	4	4	13
111	4	4	4	4	16
112	4	3	3	5	15
113	5	5	2	5	17
114	3	3	3	3	12
115	2	4	2	2	10
116	3	4	4	4	15
117	3	3	4	3	13
118	4	4	4	5	17

119	5	5	5	5	20
120	4	5	3	4	16
121	4	4	4	3	15
122	2	2	5	4	13
123	4	4	4	4	16
124	5	5	2	4	16
125	3	4	3	4	14
126	4	5	4	3	16
127	5	5	5	5	20
128	5	5	5	4	19
129	3	4	4	4	15
130	4	5	5	5	19
131	5	5	4	5	19
132	4	3	3	3	13
133	4	5	3	5	17
134	1	4	4	2	11
135	4	4	4	4	16
136	1	5	5	5	16
137	3	5	4	4	16
138	4	4	4	5	17
139	4	5	5	4	18
140	5	5	5	5	20
141	2	5	3	2	12
142	4	5	5	5	19
143	3	4	3	3	13
144	3	4	4	4	15
145	4	5	4	4	17
146	3	3	5	4	15
147	4	5	5	5	19
148	4	2	2	3	11
149	3	5	5	5	18
150	4	3	3	4	14
151	4	4	5	4	17
152	5	5	5	5	20
153	3	4	4	3	14
154	4	5	5	4	18
155	3	4	3	5	15
156	2	5	5	5	17
157	4	4	4	4	16
158	3	4	4	4	15
159	3	4	2	4	13
160	4	5	3	4	16
161	5	5	4	4	18
162	4	4	5	5	18
163	3	4	3	5	15
164	4	4	4	4	16

165	5	5	5	5	20
166	5	5	5	5	20
167	4	3	3	4	14
168	5	5	5	5	20
169	3	3	2	4	12
170	4	4	3	3	14
171	3	4	4	4	15
172	2	5	3	4	14
173	4	5	5	5	19
174	4	5	5	5	19
175	4	5	2	5	16
176	4	4	5	5	18
177	3	4	4	4	15
178	3	4	3	3	13
179	4	4	3	4	15
180	3	4	2	4	13
181	4	5	5	5	19
182	4	4	4	4	16
183	5	5	5	4	19
184	4	5	4	5	18
185	5	5	4	4	18
186	5	5	4	5	19
187	5	3	4	4	16
188	4	4	5	5	18
189	5	4	4	5	18
190	5	4	4	5	18
191	5	4	3	3	15
192	4	5	4	5	18
193	5	5	4	5	19
194	5	4	4	5	18
195	3	5	5	5	18
196	3	4	5	4	16
197	5	5	4	3	17
198	5	5	5	5	20
199	4	4	5	5	18
200	4	4	4	5	17
201	3	4	3	4	14
202	5	4	4	5	18
203	5	4	4	5	18
204	4	4	5	5	18
205	5	5	4	4	18
206	5	4	4	5	18
207	5	5	4	5	19
208	3	4	4	3	14
209	5	4	4	5	18
210	4	4	5	4	17

211	4	4	5	5	18
212	5	4	4	5	18
213	4	5	4	5	18
214	4	3	4	4	15
215	3	4	4	5	16
216	5	5	4	4	18
217	4	4	5	5	18
218	4	4	5	5	18
219	5	5	4	4	18
220	4	4	4	5	17
221	4	5	4	4	17
222	4	4	5	5	18
223	4	4	5	5	18
224	4	5	4	5	18
225	5	4	3	4	16
226	4	5	4	3	16
227	4	4	5	5	18
228	4	5	4	3	16
229	4	5	4	3	16
230	4	5	4	5	18

Social Media Influencer

NO	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	TOTAL
1	4	4	3	4	4	19
2	4	4	5	5	5	23
3	4	5	5	5	5	24
4	4	4	4	4	4	20
5	3	3	3	3	3	15
6	4	5	4	4	4	21
7	4	4	4	4	4	20
8	4	4	4	4	4	20
9	1	3	4	4	4	16
10	4	4	4	4	4	20
11	4	4	4	4	3	19
12	4	4	5	4	4	21
13	5	5	5	5	5	25
14	4	5	4	4	4	21
15	5	5	5	5	5	25
16	5	5	5	5	5	25
17	4	4	4	3	4	19
18	3	2	2	2	2	11
19	4	4	4	4	4	20
20	4	4	5	5	5	23

21	3	4	4	4	4	19
22	4	5	5	5	5	24
23	4	4	3	4	4	19
24	4	5	5	5	5	24
25	5	4	4	3	5	21
26	4	4	3	3	3	17
27	4	4	3	3	3	17
28	3	5	5	4	5	22
29	5	5	5	5	5	25
30	4	4	4	4	4	20
31	5	5	5	5	5	25
32	3	3	3	3	3	15
33	5	5	5	5	5	25
34	4	4	4	4	4	20
35	4	4	4	4	4	20
36	3	3	3	4	4	17
37	2	2	3	3	3	13
38	3	3	3	3	4	16
39	5	5	3	3	3	19
40	4	4	4	4	4	20
41	5	5	4	5	5	24
42	5	5	5	5	5	25
43	3	3	3	3	3	15
44	3	3	3	3	3	15
45	3	3	3	3	3	15
46	3	3	3	3	3	15
47	4	4	4	3	3	18
48	5	5	5	5	5	25
49	3	5	5	5	5	23
50	4	3	4	4	4	19
51	3	4	4	3	3	17
52	2	2	2	2	3	11
53	5	5	5	5	5	25
54	4	4	4	4	4	20
55	2	3	3	4	3	15
56	5	5	2	2	3	17
57	3	4	3	4	4	18
58	3	3	2	4	3	15
59	5	5	4	4	5	23
60	5	4	5	5	5	24
61	4	3	4	3	4	18
62	3	4	4	2	3	16
63	5	3	3	4	5	20
64	3	3	4	4	4	18
65	3	3	3	3	3	15
66	4	4	5	4	5	22

67	3	3	4	4	4	18
68	4	5	4	4	4	21
69	3	3	3	3	3	15
70	4	3	2	2	2	13
71	3	3	2	3	3	14
72	5	4	4	4	4	21
73	3	3	3	3	3	15
74	4	4	4	4	4	20
75	4	4	4	4	4	20
76	5	5	3	4	5	22
77	4	4	4	3	4	19
78	4	5	4	5	5	23
79	3	4	2	2	2	13
80	5	5	4	4	5	23
81	3	4	3	3	3	16
82	4	4	4	4	4	20
83	4	3	2	2	3	14
84	3	4	3	3	3	16
85	4	4	4	4	4	20
86	3	3	1	1	1	9
87	3	4	4	4	5	20
88	4	4	4	4	4	20
89	4	4	4	4	4	20
90	4	4	3	4	4	19
91	4	4	3	3	4	18
92	5	3	5	5	5	23
93	4	4	4	4	4	20
94	4	3	4	3	4	18
95	4	4	2	2	2	14
96	3	5	1	3	3	15
97	4	4	4	4	5	21
98	4	3	4	4	4	19
99	4	4	4	4	4	20
100	5	5	5	5	5	25
101	5	5	5	5	5	25
102	4	4	5	5	5	23
103	4	4	4	4	4	20
104	2	4	2	3	4	15
105	3	4	4	4	4	19
106	3	3	3	3	3	15
107	5	5	5	5	5	25
108	3	4	3	3	4	17
109	4	4	4	4	4	20
110	3	4	2	2	2	13
111	3	3	3	3	3	15
112	3	3	3	3	3	15

113	3	3	1	1	1	9
114	3	3	3	3	3	15
115	3	3	1	1	1	9
116	4	4	4	4	4	20
117	3	5	3	3	3	17
118	3	3	3	3	3	15
119	1	2	2	2	2	9
120	2	3	2	3	3	13
121	4	5	5	5	4	23
122	2	3	2	3	3	13
123	4	4	4	4	4	20
124	4	4	4	4	4	20
125	4	4	4	4	4	20
126	4	4	5	5	3	21
127	4	3	3	4	4	18
128	4	5	4	4	4	21
129	3	4	4	3	4	18
130	4	5	4	5	5	23
131	3	3	3	3	3	15
132	4	3	3	3	3	16
133	3	5	4	4	5	21
134	4	4	2	2	3	15
135	3	4	4	4	4	19
136	5	1	4	1	1	12
137	4	4	5	5	5	23
138	4	4	4	4	4	20
139	5	5	5	5	5	25
140	5	5	5	5	5	25
141	5	2	3	3	2	15
142	5	5	5	5	5	25
143	3	3	3	3	3	15
144	3	4	3	4	4	18
145	2	3	2	3	5	15
146	3	3	3	2	2	13
147	4	5	5	4	5	23
148	2	4	4	4	4	18
149	4	4	4	4	4	20
150	5	4	3	3	3	18
151	5	5	5	5	5	25
152	3	3	1	1	1	9
153	4	5	4	4	5	22
154	4	4	3	3	4	18
155	4	3	3	3	3	16
156	3	3	3	3	3	15
157	4	4	4	4	4	20
158	2	2	2	2	2	10

159	2	2	2	2	2	10
160	4	4	3	3	4	18
161	3	3	2	2	2	12
162	3	3	3	3	3	15
163	4	4	4	4	4	20
164	3	3	3	3	3	15
165	4	4	4	4	4	20
166	5	5	5	5	5	25
167	5	5	4	4	5	23
168	5	5	3	3	3	19
169	3	4	2	2	4	15
170	4	4	4	4	4	20
171	4	4	4	4	3	19
172	3	3	3	3	3	15
173	3	3	4	4	4	18
174	5	4	2	3	3	17
175	4	3	4	4	5	20
176	3	4	4	4	4	19
177	4	4	4	3	3	18
178	4	4	3	3	3	17
179	4	4	3	3	4	18
180	3	4	3	3	4	17
181	4	4	3	3	4	18
182	4	4	4	4	4	20
183	5	4	5	5	4	23
184	4	4	5	5	4	22
185	4	4	5	5	4	22
186	4	5	5	4	4	22
187	5	5	5	4	5	24
188	5	4	3	3	4	19
189	4	4	5	5	5	23
190	5	4	4	5	4	22
191	4	4	5	4	5	22
192	5	4	5	4	5	23
193	3	5	4	4	5	21
194	3	4	5	5	4	21
195	5	3	4	4	4	20
196	4	4	5	4	4	21
197	5	4	3	5	4	21
198	4	4	5	4	4	21
199	3	5	4	4	5	21
200	3	3	4	5	4	19
201	2	3	3	3	3	14
202	5	5	5	3	4	22
203	4	4	5	4	5	22
204	5	5	4	4	4	22

205	5	5	5	4	5	24
206	5	4	4	4	5	22
207	4	4	5	5	4	22
208	4	4	5	5	5	23
209	4	3	4	3	4	18
210	4	5	4	4	4	21
211	4	5	4	5	5	23
212	5	4	5	5	4	23
213	5	4	5	5	4	23
214	3	3	4	4	3	17
215	5	4	4	5	4	22
216	4	5	4	4	5	22
217	5	5	4	4	5	23
218	4	4	5	5	4	22
219	5	4	4	4	5	22
220	5	4	5	5	4	23
221	5	3	4	4	5	21
222	4	3	4	5	4	20
223	4	5	4	3	4	20
224	4	4	3	3	5	19
225	4	3	5	4	5	21
226	4	5	4	4	3	20
227	4	5	3	4	5	21
228	4	5	5	4	5	23
229	5	5	3	3	4	20
230	5	5	3	3	4	20

Minat Investasi

NO	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	TOTAL
1	4	5	5	5	5	24
2	5	5	5	5	5	25
3	5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	4	20
5	3	4	4	5	4	20
6	5	5	4	5	5	24
7	4	4	4	4	4	20
8	3	5	5	4	5	22
9	4	5	2	4	4	19
10	4	4	4	4	4	20
11	4	5	5	5	3	22
12	5	5	5	4	4	23
13	5	5	5	5	5	25
14	5	5	5	5	5	25

15	5	5	5	5	5	25
16	5	5	5	5	5	25
17	4	4	4	4	4	20
18	2	5	3	4	5	19
19	4	5	5	5	5	24
20	5	5	5	5	5	25
21	4	4	3	5	4	20
22	3	4	4	4	4	19
23	4	4	4	3	5	20
24	5	5	5	5	5	25
25	5	4	4	5	3	21
26	2	4	4	5	4	19
27	4	4	3	4	5	20
28	5	5	4	5	5	24
29	3	5	5	5	5	23
30	4	4	4	4	4	20
31	5	5	5	5	5	25
32	5	5	5	5	5	25
33	5	5	5	5	5	25
34	4	4	4	4	4	20
35	5	5	5	5	5	25
36	4	4	4	4	5	21
37	1	3	3	5	2	14
38	4	5	5	5	5	24
39	5	4	3	5	5	22
40	4	4	5	5	3	21
41	5	5	5	5	5	25
42	4	4	5	5	4	22
43	4	4	3	5	4	20
44	4	4	4	4	4	20
45	4	2	3	2	2	13
46	3	3	3	3	3	15
47	5	5	4	5	5	24
48	5	5	5	5	3	23
49	3	3	4	4	4	18
50	4	4	5	5	5	23
51	3	5	5	5	2	20
52	3	3	3	3	3	15
53	5	5	5	5	4	24
54	5	4	4	4	4	21
55	3	4	3	4	4	18
56	4	4	4	5	4	21
57	3	5	4	5	4	21
58	5	5	5	5	4	24
59	4	5	4	5	4	22
60	5	4	5	5	5	24

61	3	3	3	3	4	16
62	4	3	4	3	4	18
63	4	4	5	5	5	23
64	5	5	4	5	4	23
65	5	5	3	3	5	21
66	4	4	4	5	3	20
67	4	4	4	4	4	20
68	3	4	4	4	4	19
69	3	5	3	3	5	19
70	4	5	5	5	3	22
71	4	4	5	4	5	22
72	5	5	5	5	5	25
73	3	2	2	3	1	11
74	4	4	4	4	4	20
75	4	4	4	4	4	20
76	5	5	5	5	5	25
77	4	5	4	4	4	21
78	5	5	5	5	5	25
79	4	4	2	3	4	17
80	4	5	4	4	4	21
81	5	5	3	4	4	21
82	4	5	4	5	5	23
83	4	4	4	4	4	20
84	4	5	4	5	4	22
85	4	5	4	4	4	21
86	5	5	5	5	5	25
87	5	5	3	5	5	23
88	4	4	4	4	4	20
89	4	4	4	4	4	20
90	3	4	3	4	3	17
91	4	4	4	4	4	20
92	3	5	5	5	5	23
93	4	4	4	4	4	20
94	5	4	5	4	3	21
95	3	2	2	2	2	11
96	5	5	5	5	5	25
97	4	4	5	4	5	22
98	4	4	4	4	4	20
99	4	4	5	4	4	21
100	4	5	5	5	5	24
101	5	5	5	5	5	25
102	5	5	4	5	5	24
103	5	5	3	5	5	23
104	4	5	3	4	5	21
105	4	4	4	4	4	20
106	5	5	5	5	5	25

107	5	5	5	5	5	25
108	5	3	3	4	4	19
109	4	4	4	4	4	20
110	4	5	3	5	5	22
111	3	4	3	3	2	15
112	4	4	4	4	4	20
113	5	5	3	5	4	22
114	3	3	3	3	3	15
115	3	2	2	4	3	14
116	3	4	4	4	4	19
117	4	3	4	3	5	19
118	4	4	5	4	3	20
119	4	5	1	4	5	19
120	4	4	3	4	4	19
121	5	4	5	5	4	23
122	4	4	4	5	3	20
123	4	4	5	5	3	21
124	4	5	4	5	4	22
125	4	5	4	5	5	23
126	5	5	4	5	5	24
127	4	5	5	5	4	23
128	4	5	3	5	4	21
129	4	4	4	4	3	19
130	4	5	3	5	5	22
131	4	5	5	5	4	23
132	4	3	3	3	3	16
133	5	5	5	5	5	25
134	4	3	4	2	4	17
135	4	4	3	4	3	18
136	5	5	5	5	5	25
137	5	5	5	5	4	24
138	5	5	4	5	5	24
139	5	5	5	5	5	25
140	5	5	4	5	5	24
141	4	2	3	3	2	14
142	5	5	5	5	3	23
143	4	5	4	5	5	23
144	3	4	4	4	4	19
145	4	5	4	5	4	22
146	4	5	2	4	4	19
147	5	4	5	5	4	23
148	3	4	4	5	4	20
149	4	4	4	4	4	20
150	4	3	5	3	4	19
151	4	3	5	5	5	22
152	5	5	5	5	5	25

153	5	3	3	4	3	18
154	4	5	5	5	3	22
155	5	5	5	5	4	24
156	4	4	5	5	5	23
157	4	4	4	4	4	20
158	5	5	5	5	3	23
159	2	3	2	3	4	14
160	4	4	4	4	4	20
161	3	4	2	5	4	18
162	4	5	4	5	5	23
163	5	5	4	5	5	24
164	4	4	4	4	4	20
165	5	5	4	5	4	23
166	5	5	5	5	5	25
167	5	5	4	5	5	24
168	5	5	5	5	5	25
169	4	4	4	4	4	20
170	4	4	4	5	4	21
171	4	5	5	5	4	23
172	4	5	3	5	4	21
173	4	5	5	5	5	24
174	5	5	5	5	4	24
175	5	5	5	5	5	25
176	4	5	4	4	3	20
177	4	4	4	3	3	18
178	4	3	3	3	2	15
179	4	4	3	3	3	17
180	4	4	3	4	3	18
181	4	4	2	4	5	19
182	5	5	5	5	4	24
183	4	4	5	5	5	23
184	4	5	5	4	4	22
185	4	5	5	5	4	23
186	5	4	4	5	5	23
187	4	5	5	4	4	22
188	4	5	5	4	4	22
189	4	5	4	5	4	22
190	5	5	5	4	4	23
191	5	4	4	5	4	22
192	5	5	4	5	4	23
193	5	4	5	5	4	23
194	4	5	4	4	5	22
195	4	5	4	4	4	21
196	4	3	5	5	4	21
197	5	4	5	4	3	21
198	4	5	5	4	4	22

199	4	5	3	4	4	20
200	4	5	3	5	4	21
201	4	4	3	4	4	19
202	4	4	5	4	5	22
203	5	5	3	4	4	21
204	5	5	4	4	4	22
205	5	4	5	4	4	22
206	5	4	4	4	4	21
207	5	4	3	4	4	20
208	4	5	4	4	5	22
209	4	5	5	4	4	22
210	5	4	3	5	4	21
211	4	4	5	5	4	22
212	5	4	4	5	4	22
213	4	4	5	5	3	21
214	3	4	3	3	3	16
215	4	4	3	4	5	20
216	4	4	5	5	5	23
217	5	5	4	4	5	23
218	5	5	4	4	4	22
219	5	4	4	5	5	23
220	5	5	5	5	3	23
221	5	5	5	4	5	24
222	4	4	4	3	4	19
223	4	5	4	3	4	20
224	4	5	4	4	3	20
225	4	5	4	5	3	21
226	4	5	5	4	3	21
227	4	5	3	4	4	20
228	4	5	3	4	3	19
229	4	5	5	4	4	22
230	4	5	3	4	3	19

Jenis Kelamin

Jenis Kelamin		
Jenis Kelamin	Jumlah	%
Laki-laki	72	31,3
Perempuan	158	68,7
Total	230	100,0

Usia

Usia		
Usia	Jumlah	Presentase
18-20 Tahun	61	26,50%
21-23 Tahun	164	71%
>23	5	2%
Total	230	100,0

Angkatan

Angkatan		
Angkatan	Jumlah	%
2016	2	0,87
2017	11	4,78
2018	114	49,57
2019	61	26,52
2020	27	11,74
2021	15	6,52
Total	230	100,0

Universitas

Universitas		
Universitas	Jumlah	Presentase
Amikom Yogyakarta	2	0,9%
Binus	2	0,9%
Dian Nuswantoro	1	0,4%
Institut Teknologi Bandung	6	2,6%
Politeknik Batam	1	0,4%
Politeknik LPP Yogyakarta	1	0,4%
Politeknik Negeri Padang	4	1,7%
Sanata Dharma	5	2,2%
Sekolah Tinggi Ilmu Statistik	1	0,4%
STIE YKPN	9	3,9%
UIN Sunan Ampel Surabaya	1	0,4%
UIN Sunan Kalijaga	2	0,9%

Universitas		
Universitas	Jumlah	Presentase
Universitas Ahmad Dahlan	2	0,9%
Universitas Airlangga	3	1,3%
Universitas Atma Jaya Yogyakarta	5	2,2%
Universitas Brawijaya	7	3,0%
Universitas Ciputra	3	1,3%
Universitas Diponegoro	4	1,7%
Universitas Gadjah Mada	28	12,2%
Universitas Gunadarma	1	0,4%
Universitas Hang Tuah Surabaya	3	0,4%
Universitas Indonesia	3	1,3%
Universitas Islam Indonesia	57	24,8%
Universitas Islam Riau	1	0,4%
Universitas Maranatha	3	1,3%
Universitas Muhammadiyah Ponorogo	1	0,4%
Universitas Muhammadiyah Surakarta	7	3,0%
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	9	3,5%
Universitas Mulawarman	2	0,9%
Universitas Negeri Jakarta	4	1,7%
Universitas Negeri Semarang	3	1,3%
Universitas Negeri Surabaya	1	0,4%
Universitas Negeri Surakarta	2	0,9%
Universitas Negeri Yogyakarta	3	0,9%
Universitas Padjajaran	1	0,4%
Universitas Pancasila Jakarta	1	0,4%
Universitas Pasundan	2	0,9%
Universitas Pelita Harapan	1	0,4%
Universitas Pendidikan Indonesia	2	0,9%
Universitas Petra	4	1,7%
Universitas PGRI Yogyakarta	3	1,3%
Universitas Sebelas Maret	2	0,9%
Universitas Siliwangi	1	0,4%
Universitas Sumatra Utara	2	0,9%
Universitas Surabaya	3	1,3%
Universitas Swadaya Gunung Jati Cirebon	1	0,4%
Universitas Tarumanegara	2	0,9%
Universitas Teknologi Yogyakarta	2	0,9%
Universitas Telkom Bandung	1	0,4%
Universitas Trisakti	2	0,9%

Universitas		
Universitas	Jumlah	Presentase
Universitas Widya Mataram Yogyakarta	1	0,4%
UPN Veteran Jakarta	2	0,9%
UPN Veteran Jawa Timur	7	3,0%
UPN Veteran Yogyakarta	3	1,3%
Total	230	100,0

LAMPIRAN 2

Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y1.1	230	1	5	4,20	0,716
Y1.2	230	2	5	4,40	0,722
Y1.3	230	1	5	4,10	0,878
Y1.4	230	2	5	4,39	0,714
Y1.5	230	1	5	4,13	0,808
X1.1	230	1	5	4,37	0,741
X1.2	230	1	5	4,29	0,803
X1.3	230	1	5	3,78	1,048
X1.4	230	1	5	4,21	0,761
X1.5	230	1	5	4,21	0,772
X1.6	230	1	5	3,89	0,904
X2.1	230	1	5	3,90	0,979
X2.2	230	1	5	3,72	0,990
X2.3	230	1	5	3,77	1,050
X2.4	230	1	5	3,65	1,094
X3.1	230	1	5	3,87	0,936
X3.2	230	2	5	4,33	0,697
X3.3	230	2	5	4,06	0,844
X3.4	230	2	5	4,25	0,763
X4.1	230	1	5	3,85	0,866
X4.2	230	1	5	3,93	0,817
X4.3	230	1	5	3,73	0,995
X4.4	230	1	5	3,73	0,948
X4.5	230	1	5	3,89	0,942
Valid N (listwise)	230				

LAMPIRAN 3

UJI VALIDITAS

Financial Literacy

		Correlations						
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1
X1.1	Pearson Correlation	1	,487**	,213**	,177**	,236**	0,076	,525**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,001	0,007	0,000	0,253	0,000
	N	230	230	230	230	230	230	230
X1.2	Pearson Correlation	,487**	1	,430**	,284**	,386**	,142	,681**
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,000	0,000	0,000	0,031	0,000
	N	230	230	230	230	230	230	230
X1.3	Pearson Correlation	,213**	,430**	1	,443**	,355**	,480**	,783**
	Sig. (2-tailed)	0,001	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000
	N	230	230	230	230	230	230	230
X1.4	Pearson Correlation	,177**	,284**	,443**	1	,235**	,334**	,624**
	Sig. (2-tailed)	0,007	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000
	N	230	230	230	230	230	230	230
X1.5	Pearson Correlation	,236**	,386**	,355**	,235**	1	,391**	,652**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000
	N	230	230	230	230	230	230	230
X1.6	Pearson Correlation	0,076	,142	,480**	,334**	,391**	1	,644**
	Sig. (2-tailed)	0,253	0,031	0,000	0,000	0,000		0,000
	N	230	230	230	230	230	230	230
X1	Pearson Correlation	,525**	,681**	,783**	,624**	,652**	,644**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	230	230	230	230	230	230	230

Risk Perception

		Correlations				
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2
X2.1	Pearson Correlation	1	,505**	,517**	,463**	,791**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,000	0,000	0,000
	N	230	230	230	230	230
X2.2	Pearson Correlation	,505**	1	,489**	,437**	,774**
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,000	0,000	0,000
	N	230	230	230	230	230
X2.3	Pearson Correlation	,517**	,489**	1	,429**	,785**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000		0,000	0,000
	N	230	230	230	230	230
X2.4	Pearson Correlation	,463**	,437**	,429**	1	,760**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000		0,000
	N	230	230	230	230	230
X2	Pearson Correlation	,791**	,774**	,785**	,760**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	230	230	230	230	230

Uang Saku

		Correlations				
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3
X3.1	Pearson Correlation	1	,290**	,171**	,408**	,708**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,010	0,000	0,000
	N	230	230	230	230	230
X3.2	Pearson Correlation	,290**	1	,240**	,292**	,619**
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,000	0,000	0,000
	N	230	230	230	230	230
X3.3	Pearson Correlation	,171**	,240**	1	,457**	,675**
	Sig. (2-tailed)	0,010	0,000		0,000	0,000
	N	230	230	230	230	230
X3.4	Pearson Correlation	,408**	,292**	,457**	1	,770**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000		0,000
	N	230	230	230	230	230
X3	Pearson Correlation	,708**	,619**	,675**	,770**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	230	230	230	230	230

Social Media Influencer

		Correlations					
		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	X4
X4.1	Pearson Correlation	1	,528**	,505**	,454**	,472**	,710**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	230	230	230	230	230	230
X4.2	Pearson Correlation	,528**	1	,493**	,522**	,614**	,754**
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000
	N	230	230	230	230	230	230
X4.3	Pearson Correlation	,505**	,493**	1	,816**	,727**	,875**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000
	N	230	230	230	230	230	230
X4.4	Pearson Correlation	,454**	,522**	,816**	1	,782**	,881**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000
	N	230	230	230	230	230	230
X4.5	Pearson Correlation	,472**	,614**	,727**	,782**	1	,881**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000
	N	230	230	230	230	230	230
X4	Pearson Correlation	,710**	,754**	,875**	,881**	,881**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	230	230	230	230	230	230

Minat Investasi

		Correlations					
		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Minat Investasi
Y1.1	Pearson Correlation	1	,414**	,377**	,381**	,356**	,686**
	Sig. (2-tailed)		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	230	230	230	230	230	230
Y1.2	Pearson Correlation	,414**	1	,370**	,556**	,466**	,762**
	Sig. (2-tailed)	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000
	N	230	230	230	230	230	230
Y1.3	Pearson Correlation	,377**	,370**	1	,473**	,284**	,714**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000
	N	230	230	230	230	230	230
Y1.4	Pearson Correlation	,381**	,556**	,473**	1	,399**	,765**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000
	N	230	230	230	230	230	230
Y1.5	Pearson Correlation	,356**	,466**	,284**	,399**	1	,696**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000
	N	230	230	230	230	230	230
Minat Investasi	Pearson Correlation	,686**	,762**	,714**	,765**	,696**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	230	230	230	230	230	230

LAMPIRAN 4

UJI RELIABILITAS

Financial Literacy

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0,732	6

Risk Perception

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0,780	4

Uang Saku

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0,635	4

Social Media Influencer

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0,880	5

Minat Investasi

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0,769	5

LAMPIRAN 5

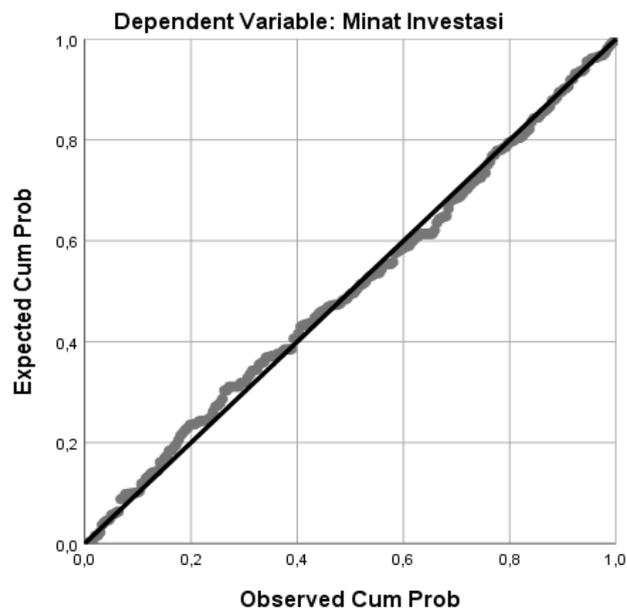
UJI ASUMSI KLASIK

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		230
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	2,25950545
Most Extreme Differences	Absolute	0,042
	Positive	0,042
	Negative	-0,041
Test Statistic		0,042
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

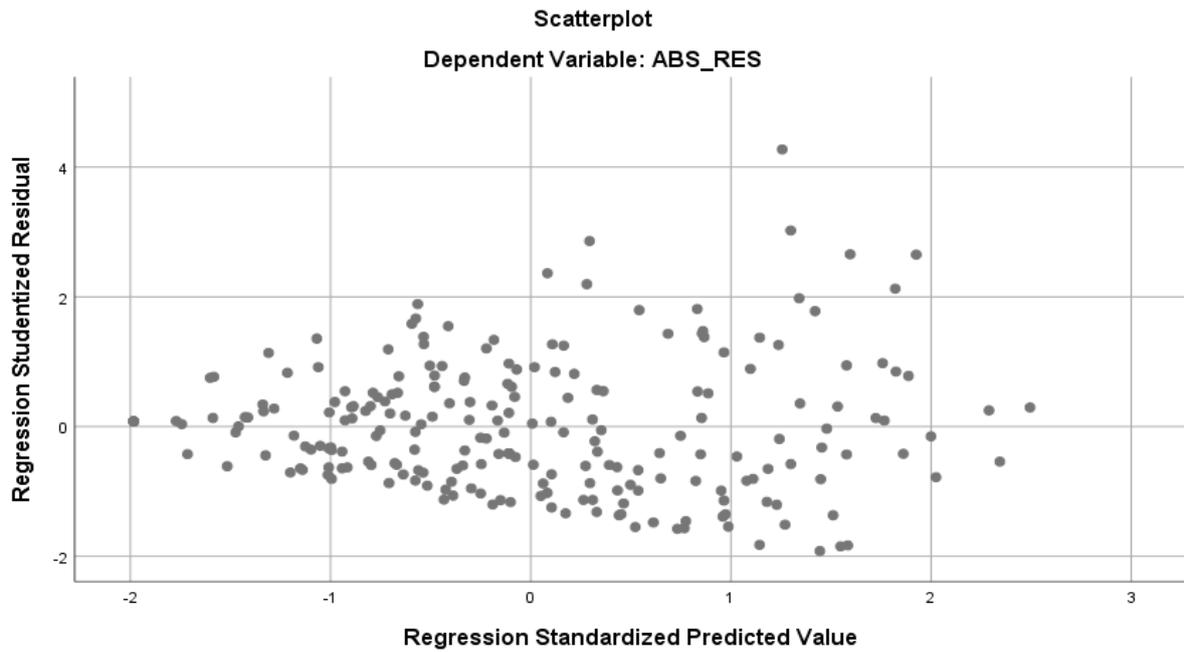
Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Financial Literacy	0,634	1,578
Risk Perception	0,806	1,241
Uang Saku	0,561	1,782
Social Media Influencer	0,651	1,536

Uji Heteroskedasitas



LAMPIRAN 6

REGRESI BERGANDA

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	8,262	1,363	
Financial Literacy	0,076	0,057	0,091
Risk Perception	0,027	0,052	0,031
Uang Saku	0,440	0,089	0,357
Social Media Influencer	0,179	0,050	0,242

Uji t

Variabel	Prediksi	Koefisien Regresi (B)	Sig.t	Kesimpulan
Konstanta		8,262	.000	
Financial Literacy	(+)	.076	.183	H1 tidak didukung
Risk Perception	(+)	.027	.612	H2 tidak didukung
Uang Saku	(+)	.440	.000	H3 didukung
Social Media Influencer	(+)	.179	.000	H4 didukung

Uji R

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.581 ^a	0,338	0,326	2,280