

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN, UANG SAKU, RISIKO
INVESTASI, DAN SOCIAL MEDIA INFLUENCER TERHADAP MINAT
INVESTASI DI PASAR MODAL (STUDI KASUS PADA MAHASISWA
PERGURUAN TINGGI DI WILAYAH YOGYAKARTA)**



SKRIPSI

Oleh :

Nama : Najwan Syafautil

No. Mahasiswa : 21312173

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

2025

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN, UANG SAKU, RISIKO
INVESTASI, DAN SOCIAL MEDIA INFLUENCER TERHADAP MINAT
INVESTASI DI PASAR MODAL (STUDI KASUS PADA MAHASISWA
PERGURUAN TINGGI DI WILAYAH YOGYAKARTA)**

SKRIPSI

Disusun dan diajukan untuk memenuhi sebagai salah satu syarat untuk mencapai
derajat Sarjana

Strata-1 Program Studi Akuntansi pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika UII

Oleh :

Nama : Najwan Syafauril

No. Mahasiswa : 21312173

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

2025

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Najwan Syafauril

No. Mahasiswa : 21312173

Jurusan : Akuntansi

Judul Penelitian : Pengaruh Literasi Keuangan, Uang Saku, Risiko Investasi, dan *Social Media Influencer* Terhadap Minat Investasi di Pasar Modal (Studi Kasus Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi di Wilayah Yogyakarta)

“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/sangsi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta,

Penulis,



(Najwan Syafauril)

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN, UANG SAKU, RISIKO INVESTASI,
DAN SOCIAL MEDIA INFLUENCER TERHADAP MINAT INVESTASI DI
PASAR MODAL (STUDI KASUS PADA MAHASISWA PERGURUAN
TINGGI DI WILAYAH YOGYAKARTA)**

SKRIPSI

Diajukan Oleh :

Nama : Najwan Syafauril

No. Mahasiswa : 21312173

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada Tanggal 23/07/2025

Dosen Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Sugeng Indardi', written over a horizontal line.

(Drs. Sugeng Indardi, MBA.)

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

Pengaruh Literasi Keuangan, Uang Saku, Risiko Investasi, dan Social Media Influencer Terhadap Minat Investasi di Pasar Modal (Studi Kasus Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Di Wilayah Yogyakarta)

Disusun oleh : NAJWAN SYAFAURIL

Nomor Mahasiswa : 21312173

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji dan dinyatakan Lulus
pada hari, tanggal: Selasa, 05 Agustus 2025

Penguji/Pembimbing Skripsi : Sugeng Indardi, MBA., SAS.

Penguji : Dekar Urumsah, SE., S.Si., M.Com(IS)., Ph.D., CFra.

Mengetahui
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia



Prof. Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D., CFrA, CertIPSAS.

MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(Q.S Al-Baqarah: 286)

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan.”

(Q.S Al-Insyirah: 5-6)

“Kamu tidak dapat mengulang yang telah terjadi dan memulai kembali, namun kamu dapat mulai saat ini dan mengubah hasil akhirnya”

(C.S. Lewis)

“It does not matter how slowly you go as long as you do not stop”

“Tidak peduli seberapa lambat kamu melangkah, asalkan kamu tidak berhenti”

(Confucius)

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warohmatullahi wabarokatuh

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan, Uang Saku, Risiko Investasi, dan *Social Media Influencer* Terhadap Minat Investasi di Pasar Modal Pada Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi di Wilayah Yogyakarta)”.

Tujuan penyusunan tugas akhir ini adalah sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Program Studi Akuntansi, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia. Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini dapat terselesaikan karena dukungan, bimbingan, arahan dan motivasi dari banyak pihak sehingga penulis ingin menyampaikan penghargaan dan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, dan kekuatan sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik dan lancar.
2. Penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak Sulianto dan Ibu Paridah selaku orang tua penulis, terima kasih telah mempercayai dan mendukung setiap langkah yang ditempuh oleh peneliti. Terima kasih untuk kasih sayang, cinta, doa, kerja keras, dukungan, serta nasihatnya. Semoga Ayah dan Ibu sehat selalu dan panjang umur hingga dapat merasakan dan melihat kesuksesan anaknya.
3. Bapak Prof. Fathul Wahid, ST., M.Sc., Ph.D., selaku Rektor Universitas Islam Indonesia, beserta seluruh pimpinan Universitas Islam Indonesia.
4. Bapak Prof. Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia beserta seluruh jajarannya.
5. Bapak Drs. Sugeng Indardi, MBA. Selaku dosen pembimbing Tugas Akhir yang selaku memberikan bimbingan, dan arahan dengan penuh kesabaran dan ketulusan kepada penulis sehingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan.

6. Seluruh Dosen Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia, yang telah mendidik dan memberikan ilmu dan pengetahuan kepada penulis selama masa perkuliahan.
7. Hanan, Irsyad, Omar, Yusuf, Iky, dan Idun yang selalu bisa diajak menemani saya untuk ngopi disaat mengerjakan skripsi ini, serta terima kasih juga atas masukan dan motivasinya.
8. Ahmed selaku teman terdekat saya dari awal perkuliahan hingga saat ini dan selanjutnya, yang selalu bersedia menerima dan menemani saya ketika saya butuh, dan menjadi teman bercerita selama perkuliahan.
9. Keluarga besar KSPM FBE UII periode 2023/2024 yang memberikan banyak pengalaman kepada peneliti.
10. Fajar, Luthfi, Wenthy, Nida, Nada, dan Syifa selaku anggota KKN unit 183 sebagai teman KKN yang sudah saya anggap sebagai keluarga selama kkn dan menjadi tempat cerita dan singgah saya.
11. Terima kasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah hadir, mendampingi, membantu, dan menasehati peneliti dengan tulus. Peneliti menyadari sebagai manusia tidak luput dari kesalahan, sehingga sangat mengharapkan kritik dan saran dari pembaca agar skripsi ini bermanfaat dan dapat terus diperbaiki.

Penulis dengan tulus menyadari bahwa skripsi ini memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis dengan senang hati menerima kritik dan saran. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan berkontribusi dalam memperluas pengetahuan dan informasi bagi mereka yang membutuhkannya.

Wassalamu'alaikum warohmatullahi wabarokatuh

Yogyakarta,
Penulis,

(Najwan Syafautil)

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiii
BAB 1 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 Penulisan	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1. Landasan Teori.....	9
2.1.1. Theory of Planned Behavior (TPB)	9
2.1.2. Minat Investasi	11
2.1.3. Literasi Keuangan	14
2.1.4. Uang Saku	17
2.1.5. Risiko Investasi	20
2.1.6. Social Media Influencer	22
2.2. Penelitian Terdahulu	24
2.3. Hipotesis Penelitian.....	37
2.3.1. Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Investasi di Pasar Modal.....	37

2.3.2.	Pengaruh Uang Saku Terhadap Minat Investasi di Pasar Modal	38
2.3.3.	Pengaruh Risiko Investasi Terhadap Minat Investasi di Pasar Modal.....	39
2.3.4.	Pengaruh Social Media Influencer Terhadap Minat Investasi di Pasar Modal 40	
2.4.	Kerangka Penelitian	41
BAB III METODE PENELITIAN.....		43
3.1.	Populasi dan Sampel Penelitian	43
3.2.	Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	45
3.3.	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	46
3.3.1.	Definisi Operasional Variabel Dependen Minat Investasi.....	47
3.3.2.	Definisi Operasional Variabel Independen Literasi Keuangan.....	49
3.3.3.	Definisi Operasional Variabel Independen Uang Saku	52
3.3.4.	Definisi Operasional Variabel Independen Risiko Investasi	54
3.3.5.	Definisi Operasional Variabel Independen Social Media Influencer 56	
3.4.	Teknik Analisis Data.....	59
3.4.1.	Analisis Statistik Deskriptif	59
3.4.2.	Uji Kualitas Data.....	59
3.4.2.1.	Uji Validitas	59
3.4.2.2.	Uji Reliabilitas	60
3.4.3.	Uji Asumsi Klasik.....	61
3.4.3.1.	Uji Normalitas.....	61
3.4.3.2.	Uji Multikolinearitas	61
3.4.3.3.	Uji Heteroskedastisitas.....	62
3.4.4.	Uji Hipotesis	63
3.4.4.1.	Uji F	63
3.4.4.2.	Uji T	63
3.4.4.3.	Uji Koefisien Determinasi	64
3.4.4.4.	Analisis Regresi Linear Berganda.....	65
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		67
4.1.	Pengumpulan Data dan Profil Responden	67
4.1.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	68

4.1.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	68
4.1.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Perguruan Tinggi / Universitas.....	69
4.1.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas.....	70
4.1.5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Semester	71
4.2.	Analisis Statistik Deskriptif	72
4.3.	Uji Kualitas Data.....	74
4.4.1.	Uji Validitas	74
4.4.2.	Uji Reliabilitas	77
4.4.	Uji Asumsi Klasik.....	78
4.5.1.	Uji Normalitas.....	78
4.5.2.	Uji Multikolinearitas	80
4.5.3.	Uji Heteroskedastisitas.....	81
4.5.	Uji Hipotesis	83
4.6.1.	Uji F	83
4.6.2.	Uji T	84
4.6.3.	Uji Koefisien Determinasi	85
4.6.4.	Analisis Regresi Linear Berganda.....	86
4.6.	Pembahasan.....	88
4.6.1.	Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Investasi di Pasar Modal	88
4.6.2.	Pengaruh Uang Saku Terhadap Minat Investasi di Pasar Modal	89
4.6.3.	Pengaruh Risiko Investasi Terhadap Minat Investasi di Pasar Modal	90
4.6.4.	Pengaruh Social Media Influencer Terhadap Minat Investasi di Pasar Modal 91	
	BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	92
5.1.	Kesimpulan	92
5.2.	Implikasi Penelitian.....	92
5.3.	Keterbatasan Penelitian	93
5.4.	Saran.....	94
	DAFTAR PUSTAKA	95
	LAMPIRAN.....	102

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Daftar Ringkasan Penelitian Sebelumnya.....	21
Tabel 3.1 Skala Likert	37
Tabel 4.1 Hasil Pengumpulan Data.....	55
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Usia.....	56
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Perguruan Tinggi / Universitas	57
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Fakultas	58
Tabel 4.6 Responden Berdasarkan Semester	59
Tabel 4.7 Tabel Statistik Deskriptif	59
Tabel 4.8 Uji Validitas	61
Tabel 4.9 Uji Reliabilitas	64
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas	65
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas (Setelah Menggunakan <i>Monte Carlo</i>)	66
Tabel 4.12 Uji Multikolinearitas	67
Tabel 4.13 Uji Heteroskedastisitas.....	68
Tabel 4.14 Uji F	68
Tabel 4.15 Uji T	69
Tabel 4.16 Uji Koefisien Determinasi	71
Tabel 4.17 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Investor Pasar Modal Indonesia.....	2
Gambar 1.2 Persentase Pekerjaan	2
Gambar 2.1 Theory of Planned Behavior	8
Gambar 2.2 Kerangka Penelitian	34

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1. Kuesioner Penelitian	86
LAMPIRAN 2. Tabulasi Data Responden.....	95
LAMPIRAN 3. Hasil Tabulasi Data	100
LAMPIRAN 4. Statistik Deskriptif	112
LAMPIRAN 5. Hasil Uji Validitas	112
LAMPIRAN 6. Hasil Uji Reliabilitas	123
LAMPIRAN 7. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	124
LAMPIRAN 8. Hasil Uji Hipotesis	126

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis apakah literasi keuangan, uang saku, risiko investasi, dan *social media influencer* memiliki pengaruh terhadap minat investasi di pasar modal pada mahasiswa perguruan tinggi di wilayah Yogyakarta. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa perguruan tinggi di wilayah Yogyakarta. Pengambilan sampel penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer, yaitu data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung dari sumber aslinya, yaitu mahasiswa perguruan tinggi di wilayah Yogyakarta. Sampel penelitian ini terdiri dari 101 responden yang diperoleh langsung melalui kuesioner yang disebarakan menggunakan media *online* yaitu *Google Form*. Analisis data dilakukan menggunakan metode regresi linear berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 26. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat investasi di pasar modal. Sedangkan uang saku, risiko investasi, dan *social media influencer* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi di pasar modal.

Kata kunci : Literasi Keuangan, Uang Saku, Risiko Investasi, *Social Media Influencer*, Minat Investasi

ABSTRACT

This study aims to analyze whether financial literacy, pocket money, investment risk, and social media influencers have an influence on investment interest in the capital market in university students in the Yogyakarta area. The population in this study is university students in the Yogyakarta area. Sampling in this study used the purposive sampling technique. The data used in this study is primary data, namely data obtained or collected directly from the original source, namely university students in the Yogyakarta area. The sample of this study consisted of 101 respondents obtained directly through a questionnaire distributed using online media, namely Google Form. Data analysis was performed using multiple linear regression methods with the help of SPSS software version 26. The results

of this study show that financial literacy has a positive but not significant influence on investment interest in the capital market. Meanwhile, pocket money, investment risk, and social media influencers have a positive and significant influence on investment interest in the capital market.

Keywords : Financial Literacy, Pocket Money, Investment Risk, Social Media Influencer, Investment Interest

BAB 1

PENDAHULUAN

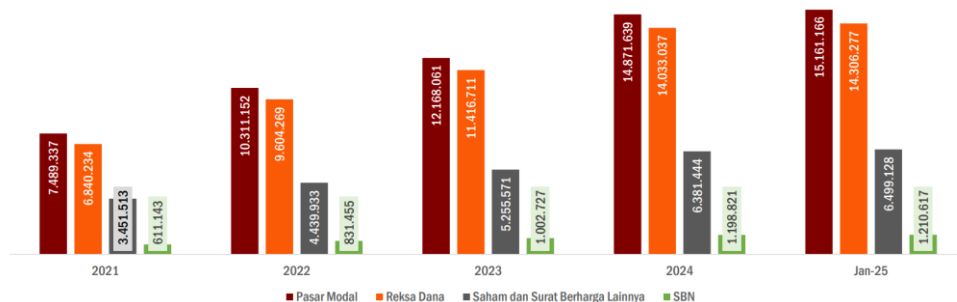
1.1. Latar Belakang

Keberadaan pasar modal di Indonesia memberikan dampak yang cukup kuat terhadap peningkatan investasi akan pertumbuhan perekonomian. Pasar modal tidak hanya berperan sebagai sistem keuangan, melainkan juga sebagai motor penggerak ekonomi yang memegang andil penting dalam mendukung dan mendorong pertumbuhan ekonomi suatu negara (Nabil & Dwiridotjahjono, 2024). Untuk memaksimalkan perannya, perusahaan memerlukan modal tambahan guna mendorong peningkatan produktivitas, dan salah satu jalannya adalah dengan berpartisipasi di pasar modal (Jannah, 2020). Pasar ini bekerja dengan cara menyalurkan dana dari investor sebagai pihak yang memiliki dana kepada emiten sebagai pihak yang membutuhkan dana sebagai modal untuk kegiatan ekonomi dengan harapan pihak yang menyalurkan dana memperoleh keuntungan sedangkan emiten sebagai pihak penerima dana dapat menggunakan dana tanpa perlu menunggu ketersediaan dana (Rohyati, *et al.*, 2024). Pasar modal juga bisa dijadikan patokan untuk melihat perkembangan di suatu negara terutama dari sisi perekonomian di negara tersebut (Muklis, 2022).

Di era globalisasi pertumbuhan investasi di pasar modal sudah menunjukkan perkembangan yang begitu pesat, setiap individu dituntut untuk memiliki literasi dan wawasan keuangan yang memadai, serta kemampuan pengelolaan keuangan yang efektif. Hal ini menjadi sangat penting karena setiap orang berhadapan dengan problematika ekonomi setiap harinya. Negara berkembang seperti Indonesia, masyarakatnya cenderung memiliki orientasi finansial jangka pendek atau budaya menabung. Hal ini sangat kontras jika dibandingkan dengan negara-negara maju yang cenderung memiliki pandangan finansial jangka panjang atau didominasi oleh budaya investasi (Gunawan, Kristiastuti, & Sari, 2021). Terlihat semakin meningkatnya perkembangan

ekonomi serta teknologi di Indonesia membuat perusahaan-perusahaan baru yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) juga harus berkembang yang membuat investor asing terus ingin menanamkan modal mereka di Indonesia` (Wardani & Supiati, 2020). Namun, jumlah investor yang ada di Indonesia mayoritas dipenuhi oleh investor luar negeri.

Berdasarkan data statistik publik yang dikeluarkan oleh PT Kustodian Sentral Efek Indonesia KSEI (2025), jumlah investor pasar modal Indonesia terus menerus mengalami peningkatan, jika dilihat melalui *Single Investor Identification* (SID) pada awal tahun 2025 jumlah investor pasar modal Indonesia telah mencapai 15.161.166 SID. Jika dibandingkan dengan akhir tahun 2024, pertumbuhan jumlah investor pasar modal sepanjang Januari 2025 sebesar 289.527 SID. Peningkatan ini mengindikasikan adanya sentimen positif terhadap pasar modal Indonesia, yang didorong oleh meningkatnya pemahaman keuangan dan keterlibatan masyarakat dalam berinvestasi. Berdasarkan data statistik publik jumlah investor pasar modal Indonesia pada Januari 2025 dapat dilihat pada Gambar 1.1:

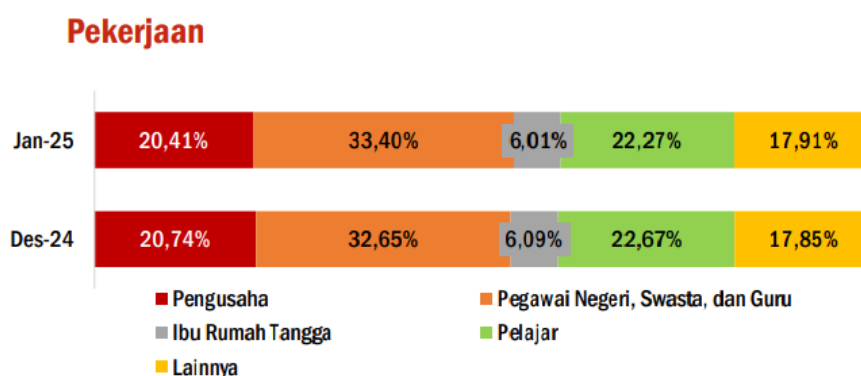


Gambar 1.1 Jumlah Investor Pasar Modal Indonesia Januari 2025

(Sumber : www.ksei.co.id)

Lebih lanjut, jika dilihat lagi berdasarkan data yang dikeluarkan oleh PT Kustodian Sentral Efek Indonesia KSEI (2025), sepanjang Januari 2025 investor yang ikut berpartisipasi dalam pasar modal rata-rata didominasi oleh pegawai negeri, swasta, dan guru sebanyak 33,40%, disusul urutan kedua yaitu didominasi oleh mahasiswa dan pelajar sebanyak 22,27%. Kemudian diikuti oleh kelompok

lainnya sebesar 17,91%, pengusaha sebesar 20,41%, dan ibu rumah tangga sebesar 6,01%. Data diatas menunjukkan bahwa adanya penurunan investor muda yang mungkin disebabkan karena motivasi atau minat investasi mahasiswa yang mulai menurun terutama pada pasar modal. Berdasarkan status profesi dapat dilihat perbandingan persentase investor pasar modal pada Desember 2024 dan Januari 2025 pada Gambar 1.2:



Gambar 1.2 Persentase Pekerjaan

(Sumber: www.ksei.co.id)

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Juliano, Fionasari, dan Marlina (2024) bahwa masih sedikit mahasiswa yang tertarik berinvestasi dan memiliki rekening investasi. Rata-rata mahasiswa hanya melakukan satu kali transaksi pada pasar modal yang merupakan bentuk dari pembelajaran investasi pada mata kuliah manajemen investasi dan pasar modal. Hal ini menunjukkan masih rendahnya keputusan investasi yang dilakukan oleh mahasiswa. Rendahnya keputusan investasi ini disebabkan oleh mahasiswa yang tidak paham tentang dasar-dasar investasi, kurangnya semangat mahasiswa dalam belajar materi kuliah tentang investasi atau portofolio, dan adanya mahasiswa khawatir jika harga dari produk investasi yang dibeli turun.

Theory of Planned Behavior (TPB) merupakan teori yang dikenalkan oleh Ajzen pada tahun 1991. Menurut Ajzen (1991) dalam *Theory of Planned Behavior*, bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh *attitude toward behavior*, *subjective norms*, dan *perceived behavior control*. Ketika ingin melakukan

pengambilan keputusan, individu pada umumnya menyusun rencana sebelum bertindak, termasuk ketika melakukan pembelian, dengan tujuan untuk mencapai hasil yang diharapkan. Dalam *Theory of Planned Behavior* menyatakan bahwa persepsi individu terhadap kendali perilaku berasal dari keyakinan kontrol. Keyakinan kontrol ini merupakan pandangan seseorang tentang ada atau tidak adanya faktor-faktor yang dapat mendukung atau menghambat mereka dalam melakukan suatu perilaku. Beberapa variabel yang akan dihubungkan dengan *theory of planned behavior* yaitu literasi keuangan, uang saku, risiko investasi, *social media influencer*, dan minat investasi.

Setiap orang yang ingin melakukan investasi tentunya disebabkan karena adanya dorongan yang beragam, tergantung pada situasi dan kondisi. Pada penelitian ini, peneliti ingin mengetahui apakah Literasi Keuangan, Uang Saku, Risiko Investasi, dan *Social Media Influencer* sebagai variabel independen memiliki pengaruh terhadap Minat Investasi sebagai variabel dependen.

Literasi keuangan yang memadai akan membuat seseorang memiliki pemahaman, keterampilan, dan percaya diri dalam mengelola keuangan pribadi serta membuat keputusan yang lebih bijak ketika ingin menggunakan uangnya. Apabila seseorang dibekali dengan literasi keuangan yang kuat, orang tersebut tidak hanya mampu mengelola keuangannya dengan lebih baik, tetapi juga membangun dasar yang kuat untuk mencapai kestabilan dan pertumbuhan ekonomi untuk jangka panjang (Wijaya, *et al.*, 2025). Di sini peneliti ingin mengetahui apakah variabel literasi keuangan memiliki pengaruh terhadap minat investasi di pasar modal pada mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika. Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Gunawan *et al.*, 2022) bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap minat investasi, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Yuniasari *et al.*, 2024), (Santoso *et al.*, 2023), dan (Jannah, 2020) bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat investasi, serta penelitian yang dilakukan oleh (Gunawan, Kristiastuti, & Sari, 2021), (Wijaya, Weni, Umam, & Dasman, 2025) bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi.

Uang saku merupakan sejumlah dana yang diterima seorang anak dari orang tuanya atau diperoleh sendiri dari pekerjaan, yang digunakan untuk pengeluaran dalam jangka waktu tertentu (Firmansyah *et al.*, 2024). Disini peneliti ingin mengetahui apakah variabel uang saku memiliki pengaruh terhadap minat investasi di pasar modal pada mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Hernanda dan Saputra (2025) bahwa uang saku berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi, serta penelitian yang dilakukan oleh (Firmansyah *et al.*, 2024), (Noviyanti & Masdiantini, 2022), dan (Darajati, 2022) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi.

Risiko investasi merupakan potensi adanya kerugian yang dialami oleh investor yang melakukan kegiatan investasi (Ulfa & Suarmanayasa, 2023). Risiko juga dapat didefinisikan sebagai ketidakpastian atau kemungkinan buruk tak terduga yang dapat terjadi (Jumiyati, Wibowo, & Indriastuti, 2024). Disini peneliti ingin mengetahui apakah variabel risiko investasi memiliki pengaruh terhadap minat investasi di pasar modal pada mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomi. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Ulfa dan Suarmanayasa (2023) bahwa risiko investasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi, penelitian yang dilakukan oleh (Widati *et al.*, 2022) bahwa risiko investasi berpengaruh signifikan terhadap minat investasi, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Isnaini dan Rikumahu (2023) bahwa risiko investasi tidak berpengaruh terhadap minat investasi, sedangkan dalam penelitian (Santoso *et al.*, 2023) bahwa risiko investasi berpengaruh negatif terhadap minat investasi pada mahasiswa di pasar modal.

Social media influencer adalah seseorang yang memiliki popularitas dan kemampuan tertentu di media sosial dan berperan sebagai pihak ketiga yang mampu menyampaikan, mendeskripsikan dan merekomendasikan sebuah informasi yang dapat mempengaruhi audiensnya (Firmansyah *et al.*, 2024). Disini peneliti ingin mengetahui apakah variabel *social media influencer* memiliki pengaruh terhadap minat investasi di pasar modal pada mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomi. Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Putri Agustini *et al.*, 2023),

(Cholid, 2024), (Firmansyah & Sriyono, 2024), (Jumiyani, Wibowo, & Indriastuti, 2024) bahwa *social media influencer* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Rachma *et al.*, 2024) bahwa *social media influencer* berpengaruh positif terhadap minat investasi. Sedangkan dalam penelitian (Media & Keputusan, 2024) bahwa *social media influencer* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan investasi.

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan diatas, penulis akan melakukan penelitian mengenai Pengaruh Literasi Keuangan, Uang Saku, Risiko Investasi, dan *Social Media Influencer* terhadap minat investasi di pasar modal pada mahasiswa sehingga diharapkan adanya pengaruh terhadap minat investasi dengan mengambil judul penelitian “Pengaruh Literasi Keuangan, Uang Saku, Risiko Investasi, dan *Social Media Influencer* terhadap Minat Investasi di Pasar Modal (Studi Kasus Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi di Yogyakarta)”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan diatas dapat disimpulkan bahwa terdapat empat rumusan masalah utama yang akan menjadi fokus dalam penelitian ini. Keempat rumusan masalah tersebut akan diteliti lebih lanjut untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam terkait topik yang diangkat, adapun keempat rumusan masalah tersebut dapat diperhatikan sebagai berikut:

1. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal?
2. Apakah uang saku berpengaruh terhadap minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal?
3. Apakah risiko investasi berpengaruh terhadap minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal?
4. Apakah *social media influencer* berpengaruh terhadap mahasiswa berinvestasi di pasar modal?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas dapat diidentifikasi bahwa terdapat empat tujuan penelitian yang akan menjadi fokus dalam penelitian ini. Keempat tujuan penelitian tersebut akan menjadi fokus utama untuk menjawab setiap rumusan masalah yang ada, sekaligus memberikan arah yang jelas terhadap hasil akhir yang diharapkan dari penelitian ini. Adapun keempat tujuan penelitian tersebut dapat dilihat sebagai berikut:

1. Untuk meneliti lebih lanjut dan menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap minat investasi di pasar modal pada mahasiswa perguruan tinggi di Yogyakarta.
2. Untuk meneliti lebih lanjut dan menganalisis pengaruh uang saku terhadap minat investasi di pasar modal pada mahasiswa perguruan tinggi di Yogyakarta.
3. Untuk meneliti lebih lanjut dan menganalisis pengaruh risiko investasi terhadap minat investasi di pasar modal pada mahasiswa perguruan tinggi di Yogyakarta.
4. Untuk meneliti lebih lanjut dan menganalisis pengaruh *social media influencer* terhadap minat investasi di pasar modal pada mahasiswa perguruan tinggi di Yogyakarta.

1.4. Manfaat Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan temuan yang hanya relevan dengan permasalahan yang diteliti, tetapi juga memiliki nilai manfaat yang dapat dirasakan oleh berbagai pihak yang memiliki kepentingan. Manfaat-manfaat tersebut diharapkan dapat digunakan sebagai acuan atau pertimbangan dalam pengembangan penelitian selanjutnya. Beberapa manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. Manfaat bagi peneliti
Menambah pengetahuan dan wawasan, serta mampu menyajikan bukti empiris di dalam penelitian mengenai Pengaruh Literasi Keuangan, Uang

Saku, Risiko Investasi, dan *Social Media Influencer* terhadap Minat Investasi di Pasar Modal pada Mahasiswa Perguruan Tinggi di Yogyakarta.

2. Bagi calon investor dan investor

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai salah satu informasi atau referensi bagi calon investor dan investor dalam pengambilan keputusan ketika ingin melakukan transaksi jual beli saham di Pasar Modal.

3. Bagi penelitian selanjutnya

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi referensi penelitian selanjutnya yang berkaitan mengenai pengaruh literasi keuangan, uang saku, risiko investasi, dan *social media influencer* terhadap minat investasi di pasar modal pada mahasiswa.

1.5. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini disusun secara terstruktur ke dalam lima bab utama yang saling berkaitan antara satu sama lain. Dengan penyusunan yang tersistematis diharapkan pembaca dapat memahami isi penelitian secara mudah dan menyeluruh, adapun kelima bab penelitian tersebut sebagai berikut:

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini dibagi menjadi beberapa sub bab yaitu latar belakang masalah yang menjadi dasar dari penelitian ini, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

2. BAB II KAJIAN PUSTAKA

Dalam bab ini akan menjelaskan mengenai landasan teori yang menjelaskan teori yang berhubungan dengan penelitian yang sedang dilakukan, serta membahas hasil dari penelitian sebelumnya yang sejenis. Selain itu, bab ini juga menjelaskan hipotesis penelitian dan kerangka penelitian.

3. BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini menjelaskan tentang proses penelitian yang dilakukan diawali dengan menentukan sampel, jenis data, pengumpulan data, definisi operasional variabel penelitian, serta metode analisis data yang dipakai.

4. BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini memberikan penjelasan tentang deskripsi data, uji hipotesis yang telah dilakukan oleh peneliti serta menjelaskan terkait hasil yang diperoleh dari penelitian yang dilakukan.

5. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini menjelaskan tentang kesimpulan dari penelitian yang didapat berdasarkan hasil analisis serta memberikan jawaban terkait pertanyaan rumusan masalah dan berisi saran untuk pihak yang memiliki kepentingan.

BAB II

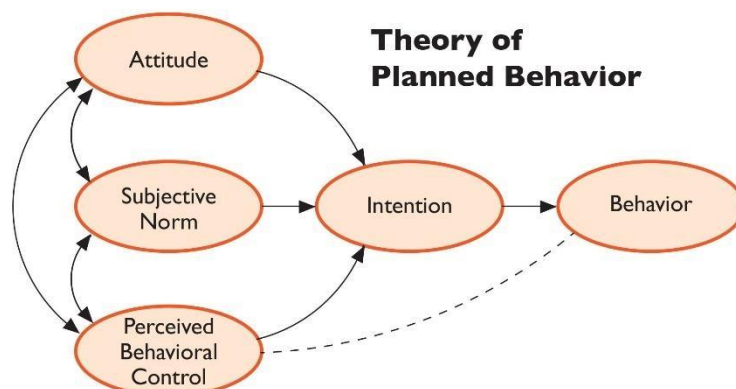
KAJIAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Theory of Planned Behavior (TPB)

Theory of Planned Behavior merupakan pengembangan dari “*Theory of Reasoned Action*” yang diperkenalkan oleh Ajzen (1980) yang bertujuan untuk menjelaskan bahwa setiap tingkah laku seseorang selalu dipengaruhi oleh niat untuk mempertimbangkan apakah tingkah laku tersebut akan dilakukan atau tidak. Selain itu, setiap niat yang muncul selalu dipengaruhi oleh norma subjektif dan sikap. Pembentukan niat ini dipengaruhi oleh norma subjektif yang mencerminkan kepercayaan individu tentang bagaimana orang lain akan bereaksi terhadap perilakunya, serta sikap individu terhadap potensi manfaat atau kerugian dari perilaku yang sudah diperbuat. Hal itu dapat disimpulkan bahwa jika seorang individu mempunyai minat untuk berinvestasi maka seseorang tersebut akan melakukan upaya berupa tindakan supaya dapat meraih keinginannya.

Menurut Ajzen (2020), *Theory of Planned Behavior* (TPB) melibatkan tiga faktor yang memengaruhi niat untuk melakukan suatu tindakan, yaitu *Attitude Towards of Behavior* (sikap terhadap perilaku), *Subjective Norm* (norma subjektif), dan *Perceived Behavioral Control* (kontrol perilaku yang dirasakan). Tiga faktor dari *Theory of Planned Behavior* (TPB) dapat dilihat pada Gambar 2.1:



Gambar 2.1 *Theory of Planned Behavior*

Berikut adalah penjelasan mengenai tiga faktor yang diidentifikasi dalam *Theory of Planned Behavior* dan ada satu faktor tambahan lain yang berperan dalam membentuk niat untuk melakukan suatu tindakan:

1. *Attitude Toward the Behavior*

Menurut Ajzen (1991) *attitude toward the behavior* merupakan kecenderungan seseorang untuk merespon terhadap suatu objek, individu, kejadian maupun organisasi. Lebih lanjut, keyakinan individu tentang kendali mereka terhadap suatu perilaku (*perceived behavioral control*) berperan dalam membentuk pandangan mereka terhadap perilaku tersebut. Diyakini bahwa pandangan ini memiliki pengaruh langsung pada niat berperilaku yang juga dipengaruhi oleh *perceived behavioral control* dan norma subjektif.

2. *Subjective Norm*

Menurut Fishbein dan Ajzen (1975) norma subjektif merupakan keyakinan-keyakinan individu tentang bagaimana orang-orang yang mereka anggap penting atau sebagai rujukan akan bereaksi terhadap keputusan mereka untuk menampilkan atau tidak menampilkan perilaku yang dipertanyakan. Kecenderungan seseorang untuk mengikuti pendapat orang lain membentuk tekanan normatif dikenal sebagai norma subjektif, yang mengukur seberapa jauh individu bersedia mengadopsi suatu perilaku berdasarkan apa yang diyakini oleh orang-orang yang penting baginya.

3. *Perceived Behavioral Control*

Menurut Ajzen (2005) *perceived behavioral control* didasarkan dari pemahaman individu tentang pengalaman dan kendala yang pernah mereka hadapi, yang menjadi penghalang dalam menemukan solusi untuk melaksanakan suatu perilaku. Tingkat *perceived behavioral control* yang tinggi akan meningkatkan kemungkinan individu untuk membentuk niat yang kuat dalam melakukan perilaku tersebut. Sebaliknya, *perceived behavioral control* yang rendah dapat membuat individu merasa tidak sanggup untuk mencoba melakukan perilaku tersebut.

4. Dukungan Sosial

Dukungan sosial atau lingkungan sekitar merupakan faktor krusial yang memengaruhi minat investasi individu, terutama karena perannya dalam membentuk norma subjektif. Ini mengacu pada persepsi seseorang tentang tekanan sosial dan harapan dari orang-orang penting di sekitarnya, seperti keluarga, teman, atau rekan kerja, terkait dengan perilaku investasi. Ketika individu melihat bahwa lingkungan sosial mereka memandang investasi sebagai hal yang positif, umum, atau bahkan mendorongnya. Lingkungan yang suportif semacam ini tidak hanya menciptakan norma yang mendukung tetapi juga dapat memberikan rasa validasi dan mengurangi kecemasan, sehingga mempermudah individu dalam mempertimbangkan dan memulai aktivitas investasi. Oleh karena itu, dukungan dari lingkungan sekitar bertindak sebagai pendorong kuat yang memengaruhi keputusan individu untuk memulai atau terus berinvestasi, sesuai dengan konsep norma subjektif dalam teori perilaku yang direncanakan (Ajzen, 1991).

Theory of planned behavior juga sangat relevan dalam industri teknologi dan ritel khususnya pemasaran *e-commerce*. Penelitian yang dilakukan oleh Darsono, Susana, dan Prihantono (2020), menunjukkan bahwa sikap positif konsumen, norma subjektif yang kuat, dan kontrol perilaku yang tinggi akan meningkatkan niat mereka dalam pemasaran melalui *e-commerce*. Hal ini mencakup kepercayaan terhadap atribut produk, motivasi dari lingkungan sosial, serta keyakinan pada kemampuan diri. Niat yang kuat, terutama didorong oleh pencarian informasi aktif atau niat eksploratif pada akhirnya akan meningkatkan perilaku pemasaran *e-commerce*.

2.1.2. Minat Investasi

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Shabrina dan Habiburahman (2025), bahwa minat investasi merupakan kecenderungan individu untuk berinvestasi, yang dapat dipengaruhi oleh berbagai hal yang mendorong mereka pada peluang investasi tertentu. Dalam hal ini, penelitian yang dilakukan secara

spesifik menyoroti bahwa kemajuan teknologi, literasi keuangan, dan persepsi risiko menjadi faktor-faktor dominan yang membentuk minat tersebut. Kemajuan teknologi yang berperan dalam mempermudah akses ke pasar modal dan informasi investasi, sehingga menghilangkan beberapa hambatan awal. Sementara itu, literasi keuangan yang baik membekali individu dengan pemahaman mendalam tentang produk, mekanisme, serta potensi keuntungan dan kerugian investasi, yang dapat meningkatkan kepercayaan diri. Adapun persepsi risiko, yaitu bagaimana individu menilai potensi kerugian dalam berinvestasi, juga secara signifikan mempengaruhi kesediaan mereka untuk terlibat. Ketiga faktor ini secara bersama-sama membentuk pandangan dan keyakinan individu, yang kemudian memengaruhi tingkat minat dalam berpartisipasi di pasar modal.

Selain itu, dalam penelitian yang dilakukan oleh Nurfadila, Wahyuni, dan Subaida (2022), menyatakan bahwa minat investasi adalah ketertarikan individu terhadap suatu objek investasi tertentu hingga merasakan kesenangan terhadap objek tersebut. Penelitian ini secara spesifik mengidentifikasi pengetahuan investasi dan kemajuan teknologi sebagai faktor utama yang membentuk minat tersebut. Pengetahuan investasi berperan krusial dalam membangun pemahaman individu tentang berbagai instrumen investasi, potensi keuntungan, serta risiko yang melekat, yang pada akhirnya menumbuhkan ketertarikan. Sementara itu, kemajuan teknologi memfasilitasi akses yang lebih mudah dan cepat ke informasi pasar dan platform investasi, sehingga dapat meningkatkan kemauan individu untuk terlibat. Kedua faktor ini bekerja sinergis dalam menumbuhkan dan memperkuat minat individu untuk berpartisipasi dalam aktivitas investasi.

Sedangkan menurut Hikmah dan Rustam (2020), minat investasi merujuk pada preferensi atau ketertarikan individu terhadap suatu hal atau kegiatan yang dilakukan atas dorongan dari diri sendiri dan bukan karena instruksi dari pihak luar, yang secara bawaan menggambarkan keinginan internal individu terhadap hal-hal yang menjadi tujuan atau keinginannya. Penelitian tersebut mengidentifikasi beberapa faktor kunci yang memengaruhi minat investasi, yaitu pengetahuan investasi, motivasi investasi, literasi keuangan, dan persepsi risiko.

Pengetahuan investasi membekali individu dengan pemahaman yang diperlukan mengenai seluk beluk pasar modal, sementara motivasi investasi mendorong individu untuk secara proaktif mencari peluang dan berpartisipasi. Literasi keuangan, yang berkaitan dengan kemampuan mengelola dan memahami informasi keuangan, turut berperan dalam pengambilan keputusan investasi yang tepat. Selain itu, bagaimana individu mempersepsikan risiko yang terkait dengan investasi juga menjadi penentu penting dalam membentuk minat mereka untuk terjun ke pasar modal.

Sedangkan ada penelitian lain yang mendefinisikan minat investasi sebagai keinginan dari individu, kelompok, atau entitas bisnis untuk menempatkan dana mereka ke dalam beragam bentuk investasi dengan harapan mendapatkan imbal hasil di masa depan dan keinginan ini juga yang menunjukkan keyakinan investor pada potensi keuntungan yang bisa dihasilkan dari investasi serta pemahaman mereka akan risiko yang ada (Rohyati F. P., 2024). Dalam penelitian ini, lebih menyoroti bahwa minat investasi ini sangat dipengaruhi oleh tantangan dan peluang pasar modal Indonesia di era digital. Tantangan dapat berupa kurangnya literasi atau kompleksitas regulasi, sementara peluang dapat muncul dari kemudahan akses informasi dan transaksi melalui platform digital. Kedua aspek ini secara bersamaan membentuk persepsi investor dan pada akhirnya memengaruhi keputusan mereka untuk berpartisipasi dalam pasar modal.

Oleh karena itu, dapat diketahui bahwa minat investasi merupakan ketertarikan individu terhadap suatu objek investasi tertentu hingga merasakan kesenangan terhadap objek tersebut. Hal ini merujuk pada preferensi atau ketertarikan yang dilakukan atas dorongan dari diri sendiri, bukan karena perintah dari pihak luar yang secara bawaan menggambarkan keinginan individu terhadap hal-hal yang menjadi tujuan atau keinginannya. Dengan kata lain, minat investasi adalah kecenderungan alami seseorang untuk berinvestasi, yang didorong oleh preferensi pribadi dan antisipasi keuntungan.

Minat investasi memainkan peran krusial dalam mendorong individu untuk mengambil keputusan investasi dan berpartisipasi dalam pasar keuangan.

Kecenderungan dan ketertarikan ini seringkali dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti literasi keuangan, uang saku, risiko investasi, dan *social media influencer*. Minat investasi merupakan aspek psikologis yang mencerminkan kecenderungan dan ketertarikan individu terhadap aktivitas investasi, yang muncul atas keinginan individu itu sendiri tanpa paksaan dari pihak luar. Mengingat minat ini memengaruhi keputusan individu dalam berpartisipasi di pasar keuangan, penting untuk terus diteliti karena dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor dinamis seperti literasi keuangan, uang saku, risiko investasi, dan *social media influencer*. Dengan semakin berkembangnya dunia digital dan perubahan perilaku generasi muda dalam mengakses informasi keuangan, penelitian kembali terhadap minat investasi menjadi relevan guna memahami motivasi terbaru investor dalam meningkatkan partisipasi dan kesadaran investasi.

2.1.3. Literasi Keuangan

Literasi keuangan memegang peranan penting di kalangan mahasiswa maupun masyarakat luas dalam rangka meningkatkan kondisi ekonomi dan kemampuan pengelolaan keuangan yang lebih efektif kedepannya. Menurut Lusardi (2015) dalam penelitiannya mendefinisikan bahwa literasi keuangan adalah kemampuan individu untuk memahami informasi ekonomi dan membuat keputusan yang tepat terkait perencanaan keuangan, penumpukan aset, pengelolaan utang, dan persiapan dana pensiun. Dengan pemahaman yang kuat tentang dasar-dasar finansial ini, individu diharapkan dapat mengevaluasi peluang investasi dengan lebih cermat, mengelola risiko yang ada, dan merencanakan masa depan keuangan mereka secara lebih strategis. Kemampuan ini secara langsung berkontribusi pada peningkatan kepercayaan diri dan minat seseorang untuk aktif berpartisipasi dalam berbagai instrumen investasi.

Penelitian yang dilakukan oleh Agata dan Nurazi (2024) juga menekankan bahwa literasi keuangan merujuk pada kemampuan seseorang untuk memahami keuangan dan mengelola keuangan mereka dengan baik untuk membantu mengambil keputusan yang tepat. Oleh karena itu penguasaan konsep keuangan

dasar seperti mengelola anggaran, membayar tagihan, menabung, berinvestasi, membayar utang, dan membeli asuransi termasuk bagian dari literasi keuangan. Selain literasi keuangan, penelitian ini menyoroti bahwa inklusi keuangan dan modal minimal turut menjadi faktor pendorong minat investasi, khususnya di kalangan generasi muda di Indonesia di pasar modal. Inklusi keuangan yang menyediakan akses mudah ke layanan finansial, serta persyaratan modal minimal yang terjangkau, secara signifikan menurunkan hambatan masuk dan mendorong partisipasi aktif dalam investasi.

Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Annisa, Azizah, dan Ariska (2025) juga menekankan bahwa persepsi harga sebagai instrumen investasi juga menjadi faktor penting yang membentuk minat investasi pada mahasiswa Surabaya, melengkapi peran literasi keuangan dan persepsi risiko dalam mempengaruhi keputusan berinvestasi. Individu yang memiliki literasi keuangan mampu memahami informasi keuangan, mengelola keuangan pribadi dengan tujuan untuk membuat perencanaan dan keputusan yang akan meningkatkan kesejahteraan finansial (Annisa, Azizah, & Ariska, 2025). Kurangnya literasi keuangan dapat menjadi hambatan bagi mahasiswa ketika ingin memulai investasi. Minimnya pemahaman mengenai investasi turut menjadi penyebab maraknya penipuan, karena banyak individu mudah terpengaruh oleh tawaran keuntungan tinggi yang tampak menggiurkan. Oleh karena itu, penting bagi mahasiswa untuk memiliki kesadaran akan risiko yang melekat pada investasi di pasar modal, yang juga sangat dipengaruhi oleh persepsi risiko.

Dalam penelitian Parulian dan Aminudin (2020), bahwa literasi keuangan mencakup pemahaman tentang uang dan aspek keuangan yang diiringi dengan kepercayaan diri untuk memanfaatkan pengetahuan tersebut demi membuat keputusan keuangan yang sehat dan efektif, karena hal tersebut merupakan keterampilan yang penting untuk mencapai keuangan yang sehat. Lebih lanjut, studi ini mengidentifikasi bahwa literasi keuangan itu sendiri, bersama dengan modal minimal yang dibutuhkan, merupakan faktor-faktor yang penting memengaruhi minat investasi pada mahasiswa. Dengan pemahaman keuangan

yang kuat, mahasiswa menjadi lebih percaya diri dan mampu membuat keputusan investasi yang rasional, sementara adanya modal minimal yang terjangkau dapat menghilangkan hambatan praktis untuk memulai investasi.

Menurut Mandagie, Febrianti, dan Fujianti (2020), bahwa literasi keuangan merupakan kebutuhan fundamental bagi individu untuk menghindari potensi masalah keuangan di masa depan. Orang dengan literasi keuangan yang rendah seringkali lebih rentan mengalami penipuan investasi yang menjanjikan keuntungan besar dalam waktu singkat. Lebih lanjut, penelitian tersebut mengidentifikasi bahwa literasi keuangan, pengalaman investasi, toleransi risiko secara signifikan memengaruhi keputusan investasi mahasiswa. Literasi keuangan yang kuat memungkinkan individu untuk menganalisis risiko dan peluang investasi dengan lebih baik, sementara pengalaman sebelumnya dapat membangun kepercayaan diri. Selain itu, tingkat toleransi risiko yang dimiliki investor juga menjadi penentu penting dalam memilih dan memutuskan instrumen investasi, melengkapi peran literasi keuangan dalam proses tersebut.

Literasi keuangan berperan dalam membentuk berbagai perilaku keuangan, seperti kebiasaan menabung, pengambilan pinjaman, serta perencanaan keuangan (Bhandare, Guha, Chaudhury, & Ghosh, 2021). Lebih lanjut, literasi keuangan juga berfungsi sebagai indikator pemahaman seseorang terhadap konsep keuangan, serta kemampuan dan keyakinan mereka dalam mengelola keuangan pribadi melalui keputusan jangka pendek yang tepat.

Berdasarkan berbagai pandangan dari penelitian-penelitian terdahulu dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan merupakan kemampuan penting individu untuk memahami informasi ekonomi dan keuangan, serta menerapkan pengetahuan tersebut dengan percaya diri untuk membuat keputusan keuangan yang tepat dan efektif. Kemampuan ini mencakup aspek-aspek krusial seperti perencanaan keuangan, akumulasi kekayaan, pengelolaan utang, hingga persiapan pensiun, yang semuanya bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan keuangan dan mencegah masalah keuangan di masa depan, termasuk risiko penipuan investasi. Singkatnya, literasi keuangan adalah fondasi bagi individu untuk

mengelola uang mereka secara bijak dan cerdas. Perlu dipahami bahwa kesulitan keuangan tidak semata-mata akibat penghasilan individu yang bisa sedikit, melainkan juga bisa muncul karena cara mengelola keuangan yang keliru, misalnya dalam penggunaan kredit atau kurangnya perencanaan keuangan.

Dengan mempertimbangkan kompleksitas dan dampak luas dari literasi keuangan terhadap perilaku dan keputusan keuangan individu, variabel literasi keuangan menjadi relevan untuk terus diteliti, melihat perkembangan ekonomi, digitalisasi layanan keuangan, serta meningkatnya minat generasi muda terhadap produk keuangan membuat tantangan pengelolaan keuangan semakin kompleks. Penelitian mengenai variabel literasi keuangan diperlukan untuk memahami sejauh mana pemahaman dan keterampilan keuangan masyarakat saat ini, serta untuk merancang strategi edukasi keuangan yang lebih tepat sasaran. Dengan demikian, peningkatan literasi keuangan tidak hanya bermanfaat bagi kesejahteraan individu, tetapi juga bagi stabilitas ekonomi secara keseluruhan.

2.1.4. Uang Saku

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Firmansyah, Sriyono, dan Prapanca (2024), bahwa uang saku merupakan sejumlah uang yang didapat dari orang tua kepada anaknya, maupun yang didapat dari hasil bekerja yang digunakan dalam periode waktu tertentu. Selain mengandalkan uang saku dan sumber pendapatan lain, individu seringkali memiliki keinginan untuk mengembangkan sumber dana di luar pemasukan rutin mereka. Investasi menjadi salah satu metode strategis untuk mencapai tujuan ini, di mana melalui penempatan dana, diharapkan dapat menghasilkan keuntungan yang sesuai ekspektasi. Dengan demikian, investasi dipandang sebagai instrumen penting dalam perencanaan keuangan untuk pertumbuhan aset. Secara spesifik penelitian tersebut mengidentifikasi bahwa uang saku, bersama dengan peran *social media influencer*, pengetahuan investasi, dan *return* investasi, merupakan faktor-faktor yang signifikan memengaruhi minat investasi, khususnya pada generasi z di Kabupaten Sidoarjo.

Menurut Sridayani, Kumalasari, dan Bay (2023), bahwa uang saku merupakan sejumlah dana yang diperoleh dari orang tua, bantuan, beasiswa, atau hasil bekerja, yang digunakan untuk mencukupi kebutuhan harian seperti makan, transportasi, perlengkapan kuliah, dan lain-lainnya, diluar biaya tempat tinggal. Uang saku memiliki fungsi dalam memenuhi kebutuhan harian mahasiswa, yang bersifat rutin dan penting. Tanpa adanya uang saku mahasiswa dapat kesulitan menjalani aktivitas kuliah secara optimal karena kebutuhan dasar seperti makanan, transportasi, dan perlengkapan akademik tidak dapat terpenuhi dengan baik. Oleh karena itu, uang saku memiliki peran strategis dalam menjaga keberlangsungan studi dan keseharian mahasiswa. Lebih lanjut, penelitian yang dilakukan mengindikasikan bahwa pengetahuan investasi dan uang saku secara signifikan memengaruhi minat berinvestasi pada reksadana.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Halik, *et al.*, (2023) dijelaskan bahwa uang saku adalah dana yang dibawa untuk memenuhi kebutuhan yang muncul sewaktu-waktu, serta menjadi bentuk latihan tanggung jawab dari orang tua kepada anak dalam mengelola keuangan. Lebih lanjut, studi mereka menunjukkan bahwa literasi keuangan, gaya hidup, dan uang saku merupakan faktor-faktor penting yang memengaruhi kemampuan mahasiswa Universitas Kristen Indonesia Paulus Makassar dalam mengelola keuangan pribadi. Ketersediaan dan pengelolaan uang saku yang efektif menjadi pondasi awal bagi mahasiswa untuk merencanakan pengeluaran, menabung, dan pada akhirnya mempertimbangkan alokasi dana untuk tujuan yang lebih kompleks seperti investasi.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Hidayah dan Bowo (2018) juga mengatakan bahwa uang saku adalah uang yang diberikan secara rutin kepada seseorang untuk digunakan dalam memenuhi keperluan pribadinya. Biasanya mahasiswa menerima uang saku dari orang tua secara periodik, ada yang diberi uang saku pada setiap bulan, setiap minggu, ataupun setiap hari. Pemberian uang saku secara rutin maupun untuk kebutuhan mendadak ini mencerminkan adanya dukungan keuangan dari keluarga yang disesuaikan dengan kebutuhan dan

kondisi masing-masing mahasiswa, serta menjadi bagian dari proses adaptasi mereka dalam mengelola keuangan di lingkungan pendidikan yang lebih tinggi.

Berdasarkan berbagai pandangan dari penelitian-penelitian terdahulu dapat disimpulkan bahwa uang saku merupakan dana yang diberikan kepada individu terutama mahasiswa, baik secara rutin maupun insidentil, yang bersumber dari orang tua, bantuan, beasiswa, atau hasil kerja sendiri. Uang saku memiliki peran penting dalam menunjang kebutuhan harian seperti makan, transportasi dan perlengkapan kuliah, sekaligus menjadi media pembelajaran dalam pengelolaan keuangan secara mandiri. Selain sebagai bentuk dukungan keuangan keluarga, uang saku juga berfungsi sebagai sarana pembentukan tanggung jawab dan kemandirian mahasiswa dalam menghadapi tantangan kehidupan di jenjang pendidikan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Noviyanti dan Masdianti (2022) mengemukakan bahwa uang saku secara langsung memiliki dampak yang signifikan terhadap minat investasi mahasiswa. Dengan demikian, besaran uang saku yang didapat berdampak terhadap tingkat konsumsi individu. Situasi ini mengindikasikan bahwa mahasiswa masih perlu meningkatkan pemahaman dalam mengelola keuangan, sehingga pengeluaran mereka cenderung terbatas pada kebutuhan sehari-harinya saja.

Uang saku memiliki relevansi yang tinggi untuk terus diteliti karena tidak hanya berperan dalam pemenuhan kebutuhan harian mahasiswa, tetapi juga berkaitan erat dengan aspek kemandirian, tanggung jawab, serta kemampuan pengelolaan keuangan pribadi. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa uang saku dapat berdampak langsung terhadap perilaku konsumsi hingga minat investasi mahasiswa. Sebagian besar mahasiswa masih menggunakan uang saku hanya untuk kebutuhan dasar menunjukkan adanya celah dalam pemahaman literasi keuangan. Oleh karena itu, penelitian lebih lanjut mengenai variabel uang saku penting dilakukan untuk menggali bagaimana mahasiswa dapat mengelola uang saku secara lebih produktif, termasuk potensi pengalokasiannya untuk tujuan jangka panjang seperti tabungan atau diinvestasikan.

2.1.5. Risiko Investasi

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Ulfa dan Suarmanayasa (2023) bahwa risiko investasi merupakan kemungkinan bahwa seorang investor akan mengalami kerugian atas dana yang diinvestasikannya, yang bisa disebabkan oleh berbagai faktor dalam kegiatan investasi yang dilakukan. Dalam konteks yang lebih luas, penelitian tersebut menyoroti bagaimana risiko investasi itu sendiri bersamaan dengan norma subjektif, *return*, dan pengetahuan investasi, secara kolektif memengaruhi minat investasi di pasar modal pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Undiksha. Persepsi terhadap risiko investasi yang tinggi dapat menjadi penghambat utama minat, sementara pemahaman yang baik tentang risiko melalui pengetahuan investasi dapat membantu mengelolanya.

Sedangkan menurut Hanum dan Kusumawati (2025) risiko investasi menggambarkan kemungkinan terjadinya kerugian keuangan atau hasil yang menyimpang dari keuntungan yang telah diperkirakan. Risiko tersebut bisa muncul akibat berbagai faktor, seperti ketidakpastian pasar, fluktuasi nilai aset, inflasi, suku bunga, serta kondisi makroekonomi yang tidak stabil, yang kesemuanya dapat memengaruhi hasil investasi secara signifikan. Penting bagi setiap investor untuk memiliki pemahaman yang memadai mengenai risiko investasi agar dapat menyusun strategi pencegahan yang tepat, sehingga potensi kerugian dapat diminimalkan dan peluang keuntungan tetap dapat dioptimalkan. Lebih lanjut, penelitian mereka mengidentifikasi bahwa selain risiko investasi, ada literasi keuangan, pendapatan, sikap investasi, dan pengetahuan investasi juga sebagai variabel yang memengaruhi minat berinvestasi.

Lebih lanjut, penelitian yang dilakukan oleh Wissalam, Nilda, dan Dewi (2021) berpendapat bahwa kegiatan investasi selalu mengandung unsur ketidakpastian karena investor tidak dapat memastikan secara pasti besarnya keuntungan yang akan diperoleh, yang mana investor dihadapkan pada risiko, karena semakin besar potensi keuntungan yang diharapkan, maka semakin besar pula tingkat risiko yang harus ditanggung. Secara spesifik penelitian tersebut menemukan bahwa ekspektasi *return* dan risiko investasi secara signifikan

memengaruhi minat investasi mahasiswa di Galeri Investasi Syariah IAIN Kerinci. Dengan kata lain, hasil investasi yang diperoleh sering kali tidak sejalan dengan ekspektasi awal. Kondisi ini menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi keputusan mahasiswa dalam memulai ataupun menunda kegiatan investasi. Meskipun minat berinvestasi cukup tinggi di kalangan mahasiswa, banyak di antara mereka yang masih merasa ragu atau takut untuk terlibat karena risiko yang menyertai setiap instrumen investasi.

Berdasarkan pendapat dari Hawa, *et al.*, (2023) risiko dalam investasi merupakan situasi dimana investor menerima imbal hasil yang tidak sesuai atau mengecewakan dibandingkan dengan ekspektasi mereka. Ketika keputusan investasi tidak tepat, investor berisiko mengalami kerugian dan tidak mendapatkan keuntungan yang diharapkan. Maka, setiap individu yang ingin berinvestasi harus hati-hati dalam menganalisis perusahaan sebelum menginvestasikan dana untuk mengurangi risiko investasi. Penelitian tersebut menekankan bahwa analisis risiko dan tingkat pengembalian (*return*) menjadi faktor fundamental dalam mengidentifikasi saham yang diminati oleh investor. Dengan demikian, pemahaman mendalam tentang potensi risiko dan proyeksi keuntungan merupakan pendorong utama minat investor dalam memiliki dan berpartisipasi di pasar saham.

Bisa dibilang bahwa risiko merupakan kemungkinan adanya perbedaan antara *return* sesungguhnya yang diterima dengan *return* yang diharapkan oleh investor. Investor akan memutuskan untuk berinvestasi jika pengembalian yang akan diterima tinggi dan risiko yang diterima rendah. Oleh karena itu, investor yang cenderung menghindari kerugian akan mengarahkan sebagian besar modalnya ke portofolio yang memiliki tingkat risiko rendah, namun ada juga investor yang bersedia mengambil risiko besar atau *risk taker*, yaitu investor yang mengalokasikan porsi investasi yang lebih signifikan dari portofolionya ke dalam aset yang mengandung risiko besar (Arrifqi & Putri, 2022).

Berdasarkan berbagai definisi dari penelitian terdahulu mengenai risiko investasi merupakan suatu kondisi yang kemungkinan terjadi kerugian atau hasil

investasi yang tidak sesuai dengan harapan. Risiko ini dapat disebabkan oleh berbagai faktor seperti ketidakpastian pasar, perubahan suku bunga, inflasi, kondisi ekonomi makro, hingga kesalahan dalam pengambilan keputusan. Bagi mahasiswa yang dapat dianggap sebagai calon investor, risiko investasi menjadi salah satu pertimbangan utama yang memengaruhi minat mereka dalam berinvestasi, karena keterbatasan pengalaman dan pemahaman terhadap instrumen investasi yang tersedia.

Dengan mempertimbangkan tingginya ketertarikan mahasiswa terhadap kegiatan investasi serta semakin beragamnya instrumen investasi yang tersedia saat ini, maka variabel risiko investasi relevan untuk diteliti kembali. Penelitian ini dilakukan untuk memahami bagaimana persepsi risiko memengaruhi perilaku investasi mahasiswa, serta untuk merumuskan strategi yang dapat membantu mereka dalam mengelola risiko secara bijak.

2.1.6. Social Media Influencer

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Firmansyah dan Sriyono (2024) bahwa *Social media influencer* dapat didefinisikan sebagai individu yang memiliki popularitas dan keahlian spesifik di *platform* media sosial, serta bertindak sebagai pihak ketiga untuk menjelaskan, menyampaikan, dan merekomendasikan topik atau informasi tertentu melalui media sosial dengan tujuan memengaruhi pengikutnya. Dalam ranah investasi, pengaruh *social media influencer* menjadi relevan terutama di kalangan generasi muda yang mencari informasi dan panduan melalui platform digital. Mereka memiliki kekuatan untuk membentuk persepsi, membangun kepercayaan, dan bahkan memicu tren investasi di antara para pengikutnya. Selain variabel *social media influencer*, ada faktor lain yang turut berperan dalam membentuk minat berinvestasi pada generasi muda, diantaranya yaitu pengetahuan investasi, *return* investasi, dan uang saku.

Menurut Rachma, Hakim, dan Surjanti (2024) *social media influencer* adalah seseorang yang memiliki eksistensi tinggi dan keterampilan di bidang tertentu di media sosial, serta berfungsi sebagai perantara dalam menyampaikan dan menyarankan informasi atau topik tertentu kepada para pengikutnya melalui akun pribadinya, dengan tujuan memengaruhi mereka. Kekuatan utama dari seorang influencer terletak pada kemampuannya membangun kedekatan emosional dan kepercayaan dengan audiensnya, sehingga pesan yang disampaikan cenderung lebih mudah diterima dan respons secara positif. Dalam konteks pemasaran maupun penyebaran informasi, peran influencer menjadi semakin signifikan karena mereka mampu mengarahkan opini publik, membentuk tren, serta memengaruhi perilaku konsumtif dan keputusan pengambilan tindakan dari para pengikutnya. Dalam penelitian tersebut, secara konsisten mengidentifikasi *social media influencer* sebagai variabel independen yang sangat berpengaruh dalam meningkatkan minat investasi, khususnya di kalangan generasi milenial. Mereka menunjukkan bahwa rekomendasi dan pengalaman yang dibagikan oleh *influencer* di media sosial memiliki potensi besar untuk mengubah persepsi dan mendorong niat investasi para pengikutnya.

Menurut pendapat dari Fauzianti dan Retnosari (2022), *influencer* memiliki peran sebagai pihak yang dapat menumbuhkan kesadaran akan pentingnya investasi serta memberikan dorongan positif terhadap ketertarikan individu dalam melakukan investasi di pasar modal. Pihak ini berpotensi memberikan dampak terhadap terbentuknya niat mahasiswa untuk menanamkan modal di pasar modal. Penelitian tersebut secara spesifik tidak hanya mengidentifikasi pengaruh dari *social media influencer*, namun juga menemukan bahwa modal awal investasi dan pengetahuan investasi merupakan faktor-faktor lain yang turut berperan dalam membentuk minat mahasiswa untuk berinvestasi.

Dengan kegunaannya yang dapat memberikan informasi dengan sangat cepat dan mudah diakses, serta biaya yang terbilang terjangkau, *social media* saat ini juga dimanfaatkan sebagai *platform* yang efektif untuk kegiatan edukasi (Mahendrayani & Musmini, 2021). Kemampuan *social media influencer* untuk

memengaruhi dan mengubah opini seseorang menyebabkan kebanyakan orang menganggap bahwa *social media influencer* sebagai sumber informasi terpercaya dalam mencari berbagai informasi seperti produk keuangan. Karena kemampuannya yang sangat penting dalam menyampaikan informasi tentang urgensi investasi dan memengaruhi ketertarikan pada pasar modal, terutama di kalangan generasi muda yang adaptif terhadap teknologi, *social media influencer* menjadi relevan mengingat kepercayaan dan potensi keterpengaruhan seseorang terhadap opini yang sesuai dengan informasi yang dicari (Firmansyah, Sriyono, & Prapanca, 2024).

Berdasarkan berbagai pandangan dari penelitian terdahulu dapat disimpulkan bahwa *social media influencer* merupakan individu yang memiliki pengaruh kuat di media sosial karena kepopuleran, keahlian, serta kemampuannya dalam menyampaikan dan merekomendasikan informasi tertentu kepada pengikutnya. Peran mereka tidak hanya sebagai komunikator, tetapi juga sebagai penggerak opini publik yang mampu membentuk persepsi, minat bahkan perilaku audiens terhadap suatu isu, termasuk dalam berinvestasi. Pengaruh yang dimiliki oleh *influencer* sangat penting karena mereka mampu membangun kedekatan emosional dan kepercayaan dengan pengikutnya, yang membuat pesan yang disampaikan lebih mudah diterima. Dalam hal ini, *social media influencer* memiliki peran strategis dalam mendorong kesadaran investasi di kalangan generasi muda yang cenderung lebih aktif di media sosial. Oleh karena itu, keberadaan *social media influencer* menjadi relevan untuk diteliti lebih lanjut sebagai salah satu faktor yang memengaruhi ketertarikan individu dalam melakukan investasi di pasar modal.

2.2. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini didasarkan pada pemahaman mendalam terhadap literatur yang telah ada sebagaimana diilustrasikan oleh penelitian-penelitian terdahulu. Tabel berikut ini menyajikan ringkasan komprehensif dari penelitian-penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian yang akan dilakukan oleh penulis.

Ringkasan penelitian-penelitian tersebut dapat dilihat pada Tabel 2.1 sebagai berikut:

Tabel 2.1 Daftar Ringkasan Penelitian Sebelumnya

No.	Nama Peneliti (tahun)	Variabel dan Metode Penelitian	Simpulan	Saran
1	Gunawan, Kristiastuti, dan Sari (2021)	Dependen : Minat Investasi Independen : Literasi Keuangan Metode Penelitian : Regresi Linear Sederhana	Variabel literasi keuangan berpengaruh terhadap minat investasi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Nurtanio Bandung	Disarankan untuk melakukan penelitian dengan menambah faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi minat investasi.
2	Yuniasari, Mranani, dan Prasetya (2024)	Dependen : Minat Investasi Independen : Literasi Keuangan, Perilaku Keuangan, dan Gaya Hidup Metode Penelitian : Regresi Linear Berganda	Variabel literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat investasi mahasiswa, sedangkan perilaku keuangan dan gaya hidup tidak berpengaruh terhadap minat investasi.	-

3	Santoso, Maghfiroh, dan Hidayat (2023)	Dependen : Minat Mahasiswa Berinvestasi Independen : Literasi Keuangan, Modal Minimal Investasi, dan <i>Risk</i> Metode Penelitian : Regresi Linear Berganda	Variabel literasi keuangan dan modal minimal berpengaruh positif terhadap minat investasi mahasiswa, sedangkan risiko berpengaruh negatif terhadap minat investasi.	Diharapkan menambah variabel lain yang dapat mempengaruhi minat investasi seperti variabel pengetahuan, motivasi, lingkungan eksternal.
4	Annisa, Azizah, dan Ariska (2025)	Dependen : Minat Investasi di Pasar Modal Independen : Literasi Keuangan, Persepsi Risiko, dan Persepsi Harga Metode Penelitian : Regresi Linear Berganda	Literasi keuangan, persepsi risiko, dan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi mahasiswa.	-
5	Wijaya, Weni, dan Umam (2025)	Dependen : Keputusan Investasi	Literasi keuangan berpengaruh positif dan	

		Independen : Literasi keuangan dan risiko Metode Penelitian : Regresi Linear Berganda	signifikan terhadap keputusan investasi, sedangkan variabel risiko berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan investasi.	
6	Hernanda dan Saputra (2025)	Dependen : Keputusan Investasi Independen : Uang Saku, Literasi Keuangan, Perilaku Keuangan Metode Penelitian : Regresi Berganda	Variabel uang saku dan literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi, sedangkan variabel perilaku keuangan tidak memberikan dampak yang signifikan terhadap keputusan investasi.	Disarankan untuk memperluas wilayah selain surakarta dan tidak menggunakan sampel mahasiswa saja
7	Firmansyah,	Dependen :	Variable <i>social</i>	-

	Sriyono, dan Prapanca (2024)	Minat Investasi Independen : <i>Social Media Influencer</i> , Pengetahuan Investasi, <i>Return Investasi</i> , dan Uang Saku Metode Penelitian : Asumsi standar dan analisis linear berganda	<i>media influencer</i> , pengetahuan investasi, <i>return investasi</i> , dan uang saku berpengaruh positif terhadap minat investasi	
8	Noviyanti dan Masdiantini (2022)	Dependen : Minat Berinvestasi Independen : Pengetahuan Investasi, Literasi Keuangan, Efikasi Keuangan, Uang Saku dan Sosialisasi Pasar Modal Metode Penelitian : Regresi Linear Berganda	Pengetahuan investasi, literasi keuangan, efikasi keuangan, Uang Saku, dan Sosialisasi pasar modal berpengaruh positif signifikan terhadap minat investasi,	Disarankan untuk menambah variabel lain yang kemungkinan mempengaruhi minat investasi.

9	Darajati (2022)	Dependen : Minat Mahasiswa Berinvestasi Independen : <i>Financial Literacy, Risk Perception, Uang Saku, Social Media Influencer</i> Metode Penelitian : Analisis Regresi Berganda Teori : <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB)	Variabel uang saku dan <i>social media influencer</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa berinvestasi di masa pandemi covid-19, sedangkan variabel <i>financial literacy</i> dan <i>risk perception</i> berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat mahasiswa berinvestasi di masa pandemi covid-19.	Disarankan menambahkan atau mengganti variabel independen.
10	Sridayani, Kumalasari, dan Bay (2023)	Dependen : Minat Mahasiswa Berinvestasi Independen : Pengetahuan Investasi dan Uang Saku Metode	Variabel pengetahuan investasi berpengaruh signifikan terhadap minat investasi, sedangkan	Disarankan menambah variabel penelitian, serta mengganti objek penelitian seperti lingkup

		Penelitian : <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM)	variabel uang saku memiliki pengaruh tetapi tidak signifikan terhadap minat investasi.	universitas.
11	Ulfa dan Suarmanayasa (2023)	Dependen : Minat Investasi Independen : Norma Subjektif, <i>Return</i> , Risiko, dan Pengetahuan Investasi Metode Penelitian : Analisis Regresi Linear Berganda	Variabel Norma subjektif, <i>Return</i> , Risiko, dan Pengetahuan Investasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi	Disarankan menggunakan variabel lain dan memperluas subjek penelitian.
12	Widati dan Putriliawati (2022)	Dependen : Minat Investasi Independen : Pengetahuan Investasi, Motivasi Investasi, <i>Return</i> Investasi, dan Risiko Investasi Metode Penelitian : Regresi Linear Berganda	Variabel pengetahuan investasi, motivasi investasi, dan risiko investasi berpengaruh signifikan terhadap minat investasi, sedangkan variable <i>return</i> investasi tidak	-

			berpengaruh signifikan terhadap minat investasi.	
13	Anisa, <i>et al.</i> , (2024)	Dependen : Minat Investasi Independen : Literasi Keuangan, Motivasi Investasi, dan Risiko Investasi Metode Penelitian : Analisis Regresi Berganda	Variabel literasi keuangan dan motivasi investasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi, sedangkan Risiko Investasi tidak berpengaruh terhadap minat investasi.	-
14	Santoso, Maghfiroh, dan Hidayat (2023)	Dependen : Minat Berinvestasi Independen : Literasi Keuangan, Modal Minimal Investasi dan <i>Risk</i> Metode Penelitian : Analisis Linear	Variabel Literasi keuangan dan modal minimal berpengaruh positif terhadap minat investasi, sedangkan <i>Risk</i> berpengaruh negatif terhadap minat investasi.	Disarankan menambah variabel lain yang dapat mempengaruhi minat investasi.

		Berganda		
15	Alivia dan Nadhifah (2024)	Dependen : Keputusan Investasi Independen : Literasi Keuangan, <i>Experienced Regret, Risk Tolerance</i> , dan Teknologi Informasi Metode Penelitian : Analisis Regresi Linear Berganda	Variabel literasi keuangan, <i>risk tolerance</i> , dan teknologi informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi, sedangkan <i>experienced regret</i> tidak berpengaruh terhadap keputusan investasi.	Disarankan memperluas ruang lingkup penelitian seperti perguruan tinggi ataupun masyarakat di Jawa Tengah, dan dapat menambah atau mengganti variabel lainnya.
16	Agustini, <i>et al.</i> , (2023)	Dependen : Minat Berinvestasi Independen : Literasi Keuangan, <i>Social Media Influencer</i> dan <i>Fear of Missing Out</i> Metode	Variabel literasi keuangan dan <i>Social Media Influencer</i> berpengaruh positif terhadap minat berinvestasi, sedangkan variable <i>fear of missing out</i>	-

		Penelitian : Regresi Linear Berganda	berpengaruh negatif terhadap minat berinvestasi	
17	Cholid dan Megawati (2024)	Dependen : Keputusan Berinvestasi Independen : Literasi Keuangan, Kualitas Informasi, dan <i>Influencer Social Media</i> Metode Penelitian : Regresi Linear Berganda Teori : <i>Theory of Planned Behavior (TPB), Information Adoption Model (IAM), dan Elaboration Likelihood Model (ELM)</i>	Variabel literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap keputusan investasi, sedangkan variabel kualitas informasi dan <i>influencer social media</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi.	-
18	Firmansyah, Sriyono, dan	Dependen : Minat Investasi	Variable <i>social media influencer</i> ,	-

	Prapanca (2024)	Independen : <i>Social Media Influencer</i> , Pengetahuan Investasi, Return Investasi, dan Uang Saku Metode Penelitian : Asumsi standar dan analisis linear berganda	pengetahuan investasi, return investasi, dan uang saku berpengaruh positif terhadap minat investasi,	
19	Jumiyani, Wibowo, dan Indriastuti (2024)	Dependen : Keputusan Investasi Independen : Pengalaman Investasi, <i>Risk Tolerance</i> , dan Influencer Sosial Media Metode Penelitian : <i>Metode Structural Equation Model</i> (SEM) berbasis <i>Partial Least Square</i> (PLS)	Variable pengalaman investasi dan <i>risk tolerance</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi, sedangkan influencer social media berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi.	-

20	Rachman, Hakim, dan Surjanti (2024)	Dependen : Minat Investasi Independen : <i>Sosial Media Influencer</i> Metode Penelitian : SLR (<i>Systematic Literature Review</i>) dengan panduan protokol PRISMA (<i>Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta</i>)	Variable <i>Sosial Media Influencer</i> memiliki pengaruh terhadap minat investasi.	Menggali variabel lain yang lebih efektif dan efisien terhadap minat investasi
21	Pradja dan Taufiq (2024)	Dependen : Keputusan Investasi Independen : Pengalaman Investasi, Tingkat Risiko, dan <i>Influencer Sosial Media</i> Metode Penelitian : Metode <i>Structural</i>	Variable pengalaman investasi, tingkat risiko, dan <i>influencer sosial media</i> berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan investasi	-

		<i>Equation Model</i> (SEM)		
--	--	--------------------------------	--	--

2.3. Hipotesis Penelitian

2.3.1. Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Investasi di Pasar Modal

Tingkat literasi keuangan yang baik atau tinggi pada setiap individu mengindikasikan pemahaman yang baik mengenai keuangan, terlepas dari apakah mereka masyarakat biasa atau mahasiswa, maka akan berdampak pada ketertarikan mahasiswa untuk berinvestasi sesuai dengan pemahaman keuangan yang mereka miliki. Ketertarikan seseorang untuk berinvestasi dipengaruhi oleh keyakinannya dalam mengelola keuangan, hal ini sejalan dengan teori yang dipakai yaitu *theory of planned behavior*, yang berarti literasi keuangan memiliki peran dalam meningkatkan pandangan positif terhadap investasi serta memperluas dukungan dan pengetahuan investasi, yang pada akhirnya memperkuat kepercayaan diri individu dalam mengelola investasi mereka (Shabrina & Habiburrahman, 2025).

Berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Santoso, Maghfiroh, dan Hidayat (2023), Yuniasari, Mranani, dan Prasetya (2024), serta Annisa, Azizah, dan Ariska (2025) bahwa tingkat literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal, kemudian hasil penelitian yang dilakukan oleh Gunawan, Kristiastuti, dan Sari (2021) serta Wijaya *et al.*, (2025) bahwa tingkat literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi, sedangkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Gunawan, Kristiastuti, dan Sari (2021) menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap minat investasi. Hal ini menunjukkan bahwa dengan adanya literasi keuangan yang tinggi atau besar akan meningkatkan minat mahasiswa yang ingin berinvestasi di pasar modal. Namun hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Widhiastuti dan Novienda (2024) menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap minat investasi. Mengacu pada hasil

penelitian Annisa, Azizah, dan Ariska (2025) yang mengindikasikan adanya pengaruh positif literasi keuangan terhadap minat investasi, maka hipotesis penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

H1 : Literasi keuangan memiliki pengaruh positif terhadap minat investasi

2.3.2. Pengaruh Uang Saku Terhadap Minat Investasi di Pasar Modal

Uang saku merupakan sejumlah dana yang diterima seseorang dari orang tahu atau diperoleh dari hasil pekerjaan, dan diperuntukkan untuk pengeluaran dalam jangka waktu tertentu (Firmansyah, Sriyono, & Prapanca, 2024). Bagi sebagian besar mahasiswa yang hidup di luar kota, uang saku merupakan salah satu aspek penting untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari mereka. Pada umumnya, terdapat korelasi positif antara besaran uang saku yang diterima mahasiswa dengan tingkat konsumsi mereka, di mana besaran uang saku diikuti oleh besaran pengeluaran konsumsi mahasiswa (Noviyanti & Masdiantini, 2022). Hal ini sesuai dengan *theory of planned behavior*, besar atau kecilnya uang saku yang diterima individu dapat memengaruhi *perceived behavioral control* mereka, dan faktor ini memiliki potensi untuk memengaruhi ketertarikan seseorang untuk melakukan investasi. Ini berarti, bahwa semakin besar jumlah uang saku yang didapatkan oleh seseorang, maka semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk menunjukkan minat dalam berinvestasi.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Firmansyah, Sriyono, dan Prapanca (2024), Noviyanti dan Masdianti (2022), dan Darajati (2022) bahwa uang saku berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi. Penelitian yang dilakukan oleh Sridayani, Kumalasari, dan Bay (2023) bahwa variabel uang saku memiliki pengaruh tetapi tidak signifikan terhadap minat investasi, serta hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Hernanda dan Saputra (2025) menunjukkan bahwa uang saku memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan investasi. Hal ini menunjukkan bahwa uang saku menjadi pertimbangan individu untuk melakukan investasi, karena jumlah dana yang didapatkan lebih besar memungkinkan mereka untuk mengalokasikan sebagian dana tersebut untuk berinvestasi. Mengacu pada hasil penelitian Firmansyah,

Sriyono, dan Prapanca (2024) yang mengindikasikan adanya pengaruh positif dan signifikan uang saku terhadap minat investasi, maka hipotesis penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

H2 : Uang saku memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi

2.3.3. Pengaruh Risiko Investasi Terhadap Minat Investasi di Pasar Modal

Risiko dalam investasi merujuk pada kondisi ketidakpastian yang dialami investor ketika mereka tidak mampu memperkirakan konsekuensi dari keputusan investasi yang diambil. Menurut Hanum dan Kusumawati (2025) ketika seseorang memiliki pemahaman mendalam tentang berbagai macam risiko serta mengerti cara mengatasinya, dan memiliki pandangan yang lebih realistis terhadap risiko tersebut, cenderung lebih yakin dalam berinvestasi dan mampu mengambil keputusan yang lebih masuk akal. Sehingga, pemahaman yang baik memungkinkan mereka untuk mengidentifikasi potensi kerugian dan mengambil langkah-langkah untuk meminimalisir atas risiko investasi yang mungkin terjadi.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Hanum dan Kusumawati (2025) risiko investasi memiliki pengaruh terhadap minat berinvestasi. Dengan demikian, risiko investasi menjadi salah satu faktor yang dipertimbangkan individu sebelum memutuskan untuk berinvestasi. Ketika seseorang melihat risiko investasi sebagai sesuatu yang dapat dikelola atau bahkan sebagai peluang, maka kecenderungan mereka untuk berinvestasi akan meningkat. Sebaliknya, jika risiko investasi dipandang sebagai ancaman atau tidak mampu mengatasinya, maka minat mereka untuk berinvestasi kemungkinan akan berkurang.

Penelitian yang dilakukan oleh Ulfa dan Suarmanayasa (2023) bahwa variabel risiko investasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi, kemudian hasil penelitian yang dilakukan oleh Widati, Wulandari, dan Putriliawati (2022) bahwa risiko investasi berpengaruh signifikan terhadap minat investasi, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Isnaini dan Rikumahu (2023) dan Anisa, *et al.*, (2024) menunjukkan bahwa risiko investasi tidak berpengaruh

terhadap minat investasi, dan hasil penelitian yang dilakukan oleh Santoso, Maghfiroh, dan Hidayat (2023) bahwa risiko investasi berpengaruh negatif terhadap minat investasi pada mahasiswa di pasar modal. Mengacu pada hasil penelitian Ulfa dan Suarmanayasa (2023) yang mengindikasikan adanya pengaruh positif dan signifikan risiko investasi terhadap minat investasi, maka hipotesis penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

H3 : Risiko investasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi

2.3.4. Pengaruh *Social Media Influencer* Terhadap Minat Investasi di Pasar Modal

Di era perkembangan teknologi seperti saat ini menyebabkan banyak masyarakat terutama kalangan mahasiswa yang tentunya memiliki *social media*, karena mereka menganggap *social media* sebagai media komunikasi dan informasi yang lebih efektif dan efisien, karena aksesnya yang cepat dan mudah. Menurut Agustin, *et al.*, (2023) semakin sering mahasiswa menerima informasi mengenai investasi dari *social media influencer* yang mereka lihat di media sosial, maka semakin besar kemungkinan mereka ingin melakukan investasi di pasar modal. Kemudahan akses dan penyajian informasi yang menarik oleh *social media influencer* di media sosial menjadi daya tarik utama bagi mahasiswa untuk mencari tahu dan akhirnya berminat pada investasi. Hal ini sejalan dengan *Theory of Planned Behavior* yang menyatakan bahwa norma subjektif yang salah satunya dibentuk oleh pandangan *social media influencer* memiliki potensi untuk memengaruhi ketertarikan mahasiswa dalam berinvestasi.

Influencer di bidang investasi yang menunjukkan sikap positif terhadap aktivitas investasi serta membagikan kisah keberhasilannya melalui media sosial dianggap mampu memperkuat norma subjektif para pengikutnya (Elmie & Mardiana, 2023). *Influencer* investasi dapat memberikan dampak positif dengan menumbuhkan keyakinan bahwa investasi merupakan langkah yang baik. Melalui platform media sosial seperti YouTube, Instagram, Twitter, serta TikTok, mereka mampu membentuk persepsi publik mengenai investasi secara konstruktif.

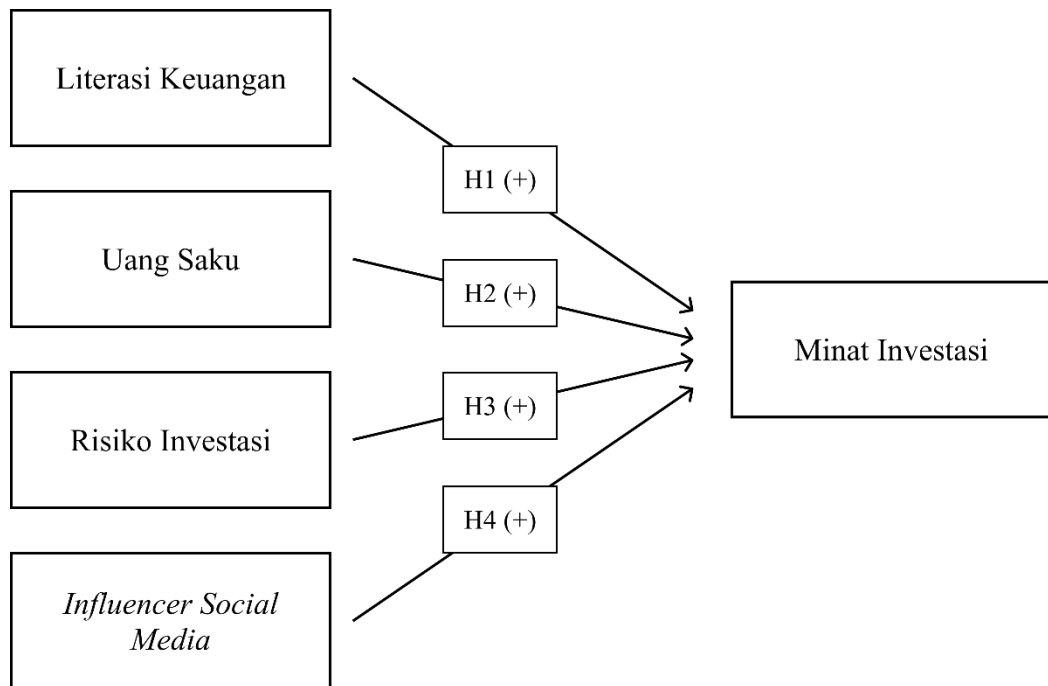
Pandangan yang optimis serta pengalaman keberhasilan yang mereka bagikan turut memengaruhi norma subjektif pengikutnya, menjadikan investasi tampak sebagai pilihan yang menjanjikan dan mampu meningkatkan kesejahteraan keuangan.

Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Rachma, Hakim, dan Surjanti (2024) *social media influencer* berpengaruh positif terhadap minat investasi, kemudian hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Agustini, *et al.*, (2023), Cholid dan Megawati (2024), Firmansyah, Sriyono, dan Prapanca (2024), serta Jumiyani, Wibowo, dan Indriastuti (2024) bahwa risiko investasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi, sedangkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Pradja dan Taufiq (2024) bahwa risiko investasi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan investasi. Hal ini menunjukkan bahwa informasi dan rekomendasi yang disampaikan oleh *social media influencer* mampu meningkatkan ketertarikan seseorang untuk berinvestasi. Mengacu pada hasil penelitian Rachma, Hakim, dan Surjanti (2024) yang mengindikasikan adanya pengaruh positif dari *social media influencer* terhadap minat investasi, maka hipotesis penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

H4 : *Social media influencer* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi

2.4. Kerangka Penelitian

Berdasarkan hipotesis yang sudah dijelaskan diatas maka dapat digambarkan hubungan variabel dependen dan variabel independen dalam kerangka penelitian. Kerangka penelitian tersebut tergambarkan dalam Gambar 2.2 sebagai berikut:



Gambar 2.2 Kerangka Penelitian

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi merupakan keseluruhan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2013). Sedangkan, menurut Suriani, Risnita, dan Jailani (2023) populasi merujuk pada keseluruhan objek atau subjek yang menjadi fokus penelitian, yang mana objek dan subjek ini memiliki karakteristik spesifik yang akan diteliti untuk kemudian ditarik kesimpulan. Populasi dalam metode penelitian digunakan untuk menyebutkan sekelompok objek yang menjadi tujuan penelitian. Sehingga, dapat disimpulkan bahwasannya populasi tidak hanya jumlah pada objek atau subjek akan tetapi juga terdapat karakteristik yang ada pada obyek ataupun subyek tersebut. Populasi yang menjadi objek pada penelitian ini adalah mahasiswa perguruan tinggi di wilayah D.I. Yogyakarta yang sudah pernah melakukan investasi atau sedang belajar investasi di pasar modal.

Sampel adalah sebagian kecil dari populasi yang memiliki karakteristik serupa dengan populasi tersebut (Sugiyono, 2013). Menurut Suriani, Risnita, dan Jailani (2023) juga mendefinisikan bahwa sampel merupakan sejumlah individu yang diambil dari populasi dan berfungsi sebagai representasi dari seluruh anggota populasi. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Haryati, Burhany, dan Suhartanto (2019) menyebutkan bahwa sampel merupakan bagian dari populasi yang dimanfaatkan untuk menyelidiki serta memahami karakteristik populasi secara keseluruhan. Apabila populasi yang besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semuanya yang terdapat pada populasi, yang terdiri karena dana maupun tenaga dan waktu. Maka dari itu peneliti bisa menggunakan sampel yang diambil dari populasi. Mekanisme penentuan sampel pada penelitian ini adalah dengan menggunakan jenis *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2013) *non-probability sampling* merupakan metode pengambilan sampel dimana tidak semua elemen atau anggota populasi memiliki

kesempatan yang sama untuk terpilih sebagai sampel. Sedangkan teknik *purposive sampling* merupakan metode pemilihan sampel yang dilakukan berdasarkan kriteria atau pertimbangan tertentu.

Proses pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik non-probability sampling, yaitu *purposive sampling*. Metode ini dipilih karena peneliti ingin menetapkan sampel berdasarkan pertimbangan dan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian, serta karakteristik populasi yang lebih spesifik. Dengan demikian, penentuan jumlah sampel tidak dihitung menggunakan rumus matematis, melainkan akan didasarkan pada jumlah responden yang memenuhi seluruh kriteria seleksi yang telah ditetapkan. Adapun kriteria yang digunakan dalam pemilihan sampel penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Responden diutamakan mahasiswa aktif di perguruan tinggi yang ada di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta, meliputi empat perguruan tinggi negeri yaitu Universitas Gadjah Mada (UGM), Universitas Negeri Yogyakarta (UNY), Universitas Pembangunan Nasional ‘Veteran’ Yogyakarta (UPN), dan Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga (UIN Sunan Kalijaga), serta empat perguruan tinggi swasta yaitu Universitas Islam Indonesia (UII), Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY), Universitas Ahmad Dahlan (UAD), dan Universitas Amikom Yogyakarta.
- b. Mahasiswa yang sudah menempuh minimal semester 4 atau telah berumur paling tidak 19 tahun.

Dengan menggunakan teknik *purposive sampling* ini, jumlah sampel akan ditentukan oleh banyaknya responden yang memenuhi seluruh kriteria yang telah ditetapkan. Kuesioner kemudian disebarakan secara daring melalui platform *Google Form* kepada mahasiswa aktif di perguruan tinggi di wilayah D.I. Yogyakarta yang telah memenuhi kriteria tersebut.

3.2. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

Dalam melakukan penelitian ada dua jenis sumber data untuk melakukan penelitian, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh atau dikumpulkan secara langsung di lapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau orang yang bersangkutan yang memerlukan data tersebut. Menurut Sugiyono (2013) sumber data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari pihak yang memberikan informasi kepada pengumpul data. Menurut Abdullah (2015) data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari sumber asli, baik berupa individu maupun perorangan, seperti melalui wawancara atau pengisian kuesioner. Sedangkan sumber data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari pihak pertama, melainkan melalui perantara seperti orang lain atau dokumen (Sugiyono, 2013). Dalam penelitian yang dilakukan oleh Abdullah (2015) berpendapat bahwa data sekunder adalah hasil olahan dari data primer yang telah disusun dan disajikan oleh pihak pengumpul data awal atau pihak lainnya, biasanya dalam bentuk tabel atau diagram, yang kemudian dimanfaatkan oleh peneliti untuk dilakukan penelitian lebih lanjut.

Penelitian ini menggunakan jenis data primer yang diperoleh langsung dari sumber penelitian dengan membagikan kuesioner. Kuesioner ini dirancang untuk mengumpulkan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan erat dengan tujuan penelitian dari responden yang dianggap paling relevan, yaitu mahasiswa perguruan tinggi di wilayah D.I. Yogyakarta, yang dianggap relevan dengan topik penelitian. Untuk mengukur tingkat persetujuan responden terhadap pertanyaan-pertanyaan yang relevan dengan penelitian, kuesioner dalam penelitian ini disajikan dalam bentuk skala likert. Skala likert ini menyediakan pilihan 1 – 5 jawaban yang merepresentasikan tingkatan persetujuan, yakni :

Tabel 3.1 Skala Likert

Skala Pengukuran	Skor
Sangat Tidak Setuju	1

Tidak Setuju	2
Kurang Setuju	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

3.3. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat variabel dependen (variabel terikat) dan variabel independen (variabel bebas). Dalam penelitian ini terdapat satu variabel dependen yaitu minat investasi di pasar modal pada mahasiswa dan terdapat empat variabel independen yaitu literasi keuangan, uang saku, risiko investasi, dan *social media influencer*. Pemilihan variabel-variabel ini didasarkan pada relevansi teoritis dan empiris yang menunjukkan pengaruh signifikan terhadap minat investasi, terutama dikalangan mahasiswa yang tengah berada dalam fase pembentukan pengetahuan dan preferensi keuangan.

Variabel dependen yang juga dikenal sebagai variabel terikat merupakan variabel yang menjadi fokus pengamatan atau perhatian utama dalam sebuah penelitian. Menurut Sugiyono (2013) variabel dependen yang bisa disebut dengan variabel *output*, kriteria, atau konsekuen ini juga lebih sering dikenal variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau merupakan hasil dari keberadaan variabel bebas. Penelitian ini menggunakan variabel dependen yaitu minat investasi di pasar modal pada mahasiswa. Berbagai faktor yang dapat mempengaruhi minat investasi mahasiswa yaitu literasi keuangan yang menjadi modal mahasiswa terkait seberapa besar pemahaman tentang keuangan, uang saku yang menjadi sumber dana bagi mahasiswa, risiko investasi yang menjadi persepsi mahasiswa terhadap potensi kerugian atau ketidakpastian keuntungan yang menjadi pertimbangan, serta *social media influencer* yang memiliki potensi untuk membentuk opini dan keyakinan mahasiswa terkait investasi melalui konten yang mereka bagikan.

Variabel independen yang memiliki sebutan lain seperti variabel *stimulus*, *prediktor*, dan *antecedent*, serta dalam bahasa Indonesia dikenal sebagai variabel

bebas merupakan variabel yang memengaruhi atau menjadi penyebab atau berubahnya variabel dependen (Sugiyono, 2013). Dalam penelitian ini, terdapat empat variabel independen sebagai faktor yang berpotensi memengaruhi variabel dependen, yaitu literasi keuangan, uang saku, risiko investasi, dan *social media influencer*.

3.3.1. Definisi Operasional Variabel Dependen Minat Investasi

Mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Hikmah dan Rustam (2020) mendefinisikan bahwa minat dapat diartikan sebagai suatu perasaan yang menunjukkan adanya ketertarikan terhadap suatu objek atau aktivitas, dan dilakukan tanpa adanya perintah. Minat investasi dapat diartikan sebagai suatu dorongan yang ada pada diri seseorang untuk melakukan atau mempraktikkan kegiatan yang berhubungan dengan investasi. Minat investasi di pasar modal pada mahasiswa merupakan variabel dependen dalam penelitian ini.

Pendapat menurut Crow and Crow dalam penelitian yang dilakukan oleh Mulyono, Maslichah, dan Junaidi (2022) menyatakan bahwa ada beberapa faktor yang dapat memengaruhi minat seseorang untuk berinvestasi. Faktor-faktor ini berperan penting dalam membentuk kecenderungan seseorang untuk mulai mempertimbangkan atau bahkan mengambil keputusan dalam berinvestasi. Adapun faktor-faktor yang memengaruhi sebagai berikut:

1. Faktor dorongan dari dalam individu

Faktor ini bisa dikatakan sebagai faktor minat individu karena adanya dorongan dari dalam diri setiap manusia yang menimbulkan minat seseorang. Dorongan yang berupa ingin tahu akan sesuatu sehingga membangkitkan minat, misalnya dalam berinvestasi. Ketika mendapatkan imbal hasil berupa keuntungan yang berbeda-beda setiap orang maka dengan adanya imbal hasil tersebut akan menimbulkan minat seseorang untuk melakukan investasi. Adapun indikator dari faktor dorongan dari dalam individu yang digunakan untuk mengukur penilaian mengenai variabel minat investasi yaitu :

- a. Keinginan pribadi untuk mempelajari dan memahami investasi.

- b. Keyakinan dari dalam diri bahwa investasi merupakan hal yang penting untuk dilakukan.
 - c. Rasa penasaran atau ketertarikan alami terhadap dunia pasar modal
- 2. Faktor motivasi dari lingkungan sosial

Faktor motivasi dari lingkungan juga memengaruhi minat seseorang karena faktor motivasi dari lingkungan sosial dapat membangkitkan minat seseorang dalam melaksanakan suatu kegiatan. Faktor motivasi dari lingkungan sosial yang memengaruhi minat ialah ekonomi dan lingkungan. Misalnya dalam berinvestasi, seseorang melakukan investasi untuk memperbaiki perekonomian agar lebih baik lagi. Adapun indikator dari faktor motivasi dari lingkungan sosial yang digunakan untuk mengukur penilaian mengenai variabel minat investasi yaitu :

 - a. Motivasi untuk meningkatkan kekayaan atau aset melalui investasi.
 - b. Motivasi untuk mencapai tujuan keuangan tertentu melalui investasi.
 - c. Motivasi untuk berpartisipasi aktif dalam pasar modal.
- 3. Faktor emosional individu

Emosional memiliki keterikatan yang cukup erat dengan minat pada seseorang atas sesuatu yang membuat seseorang juga akan meningkatkan minatnya. Misalnya, ketika berinvestasi seseorang akan timbul rasa senang ketika mendapatkan keuntungan yang tinggi. Maka, dengan adanya rasa senang yang timbul dapat meningkatkan minat seseorang dalam berinvestasi. Adapun indikator dari faktor emosional individu yang digunakan untuk mengukur penilaian mengenai variabel minat investasi yaitu :

 - a. Perasaan positif saat membayangkan atau berdiskusi tentang investasi.
 - b. Tingkat kepercayaan diri atau kenyamanan emosional terhadap risiko investasi.
 - c. Perasaan bahwa investasi merupakan kegiatan yang menarik dan tidak membosankan.
- 4. Faktor Pertimbangan Manfaat

Faktor pertimbangan manfaat mengacu pada penilaian rasional individu mengenai keuntungan atau nilai tambah yang dapat diperoleh dari aktivitas

investasi. Minat seseorang untuk berinvestasi sering kali timbul dari pemahaman dan keyakinan bahwa investasi merupakan sarana efektif untuk mencapai tujuan finansial, mengelola kekayaan, atau bahkan meningkatkan kualitas hidup di masa depan. Ketika individu melihat investasi sebagai alat yang strategis untuk menghasilkan keuntungan di luar pendapatan biasa atau melindungi nilai aset dari inflasi, minat mereka untuk berinvestasi akan semakin tinggi. Hal ini melibatkan persepsi akan potensi imbal hasil yang lebih baik dibandingkan alternatif lain serta pemanfaatan investasi sebagai bagian dari perencanaan keuangan yang cerdas. Adapun indikator dari faktor pertimbangan manfaat yang digunakan untuk mengukur penilaian mengenai variabel minat investasi yaitu:

- a. Persepsi bahwa investasi merupakan cara yang efektif untuk mendapatkan keuntungan di luar pendapatan rutin.
- b. Keyakinan bahwa investasi di pasar modal menawarkan potensi imbal hasil yang lebih baik dibandingkan menabung di bank.
- c. Pertimbangan bahwa investasi merupakan strategi bagus untuk mengelola keuangan.

3.3.2. Definisi Operasional Variabel Independen Literasi Keuangan

Mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Annisa, Azizah, dan Ariska (2025), mendefinisikan bahwa literasi keuangan didefinisikan sebagai pemahaman dan kemampuan dalam mengelola sumber daya finansial untuk mencapai kesejahteraan ekonomi, terlebih individu dengan tingkat literasi keuangan yang baik tentunya memiliki pandangan positif terhadap investasi. Oleh karena itu, literasi keuangan menjadi pondasi penting bagi pertumbuhan ekonomi individu, memungkinkan untuk merencanakan masa depan finansial yang lebih aman dan terjamin.

Pendapat menurut David (2010) menyatakan bahwa ada beberapa faktor yang dapat memengaruhi minat seseorang untuk berinvestasi yaitu pengetahuan tentang konsep keuangan, kemampuan untuk berkomunikasi tentang konsep

keuangan, kemampuan untuk mengelola keuangan pribadi, kemampuan dalam membuat keputusan keuangan, dan keyakinan untuk membuat perencanaan keuangan masa depan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh David (2010) literasi keuangan memiliki beberapa indikator yang merepresentasikan tingkat pemahaman individu dalam mengelola keuangan secara efektif dan efisien. Adapun faktor-faktor dari variabel literasi keuangan yang dapat memengaruhi minat investasi yaitu sebagai berikut:

1. Faktor “*knowledge of financial concepts*” (Pengetahuan tentang konsep keuangan)

Faktor ini tidak hanya mencakup pengenalan umum terhadap konsep keuangan, tetapi juga apresiasi akan pentingnya menabung dan berinvestasi, serta kemampuan membedakan kedua aktivitas tersebut. Pengetahuan yang kuat pada aspek ini menjadi fondasi krusial bagi individu untuk dapat berpartisipasi secara efektif dan cerdas dalam aktivitas keuangan sehari-hari dan investasi di pasar modal. Adapun indikator dari faktor pengetahuan konsep keuangan yang digunakan untuk mengukur penilaian mengenai variabel literasi keuangan yaitu:

- a. Pemahaman pengelolaan keuangan
- b. Pemahaman pentingnya menabung dan investasi
- c. Pemahaman tentang perbedaan antara investasi dan menabung

2. Faktor “*Ability to Communicate about Financial Concepts*” (Kemampuan untuk mengkomunikasikan konsep keuangan)

Faktor ini menilai kapasitas mahasiswa dalam menyampaikan ide, informasi, dan pemahaman terkait keuangan secara efektif kepada orang lain. Ini menunjukkan tidak hanya pengetahuan internal yang dimiliki, tetapi juga bagaimana pengetahuan tersebut dapat dieksternalisasi dan dibagikan, misalnya dalam diskusi mengenai investasi. Kemampuan komunikasi yang baik pada konsep keuangan mencerminkan tingkat literasi yang lebih mendalam dan kepercayaan diri dalam berinteraksi dengan informasi keuangan. Adapun indikator dari faktor kemampuan untuk

mengkomunikasikan konsep keuangan yang digunakan untuk mengukur penilaian mengenai variabel literasi keuangan yaitu :

- a. Kemampuan menjelaskan konsep keuangan
- b. Kemampuan berdiskusi tentang investasi

3. Faktor “*Aptitude in Managing Personal Finances*” (Kecerdasan dalam mengelola keuangan pribadi)

Faktor ini fokus pada keterampilan praktis mahasiswa dalam mengelola aspek-aspek dasar keuangan mereka sehari-hari. Ini mencakup kemampuan untuk secara efektif mengendalikan arus kas pribadi, memastikan pengeluaran sejalan dengan kebutuhan prioritas, serta kompetensi dalam menyusun dan mematuhi anggaran keuangan. Kecerdasan manajerial ini merupakan inti dari literasi keuangan yang sehat, yang memungkinkan seseorang untuk membangun pondasi keuangan yang stabil. Adapun indikator dari faktor kecerdasan dalam mengelola keuangan pribadi yang digunakan untuk mengukur penilaian mengenai variabel literasi keuangan yaitu :

- a. Kemampuan mengendalikan pemasukan dan pengeluaran
- b. Mengelola pengeluaran sesuai kebutuhan
- c. Kemampuan membuat anggaran keuangan

4. Faktor “*Skill in Making Appropriate Financial Decisions*” (Kemampuan dalam membuat keputusan keuangan yang tepat)

Faktor ini mengevaluasi kapasitas mahasiswa untuk memproses informasi keuangan dan menggunakannya sebagai dasar untuk mengambil keputusan yang rasional dan menguntungkan. Tidak hanya mencakup pemahaman laporan keuangan, tetapi juga aplikasi pemahaman tersebut dalam konteks pengambilan keputusan investasi. Adapun indikator dari faktor kemampuan dalam membuat keputusan keuangan yang digunakan untuk mengukur penilaian mengenai variabel literasi keuangan yaitu :

- a. Kemampuan memahami informasi keuangan
- b. Kemampuan membuat keputusan investasi

5. Faktor “*Confidence to Plan Effectively for Future Financial Needs*” (Kepercayaan dalam merencanakan keuangan secara efektif untuk kebutuhan dimasa mendatang)

Faktor ini mencerminkan tingkat keyakinan dan optimisme mahasiswa terhadap kemampuan mereka untuk mengorganisir dan mencapai tujuan keuangan jangka panjang. Adapun indikator dari faktor sikap terhadap keuangan yang digunakan untuk mengukur penilaian mengenai variabel literasi keuangan yaitu:

- a. Kepercayaan diri dalam merencanakan keuangan masa depan
- b. Kemampuan menetapkan tujuan keuangan

3.3.3. Definisi Operasional Variabel Independen Uang Saku

Mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Firmansyah, Sriyono, dan Prapanca (2024), mendefinisikan bahwa uang saku merupakan sejumlah dana yang diberikan dari orang tua atau dihasilkan sendiri dari pekerjaan untuk digunakan dalam jangka waktu tertentu guna memenuhi kebutuhan sehari-hari. Mahasiswa dengan uang saku yang lebih besar cenderung memiliki tingkat konsumsi yang lebih tinggi juga (Rismayanti & Oktapiani, 2020). Indikator yang digunakan dalam penelitian untuk mengukur variabel uang saku yaitu hubungan antara besaran uang saku dengan pola konsumsi, kemauan menyisihkan uang untuk investasi, uang saku yang lebih digunakan untuk membeli saham yang lebih banyak.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Darajati (2022) disebutkan bahwa ada beberapa faktor yang dapat memengaruhi minat seseorang untuk berinvestasi yaitu jumlah uang saku dengan pola konsumsi, kemauan menyisihkan uang untuk investasi, uang saku yang lebih digunakan untuk membeli saham lebih banyak, serta sumber uang saku. Faktor-faktor tersebut dipilih karena dinilai mampu merepresentasikan bagaimana mahasiswa memanfaatkan uang sakunya tidak hanya untuk kebutuhan konsumtif, tetapi juga untuk tujuan keuangan jangka panjang. Adapun faktor-faktor dari variabel literasi keuangan yang dapat memengaruhi minat investasi yaitu sebagai berikut:

1. Jumlah uang saku dengan pola konsumsi

Faktor ini berfokus pada hubungan antara besarnya uang saku yang diterima oleh mahasiswa dengan kebiasaan pengeluaran mereka. Hal tersebut menunjukkan apakah uang saku yang ada mencukupi untuk kebutuhan sehari-hari dan seberapa besar dana yang dialokasikan untuk keperluan konsumtif. Pemahaman tersebut secara langsung dapat memengaruhi potensi mahasiswa untuk menyisihkan dana, bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan sesaat, tetapi juga untuk tujuan keuangan jangka panjang seperti investasi di pasar modal. Adapun indikator dari faktor jumlah uang saku dengan pola konsumsi yang digunakan untuk mengukur penilaian mengenai variabel uang saku yaitu :

- a. Kecukupan uang saku untuk kebutuhan
- b. Proporsi uang saku yang dialokasikan
- c. Pengaruh jumlah uang saku

2. Sumber uang saku

Faktor ini merujuk pada asal-usul uang saku yang diterima oleh mahasiswa, apakah itu dari orang tua, beasiswa, pekerjaan paruh waktu, atau sumber lainnya, serta keteraturan penerimaannya. Sumber uang saku yang stabil dan reguler dapat memberikan rasa aman keuangan, yang pada gilirannya memengaruhi kepercayaan diri mahasiswa dalam merencanakan keuangan jangka panjang, termasuk untuk investasi. Selain itu, adanya tambahan uang saku dari berbagai sumber juga dapat meningkatkan kapasitas keuangan mahasiswa untuk terlibat dalam aktivitas investasi. Adapun indikator dari faktor sumber uang saku yang digunakan untuk mengukur penilaian mengenai variabel uang saku yaitu:

- a. Sumber pemasukan yang diterima
- b. Penerimaan uang saku yang teratur
- c. Tambahan uang saku

3. Kemauan menyisihkan uang untuk investasi

Faktor ini digunakan untuk melihat dorongan dari dalam diri dan kedisiplinan mahasiswa dalam mengalokasikan sebagian dari uang saku mereka secara

spesifik untuk aktivitas investasi. Faktor ini tidak hanya menilai niat awal, tetapi juga konsistensi dalam tindakan penyesihan dana dan sejauh mana investasi menjadi prioritas dibandingkan pengeluaran konsumtif. Adapun indikator dari faktor kemauan menyisihkan uang untuk investasi yang digunakan untuk mengukur penilaian mengenai variabel uang saku yaitu :

- a. Niat menyisihkan uang saku
 - b. Disiplin menyisihkan uang saku
 - c. Prioritas penyesihan uang saku
4. Uang saku digunakan untuk membeli saham

Faktor ini fokus pada tindakan mahasiswa dalam memanfaatkan dana yang ada sebagai modal untuk diinvestasikan. Hal tersebut digunakan untuk mengukur seberapa sering dan seberapa besar porsi uang saku yang secara langsung dialokasikan untuk investasi. Adapun indikator dari faktor uang saku digunakan untuk membeli saham yang digunakan untuk mengukur penilaian mengenai variabel uang saku yaitu :

- a. Penggunaan uang saku untuk membeli saham
- b. Konsistensi alokasi uang saku
- c. Proporsi uang saku yang dialokasikan untuk saham

3.3.4. Definisi Operasional Variabel Independen Risiko Investasi

Mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Ulfa dan Suarmanayasa (2023), berpendapat bahwa risiko investasi sebagai potensi kerugian yang mungkin dihadapi oleh investor dalam kegiatan investasi. Minat mahasiswa dalam berinvestasi di pasar modal dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya risiko investasi. Persepsi atas risiko yang dimiliki oleh masing-masing orang berbeda-beda. Sebagian besar mahasiswa berani mengambil risiko, sedangkan sebagian besar lainnya tidak berani mengambil risiko. Tentu saja ketika berinvestasi di pasar modal tidak bisa terlepas dari risiko.

Pendapat menurut Aini, Maslichah, dan Junaidi (2019), menyatakan bahwa ada beberapa faktor dari risiko investasi yang dapat memengaruhi minat seseorang untuk berinvestasi yaitu adanya risiko yang harus ditanggung, risiko

yang tinggi dalam berinvestasi, kemungkinan kerugian dari berinvestasi, investasi tidak menjamin terpenuhinya kebutuhan, dan keputusan berinvestasi di pasar modal yang terlalu berisiko. Faktor-faktor tersebut dinilai mampu menggambarkan bagaimana mahasiswa memandang dan merespons risiko dalam pengambilan keputusan dalam berinvestasi. Adapun faktor-faktor yang digunakan dalam variabel risiko investasi yang dapat memengaruhi minat investasi yaitu sebagai berikut:

1. Adanya risiko tertentu

Faktor ini berfokus pada pemahaman mahasiswa bahwa investasi di pasar modal selalu disertai dengan berbagai jenis risiko yang tidak dapat diabaikan. Ini mencakup kesadaran dasar bahwa tidak ada instrumen investasi yang sepenuhnya bebas dari potensi risiko finansial. Pengakuan akan keberadaan risiko-risiko ini adalah fondasi awal dalam proses pengambilan keputusan, memengaruhi bagaimana mahasiswa mengevaluasi potensi keuntungan dan kerugian. Adapun indikator dari faktor adanya risiko tertentu yang digunakan untuk mengukur penilaian mengenai variabel risiko investasi yaitu:

- a. Kesadaran jenis risiko investasi
- b. Pengenalan adanya risiko finansial dalam investasi
- c. Pemahaman bahwa investasi tidak bebas risiko

2. Kemungkinan mengalami kerugian

Faktor ini membahas persepsi mahasiswa mengenai seberapa besar kemungkinan terjadinya kerugian finansial dari kegiatan investasi di pasar modal. Lebih dari sekadar kesadaran akan adanya risiko, faktor ini menyelidiki apakah mahasiswa meyakini bahwa peluang kerugian lebih dominan dibandingkan potensi keuntungan, serta kesiapan mental mereka dalam menghadapi realisasi kerugian tersebut. Adapun indikator dari faktor kemungkinan mengalami kerugian yang digunakan untuk mengukur penilaian mengenai variabel risiko investasi yaitu:

- a. Keyakinan ada kemungkinan terjadinya kerugian
- b. Persepsi kerugian lebih mungkin terjadi daripada keuntungan
- c. Kesiapan mental akan kerugian

3. Investasi tidak menjamin terpenuhinya kebutuhan

Aspek investasi tidak menjamin terpenuhinya kebutuhan menyoroti kekhawatiran mahasiswa bahwa hasil dari aktivitas investasi di pasar modal, yang bersifat tidak pasti, mungkin tidak selalu dapat memenuhi kebutuhan finansial mereka, terutama untuk kebutuhan mendesak atau yang bersifat prioritas. Ini menggambarkan bagaimana mahasiswa mempertimbangkan prioritas antara potensi imbal hasil investasi jangka panjang dengan urgensi pemenuhan kebutuhan hidup sehari-hari. Adapun indikator dari faktor investasi tidak menjamin terpenuhinya kebutuhan yang digunakan untuk mengukur penilaian mengenai variabel risiko investasi yaitu:

- a. Ketidakpastian hasil investasi penuhi kebutuhan
- b. Kekhawatiran investasi tidak cukup untuk kebutuhan mendesak
- c. Prioritas pemenuhan kebutuhan dibandingkan investasi

4. Pemikiran bahwa berisiko

Faktor ini menganggap pola pikir dan keyakinan umum mahasiswa yang secara mendasar menganggap investasi sebagai suatu aktivitas yang penuh risiko. Ini mencerminkan kecenderungan mereka untuk lebih memfokuskan perhatian pada potensi kerugian dan aspek negatif dari risiko investasi dibandingkan dengan peluang keuntungannya. Persepsi dominan bahwa risiko kerugian lebih besar dapat menjadi penghalang secara psikologis yang kuat. Adapun indikator dari faktor pemikiran bahwa berisiko yang digunakan untuk mengukur penilaian mengenai variabel risiko investasi yaitu:

- a. Fokus dominan pada aspek negatif risiko
- b. Risiko sebagai penghalang utama investasi
- c. Pemikiran bahwa risiko rugi lebih berpotensi dari keuntungan

3.3.5. Definisi Operasional Variabel Independen *Social Media Influencer*

Definisi *Social media influencer* dalam penelitian ini mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Rachma, Hakim, dan Surjanti (2024), berpendapat bahwa *social media influencer* adalah seseorang dengan ketenaran dan keahlian di media sosial yang berperan sebagai pihak ketiga, dan memiliki tujuan yaitu untuk

menggambarkan, mengomunikasikan, dan menganjurkan informasi tertentu melalui platform pribadinya guna memengaruhi pengikutnya. Dengan demikian, *influencer* diharapkan berperan sebagai pihak yang dapat mengedukasi tentang urgensi investasi sekaligus membangkitkan minat investasi di pasar modal pada mahasiswa.

Pendapat menurut Isticharoh dan Kardoyo (2020), menyatakan bahwa ada beberapa faktor dari variabel *social media influencer* yang dapat memengaruhi minat seseorang untuk berinvestasi yaitu intensitas penggunaan sosial, pemanfaatan sosial media dalam mencari informasi tentang investasi, efektivitas penggunaan sosial media dalam mendukung kegiatan, serta ditambah lagi dengan kualitas konten investasi. Faktor-faktor tersebut dipilih karena dinilai mampu merepresentasikan sejauh mana pengaruh *social media influencer* dalam membentuk persepsi serta keputusan investasi mahasiswa terhadap aktivitas investasi. Adapun faktor-faktor dari variabel *social media influencer* yang dapat memengaruhi minat investasi yaitu sebagai berikut:

1. Intensitas penggunaan *social media*

Faktor ini mengukur seberapa sering dan berapa lama mahasiswa menghabiskan waktu untuk melihat atau berinteraksi dengan konten yang disajikan oleh *influencer* investasi di media sosial. Intensitas penggunaan ini tidak hanya mencakup keberadaan di platform, tetapi secara spesifik pada sejauh mana seseorang secara aktif mengonsumsi dan terpapar pada informasi investasi dari *influencer*. Tingginya intensitas ini berpotensi meningkatkan dampak *influencer* dalam membentuk persepsi dan minat investasi mahasiswa. Adapun indikator dari faktor intensitas penggunaan *social media* yang digunakan untuk mengukur penilaian mengenai variabel *social media influencer* yaitu:

- a. Intensitas melihat konten investasi
- b. Durasi waktu yang dipakai
- c. Jumlah *influencer* investasi yang diikuti

2. Pemanfaatan *social media* dalam mencari informasi investasi

Faktor ini menilai sejauh mana mahasiswa secara aktif dan sengaja memanfaatkan *social media influencer* sebagai sumber utama untuk memperoleh informasi dan panduan terkait investasi di pasar moda. Tidak hanya terkait tindakan mencari informasi, tetapi juga tingkat kepercayaan yang diberikan pada konten dan rekomendasi yang disampaikan oleh *influencer*. Pemanfaatan yang efektif menunjukkan peran *influencer* sebagai sumber informasi yang kredibel dan relevan. Adapun indikator dari faktor pemanfaatan *social media* yang digunakan untuk mengukur penilaian mengenai variabel *social media influencer* yaitu:

- a. *Influencer* sebagai sumber informasi investasi
- b. Kepercayaan terhadap informasi dari *influencer*
- c. Mengikuti panduan investasi dari *influencer*

3. Efektivitas *social media*

Faktor ini mengevaluasi sejauh mana *social media influencer* melalui platform atau aplikasi media sosial, mampu secara efektif menghasilkan dampak terhadap minat investasi di kalangan mahasiswa. Efektivitas ini diukur dari kemampuan *influencer* untuk mendorong niat atau tindakan investasi, membantu mengatasi keraguan yang mungkin muncul, serta berkontribusi pada pembangunan kepercayaan mahasiswa terhadap investasi di pasar modal. Adapun indikator dari faktor efektivitas *social media* yang digunakan untuk mengukur penilaian mengenai variabel *social media influencer* yaitu:

- a. Dorongan niat dari *influencer*
- b. Mengatasi keraguan
- c. Pembangunan kepercayaan

4. Kualitas konten investasi

Faktor ini fokus pada kualitas intrinsik dari informasi atau materi investasi yang disajikan oleh *influencer* di media sosial. Hal ini mencakup sejauh mana konten tersebut disampaikan dengan jelas dan mudah dipahami oleh mahasiswa, relevansinya dengan kebutuhan dan kondisi finansial audiens, serta nilai edukatif yang dapat mereka peroleh. Konten investasi yang berkualitas tinggi akan lebih efektif dalam meningkatkan pemahaman,

membangun kepercayaan, dan pada akhirnya memupuk minat investasi di kalangan mahasiswa. Adapun indikator dari faktor kualitas konten investasi yang digunakan untuk mengukur penilaian mengenai variabel *social media influencer* yaitu:

- a. Kejelasan dan kemudahan memahami informasi investasi dari *influencer*
- b. Relevansi konten investasi *influencer* dengan kebutuhan
- c. Nilai edukatif yang diperoleh dari konten investasi

3.4. Teknik Analisis Data

3.4.1. Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan metode statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara menyajikan atau menggambarkan data yang telah diperoleh, tanpa melakukan generalisasi atau penarikan kesimpulan yang berlaku secara luas (Sugiyono, 2013). Menurut Ghozali (2013) statistik deskriptif merupakan metode yang memberikan keterangan atau gambaran data dari terendah (*minimum*), nilai tertinggi (*maximum*), nilai rata-rata (*mean*), dan nilai standar deviasi (*std. Deviation*) pada setiap variabel. Statistik deskriptif memberikan kemudahan dalam proses pengumpulan data dengan menyajikan informasi secara ringkas dan terstruktur (Ghozali, 2013).

Dalam statistik deskriptif juga dapat dilakukan mencari kuatnya hubungan antara variabel melalui analisis korelasi, melakukan prediksi dengan analisis regresi, dan membuat perbandingan dengan membandingkan rata-rata data sampel atau populasi (Sugiyono, 2013). Dalam penelitian ini data dan informasi hasil analisis statistik deskriptif yang diungkapkan adalah nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata dan standar deviasi dari masing-masing variabel.

3.4.2. Uji Kualitas Data

3.4.2.1. Uji Validitas

Uji validitas adalah uji yang digunakan untuk membuktikan kebenaran dan keabsahan sebuah indikator dalam kuesioner (Ghozali, 2013). Dengan kata lain,

uji validitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana data dari kuesioner dalam suatu penelitian dapat dianggap valid atau tidaknya. Selain fungsinya untuk menguji keabsahan data, uji validitas juga berperan dalam menunjukkan sejauh mana alat ukur mampu mengukur objek yang diteliti secara tepat. Jika alat ukur dapat menjalankan fungsinya dengan baik dan menghasilkan data yang akurat sesuai dengan tujuan pengujian, maka pengujian tersebut dapat dianggap efektif. Namun, apabila hasil dari suatu pengujian tidak relevan atau tidak menunjukkan keterkaitan dengan tujuan pengukuran, maka pengujian tersebut dianggap kurang efektif.

Menurut Wahyuning (2021) kegunaan validitas yaitu untuk menilai sejauh mana suatu instrumen mampu mengukur dengan tepat dan cermat, sehingga data yang diperoleh relevan dan sesuai dengan tujuan pengukuran. 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, 2013).

3.4.2.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji yang digunakan untuk menentukan tingkat keandalan data yang selama penelitian. Menurut Masri Singarimbun dalam penelitian yang dilakukan oleh Wahyuning (2021) menyatakan bahwa reliabilitas merupakan suatu indeks yang mencerminkan tingkat keandalan atau keterpercayaan. Apabila suatu alat ukur digunakan dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan menghasilkan data yang relatif konsisten, maka alat tersebut dianggap reliabel. Dengan kata lain, reliabilitas mencerminkan tingkat konsistensi alat ukur dalam mengamati gejala yang serupa.

Menurut Wahyuning (2021) dalam penelitian, reliabilitas didefinisikan sebagai sejauh mana hasil pengukuran tetap stabil saat tes dilakukan berulang kali pada subjek dan kondisi yang sama. Penelitian dikatakan reliabel jika menghasilkan data yang konsisten, dan dianggap tidak reliabel jika hasil

pengukuran berubah-ubah. Suatu alat ukur dikatakan reliabilitas jika pengukuran menghasilkan nilai dan besaran yang konsisten, jika alat ukur tersebut digunakan berulang kali oleh peneliti lain (Ummah, 2019). Jika variabel menghasilkan nilai koefisien reliabilitas (α) $> 0,06$ dan *Cronbach Alpha* positif (Ghozali, 2013).

- a) Apabila *Cronbach Alpha* $> 0,06$ artinya variabel penelitian *reliable*
- b) Apabila *Cronbach Alpha* $< 0,06$ artinya variabel penelitian tidak *reliable*

3.4.3. Uji Asumsi Klasik

3.4.3.1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menentukan apakah data dari variabel independen (variabel bebas) dan variabel dependen (variabel terikat) terdistribusi secara normal atau menyimpang dari distribusi normal (Lina & Efriyenti, 2025). Tujuan dari uji normalitas merupakan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh mengikuti pola distribusi normal atau justru tidak (Mandagie, Febrianti, & Fujianti, 2020). Untuk memeriksa apakah data tersebut berdistribusi normal, uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov*.

Uji normalitas digunakan untuk menilai apakah data dalam penelitian memiliki distribusi normal, karena distribusi normal merupakan salah satu asumsi utama dalam analisis regresi linear (Ghozali, 2018). Uji normalitas dalam penelitian ini bertujuan untuk memastikan bahwa residual dari model regresi memenuhi asumsi distribusi normal. Ketika data berdistribusi normal, analisis parametrik seperti regresi linear dapat digunakan secara tepat. Namun, jika distribusi data tidak normal, peneliti perlu mempertimbangkan transformasi data atau menggunakan pendekatan non-parametrik agar hasil analisis tetap valid dan dapat dipercaya (Joseph, *et al.*, 2019). Dapat dikatakan data berdistribusi normal jika menghasilkan nilai signifikansi $> 0,05$ sedangkan dapat dikatakan tidak berdistribusi normal jika nilai signifikansinya $< 0,05$ (Ghozali, 2013).

3.4.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah suatu kondisi dimana terjadi korelasi antara variabel bebas atau antar variabel bebas tidak bersifat saling bebas. Uji multikolinearitas berfungsi untuk mengetahui apakah ada variabel independen yang memiliki kesamaan antar variabel independen dalam satu model regresi. Menurut Ghozali (2013) suatu model regresi yang ideal seharusnya tidak menunjukkan adanya hubungan atau korelasi antar variabel independen. Jika terdapat korelasi di antara variabel-variabel independen, maka variabel-variabel tersebut tidak bersifat ortogonal. Variabel independen dikatakan ortogonal apabila tidak memiliki korelasi satu sama lain, atau nilai korelasinya adalah nol (Ghozali, 2013).

Uji multikolinearitas dalam penelitian ini dilakukan untuk memastikan bahwa antar variabel independen tidak terdapat hubungan linear yang kuat, adanya multikolinearitas dapat mengganggu interpretasi pengaruh masing-masing variabel independen terhadap minat investasi (Joseph, *et al.*, 2019). Oleh karena itu, apabila multikolinearitas terdeteksi, perlu dilakukan penanganan seperti menghapus variabel yang memiliki korelasi tinggi atau menerapkan metode analisis lain. Uji multikolinearitas dapat dilihat melalui Variance Inflation Factor (VIF). Nilai yang disarankan untuk menunjukkan tidak adanya multikolinearitas yaitu angka Tolerance $> 0,10$ dan angka VIF < 10 (Ghozali, 2013).

3.4.3.3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah 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 homoskedastisitas, tetapi apabila varian residual antar observasi mengalami perubahan maka disebut heteroskedastisitas. Adanya heteroskedastisitas dalam model regresi dapat menyebabkan hasil estimasi menjadi tidak efisien dan mengganggu validitas pengujian statistik, seperti uji t dan uji f.

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat varians residual antar satu observasi lainnya dalam model regresi (Ghozali, 2013). Pendeteksian heteroskedastisitas penting dilakukan karena keberadaannya dapat menyebabkan koefisien regresi menjadi tidak efisien dan kesalahan standar menjadi bias, yang pada akhirnya memengaruhi validitas hasil pengujian hipotesis. Uji heteroskedastisitas dapat diukur menggunakan uji Glejser dengan bantuan SPSS (Ghozali, 2013). Jika hasil uji menunjukkan adanya heteroskedastisitas, maka perlu mempertimbangkan solusi seperti transformasi data, penambahan variabel, atau menggunakan metode regresi yang lain.

3.4.4. Uji Hipotesis

3.4.4.1. Uji F

Uji F atau juga disebut uji kelayakan model dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kelayakan dalam model penelitian. Menurut Ghozali (2018) uji F (F-test) merupakan uji statistik yang digunakan untuk menilai signifikansi pengaruh seluruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen dalam suatu model regresi. Dalam penelitian ini, uji F dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen seperti literasi keuangan, uang saku, risiko investasi, dan *social media influencer* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat investasi.

Menurut Zulfikar, *et al.*, (2024) uji F yaitu uji yang digunakan untuk melihat sejauh mana semua variabel bebas secara kolektif berpengaruh terhadap variabel terikat. Uji kelayakan model dapat diukur dari nilai statistik F yang menunjukkan apakah semua variabel independen di dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji F yakni sebagai berikut :

- a) Nilai Sig. $F < 0,05$ maka artinya uji model ini layak untuk digunakan dalam penelitian.

- b) Nilai Sig. $F > 0,05$ maka artinya uji model ini tidak layak untuk digunakan dalam penelitian.

3.4.4.2. Uji T

Uji T (T-test) adalah alat statistik yang digunakan untuk mengukur signifikansi pengaruh setiap variabel independen secara individual terhadap variabel dependen dalam model regresi (Ghozali, 2018). Uji T dilakukan guna menguji kebenaran hipotesis penelitian dengan tujuan mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, uji T dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen seperti literasi keuangan, uang saku, risiko investasi, dan *social media influencer* secara individual memiliki pengaruh yang signifikan terhadap. Dengan demikian, uji ini membantu menentukan variabel mana yang benar-benar berkontribusi terhadap perubahan variabel dependen dan mana yang tidak.

Uji parsial (T-test) digunakan untuk menguji pengaruh setiap variabel bebas secara individu terhadap variabel terikat, serta untuk menentukan apakah kedua kelompok populasi memiliki rata-rata (mean) yang sama (Zulfikar, *et al.*, 2024). Uji ini memungkinkan peneliti untuk mengevaluasi kontribusi spesifik masing-masing variabel dalam model sehingga keputusan terkait hipotesis dapat dibuat berdasarkan bukti spesifik yang kuat. Dasar pengambilan keputusan uji T dilihat dari nilai signifikansi pada tabel *Coefficients* dengan taraf signifikansi yang digunakan adalah 5%. Berikut kriteria dari uji T :

- a) Nilai Sig. uji $t <$ atau sama dengan 0,05 dan koefisien *beta* positif, maka hipotesis diterima.
- b) Nilai Sig. uji $t > 0,05$ dan *beta* negatif, maka hipotesis tidak diterima.

3.4.4.3. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi yang menjelaskan sejauh mana variabel independen mampu menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen (Mutmainah, 2024). Menurut Widarjono dalam penelitian yang dilakukan oleh Zulfikar, *et al.*, (2024) uji koefisien determinasi (*R-square*) adalah uji yang digunakan untuk mengukur seberapa besar proporsi variasi pada variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen. Koefisien determinasi dilakukan guna mengukur kemampuan model dalam menjelaskan tingkat pengaruh dari variabel independen secara simultan memengaruhi variabel dependen yang dapat dilihat melalui nilai *adjusted R-square*. Semakin besar nilai *R-square* (mendekati 1) dapat diartikan bahwa semakin baik kemampuan variabel independen dalam menjelaskan varians dari variabel dependen dan sebaliknya, apabila semakin kecil nilai *R-square* (mendekati 0) maka menunjukkan ketidakmampuan suatu variabel independen dalam menjelaskan varians dari variabel dependen.

Dalam penelitian ini, koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh literasi keuangan, uang saku, risiko investasi, dan *social media influencer* terhadap minat investasi. Koefisien determinasi pada dasarnya digunakan untuk menilai seberapa baik suatu model mampu menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen. Namun, perlu dipahami bahwa nilai *R-square* tidak mengindikasikan adanya hubungan sebab akibat, melainkan hanya menunjukkan sejauh mana model regresi mampu menjelaskan variasi dalam data (Joseph, *et al.*, 2019).

3.4.4.4. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan model regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel independen (Zulfikar, *et al.*, 2024). Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018). Metode ini berguna

dalam penelitian kuantitatif yang ingin mengevaluasi kontribusi masing-masing variabel independen secara simultan terhadap perubahan variabel dependen.

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk penelitian yang memakai lebih dari satu variabel. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh antar variabel independen dan variabel dependen yang digunakan dalam penelitian serta untuk menjawab hipotesis yang telah diajukan. Analisis ini bertujuan untuk memahami arah hubungan antara variabel dependen dengan masing-masing variabel independen, apakah hubungan tersebut bersifat positif atau negatif, serta untuk memperkirakan nilai variabel dependen jika terjadi perubahan, baik peningkatan maupun penurunan pada variabel independen (Mutmainah, 2024). Pengaruh variabel independen dan variabel dependen yaitu Literasi Keuangan, Uang Saku, Risiko Investasi, dan *Social Media Influencer* terhadap minat investasi di pasar modal pada mahasiswa. Persamaan analisis regresi linear berganda yaitu:

$$Y = a + \beta_1x_1 + \beta_2x_2 + \beta_3x_3 + \beta_4x_4 + \varepsilon$$

Keterangan :

Y	: Minat Investasi di Pasar Modal
a	: Konstanta
$\beta_1 - \beta_4$	: Koefisien Regresi
x1	: Literasi Keuangan
x2	: Uang Saku
x3	: Risiko Investasi
x4	: <i>Social Media Influencer</i>
ε	: Residual/nilai error

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Pengumpulan Data dan Profil Responden

Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan secara langsung dari sumber aslinya oleh orang yang melakukan penelitian atau orang yang bersangkutan yang memerlukan data tersebut. Data primer yang digunakan pada penelitian diperoleh dari responden langsung melalui penyebaran kuesioner menggunakan *Google Form* secara daring. Sementara itu, data sekunder adalah data yang telah tersedia atau telah diolah oleh pihak lain, kemudian digunakan dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini, data sekunder dapat diperoleh dari jurnal, artikel penelitian, buku-buku referensi terkait dengan penelitian yang dilakukan.

Dalam penelitian ini responden yang digunakan adalah mahasiswa aktif di perguruan tinggi di wilayah D.I. Yogyakarta, meliputi empat perguruan tinggi negeri yaitu Universitas Gadjah Mada (UGM), Universitas Negeri Yogyakarta (UNY), Universitas Pembangunan Nasional ‘Veteran’ Yogyakarta (UPN), dan Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga (UIN Sunan Kalijaga), serta empat perguruan tinggi swasta yaitu Universitas Islam Indonesia (UII), Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY), Universitas Ahmad Dahlan (UAD), dan Universitas Amikom Yogyakarta. Berdasarkan penjelasan diatas, hasil pengumpulan data pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.1 sebagai berikut:

Tabel 4.1 Hasil Pengumpulan Data

Keterangan	Jumlah	Persentasi
Kuesioner yang disebar	101	100%
Total kuesioner yang terkumpul	101	100%
Kuesioner tidak memenuhi kriteria	0	0%
Kuesioner yang memenuhi kriteria	101	100%

Sumber: Data diolah 2025

Berdasarkan Tabel 4.1 total kuesioner yang disebar 101 dan diperoleh atau dikembalikan sebanyak 101 responden atau setara 100% dari total kuesioner yang disebar yaitu 101 kuesioner. Maka dapat disimpulkan data yang bisa diolah dalam penelitian ini sejumlah 101 responden atau setara dengan 100%.

4.1.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat diperoleh bahwa total keseluruhan adalah 101 responden, dengan didapat sebanyak 36 responden yaitu berjenis kelamin perempuan atau setara dengan 35,64% dan data responden laki-laki sebanyak 65 atau setara dengan 64,36%. Berdasarkan total keseluruhan data responden lebih unggul responden laki-laki dibandingkan dengan responden perempuan. Tabel ringkasan dari karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada Tabel 4.2 sebagai berikut:

Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
Laki-laki	65	64,36%
Perempuan	36	35,64%
Jumlah	101	100%

Sumber: Data diolah 2025

4.1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik responden berdasarkan usia dapat diperoleh responden yang berusia 19 tahun sebanyak 3 responden atau setara dengan 2,97%, responden yang berusia 20 tahun sebanyak 8 responden atau setara dengan 7,92%, responden yang berusia 21 tahun sebanyak 24 responden atau setara dengan 23,76%, responden yang berusia 22 tahun sebanyak 37 responden atau setara dengan 36,63%, responden yang berusia 23 tahun sebanyak 22 responden atau setara dengan

21,78%, responden yang berusia 24 tahun sebanyak 4 responden atau setara dengan 3,96%, responden yang berusia 25 tahun sebanyak 1 responden atau setara dengan 0,99%, responden yang berusia 27 tahun sebanyak 1 responden atau setara dengan 0,99%, dan responden yang berusia 28 sebanyak 1 responden atau setara dengan 0,99%. Tabel ringkasan dari karakteristik responden berdasarkan usia dapat dilihat pada Tabel 4.3 sebagai berikut:

Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase
19	3	2,97%
20	8	7,92%
21	24	23,76%
22	37	36,63%
23	22	21,78%
24	4	3,96%
25	1	0,99%
27	1	0,99%
28	1	0,99%
Jumlah	101	100%

Sumber: Data diolah 2025

4.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Perguruan Tinggi / Universitas

Karakteristik responden berdasarkan tingkat perguruan tinggi atau universitas dapat dilihat pada Tabel 4.4, kebanyakan responden mahasiswa yang menjawab kuesioner merupakan mahasiswa yang belajar di Universitas Islam Indonesia (UII) sebanyak 40 responden atau setara dengan 39,60%, Universitas

Gadjah Mada (UGM) sebanyak 15 responden atau setara dengan 14,85%, Universitas Negeri Yogyakarta (UNY) sebanyak 7 responden atau setara dengan 6,93%, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta (UPN) sebanyak 18 responden atau setara dengan 17,82%, UIN Sunan Kalijaga sebanyak 4 responden atau setara dengan 3,96%, Universitas Ahmad Dahlan (UAD) sebanyak 8 responden atau setara dengan 7,92%, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY) sebanyak 7 responden atau setara dengan 6,93%, dan Universitas AMIKOM Yogyakarta sebanyak 2 responden atau setara dengan 1,98%. Tabel ringkasan dari karakteristik responden berdasarkan tingkat perguruan tinggi dapat dilihat pada Tabel 4.4 sebagai berikut:

Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Perguruan Tinggi / Universitas

Perguruan Tinggi	Frekuensi	Persentase
UII	40	39,60%
UGM	15	14,85%
UNY	7	6,93%
UPN	18	17,82%
UIN Sunan Kalijaga	4	3,96%
UAD	8	7,92%
UMY	7	6,93%
AMIKOM	2	1,98%
Jumlah	101	100%

Sumber: Data diolah 2025

4.1.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas

Adapun karakteristik responden berdasarkan fakultas dapat dilihat pada Tabel 4.5, kebanyakan responden mahasiswa yang menjawab kuesioner merupakan mahasiswa dari fakultas FEB atau FBE sebanyak 97 responden atau setara dengan 96,03%, responden yang berasal dari fakultas hukum sebanyak 2 responden atau setara dengan 1,98%, responden yang berasal dari fakultas kedokteran sebanyak 1 responden atau setara dengan 0,99%, dan responden yang berasal dari fakultas psikologi sebanyak 1 responden atau setara dengan 0,99%. Tabel ringkasan dari karakteristik responden berdasarkan fakultas dapat dilihat pada Tabel 4.5 sebagai berikut:

Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Fakultas

Fakultas	Frekuensi	Persentasi
FBE / FEB	97	96,03%
FH	2	1,98%
FK	1	0,99%
FIP / Psikologi	1	0,99%
Jumlah	101	100%

Sumber: Data diolah 2025

4.1.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Semester

Karakteristik responden berdasarkan semester kuliah dapat dilihat pada Tabel 4.6, kebanyakan responden mahasiswa yang menjawab kuesioner merupakan mahasiswa yang masih semester 6 sebanyak 45 responden atau setara dengan 44,55%, kemudian responden mahasiswa yang berada di semester 8 sebanyak 44 responden atau setara dengan 43,56%, dan responden yang masih berada di semester 4 sebanyak 12 responden atau setara dengan 11,88%. Tabel

ringkasan dari karakteristik responden berdasarkan semester dapat dilihat pada Tabel 4.6 sebagai berikut:

Tabel 4.6 Responden Berdasarkan Semester

Semester	Frekuensi	Persentase
Empat	12	11,88%
Enam	45	44,55%
Delapan	44	43,56%
Jumlah	101	100%

Sumber: Data diolah 2025

4.2. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif responden digunakan untuk menggambarkan keadaan variabel-variabel penelitian. Gambaran statistik deskriptif atas nilai maksimum, nilai minimum, rata-rata dan standar deviasi yang dihitung menggunakan aplikasi SPSS-26 dapat dilihat pada Tabel 4.7 sebagai berikut:

Tabel 4.7 Tabel Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Literasi Keuangan	101	34,00	60,00	52,9604	6,00487
Uang Saku	101	34,00	60,00	52,2970	5,71235
Risiko Investasi	101	32,00	60,00	50,1386	6,23703
<i>Social Media Influencer</i>	101	32,00	60,00	52,0693	6,12741
Minat Investasi	101	33,00	60,00	51,3762	7,52974
Valid N	101				

(listwise)					
------------	--	--	--	--	--

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2025

Berdasarkan pada ringkasan statistik deskriptif yang telah disajikan dalam Tabel 4.7, bagian ini akan menguraikan secara mendalam dan terperinci karakteristik masing-masing variabel penelitian. Penjelasan ini akan mencakup interpretasi nilai minimum dan maksimum, rata-rata (mean), serta standar deviasi yang akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil dari olah data *SPSS Statistic 26* diatas, dapat dilihat bahwa variabel literasi keuangan memiliki nilai minimum 34,00 dan nilai maksimum sebesar 60,00 yang berarti bahwa penilaian terendah atas literasi keuangan sebesar 34,00 dan tertinggi sebesar 60,00. Nilai rata-rata sebesar 52,9604 yang berarti dari semua responden yang memberikan jawaban atas literasi keuangan, rata-rata responden memberikan penilaian sebesar 52,9604. Standar deviasi sebesar 6,00487 memiliki arti bahwa ukuran penyebaran data dari variabel literasi keuangan adalah sebesar 6,00487 dari total 101 responden.
2. Berdasarkan hasil olah data *SPSS Statistic 26* diatas, dapat dilihat bahwa variabel uang saku memiliki nilai minimum 34,00 dan nilai maksimum sebesar 60,00 yang berarti bahwa penilaian terendah atas uang saku sebesar 34,00 dan tertinggi sebesar 60,00. Nilai rata-rata sebesar 52,2970 yang berarti dari semua responden yang memberikan jawaban atas uang saku, rata-rata responden memberikan penilaian sebesar 52,2970. Standar deviasi sebesar 5,71235 memiliki arti bahwa ukuran penyebaran data dari variabel uang saku adalah sebesar 5,71235 dari total 101 responden.
3. Berdasarkan hasil olah data *SPSS Statistic 26* diatas, dapat dilihat bahwa variabel risiko investasi memiliki nilai minimum 32,00 dan nilai maksimum sebesar 60,00 yang berarti bahwa penilaian terendah atas risiko investasi sebesar 32,00 dan nilai tertinggi sebesar 60,00. Nilai rata-rata sebesar 50,1386 yang berarti dari semua responden yang memberikan jawaban atas risiko investasi, rata-rata responden memberikan penilaian sebesar 50,1386. Standar

deviasi sebesar 6,23703 memiliki arti bahwa ukuran penyebaran data dari variabel risiko investasi adalah sebesar 6,23703 dari total 101 responden.

4. Berdasarkan hasil olah *SPSS Statistic* 26 diatas, dapat dilihat bahwa variabel *social media influencer* memiliki nilai minimum 32,00 dan nilai maksimum sebesar 60,00 yang berarti bahwa penilaian terendah atas *social media influencer* sebesar 32,00 dan nilai tertinggi sebesar 60,00. Nilai rata-rata sebesar 52,0693 yang berarti dari semua responden yang memberikan jawaban atas *social media influencer*, rata-rata responden memberikan penilaian sebesar 52,0693. Standar deviasi sebesar 6,12741 memiliki arti bahwa ukuran penyebaran data dari variabel *social media influencer* adalah sebesar 6,12741 dari total 101 responden.
5. Berdasarkan hasil olah data *SPSS Statistic* 26 diatas, dapat dilihat bahwa variabel minat investasi memiliki nilai minimum 33,00 dan nilai maksimum sebesar 60,00 yang berarti bahwa penilaian terendah atas minat investasi sebesar 33,00 dan nilai tertinggi sebesar 60,00. Nilai rata-rata sebesar 51,3762 yang berarti dari semua responden yang memberikan jawaban atas minat investasi, rata-rata responden memberikan penilaian sebesar 51,3762. Standar deviasi sebesar 7,52974 memiliki arti bahwa ukuran penyebaran data dari variabel minat investasi adalah sebesar 7,52974 dari total 101 responden.

4.3. Uji Kualitas Data

4.3.1. Uji Validitas

Uji validitas adalah salah satu hal yang penting untuk dilakukan dalam penelitian karena uji validitas digunakan untuk mengetahui valid atau tidaknya pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner yang dibagikan kepada responden. Uji validitas merupakan uji yang digunakan untuk memastikan bahwa alat ukur yang digunakan benar-benar mengukur apa yang ingin diukur (Zulfikar, *et al.*, 2024). Apabila sebuah pertanyaan yang ada di dalam kuesioner mampu menerangkan suatu objek yang diteliti maka kuesioner dikatakan valid.

Hasil uji validitas menggunakan bantuan aplikasi *SPSS Version 26*, diperoleh hasil terhadap masing-masing pernyataan yang digunakan untuk variabel literasi keuangan, uang saku, risiko investasi, *social media influencer*, dan minat investasi. Uji validitas ini dilakukan dengan menganalisis korelasi antara skor tingkat signifikansi masing-masing item pertanyaan dengan skor total nilai r hitung $>$ r tabel dengan taraf signifikansi 0,05. Mengacu pada penelitian Ghozali (2013) uji validitas diukur menggunakan metode korelasi pearson dengan $\alpha = 5\%$, apabila indikator mendapat nilai signifikansi 5% dan probabilitas $<$ 0,05 maka dinyatakan valid (Ghozali, 2013). Adapun hasil *output* perhitungan uji validitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.8 sebagai berikut:

Tabel 4.8 Uji Validitas

Variabel	Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Literasi Keuangan (X1)	X1.1	0,817	0,1937	VALID
	X1.2	0,679	0,1937	VALID
	X1.3	0,716	0,1937	VALID
	X1.4	0,703	0,1937	VALID
	X1.5	0,542	0,1937	VALID
	X1.6	0,718	0,1937	VALID
	X1.7	0,688	0,1937	VALID
	X1.8	0,676	0,1937	VALID
	X1.9	0,690	0,1937	VALID
	X1.10	0,469	0,1937	VALID
	X1.11	0,586	0,1937	VALID
	X1.12	0,678	0,1937	VALID
Uang Saku (X2)	X2.1	0,534	0,1937	VALID
	X2.2	0,528	0,1937	VALID
	X2.3	0,419	0,1937	VALID
	X2.4	0,602	0,1937	VALID
	X2.5	0,678	0,1937	VALID

	X2.6	0,713	0,1937	VALID
	X2.7	0,714	0,1937	VALID
	X2.8	0,721	0,1937	VALID
	X2.9	0,556	0,1937	VALID
	X2.10	0,641	0,1937	VALID
	X2.11	0,649	0,1937	VALID
	X2.12	0,678	0,1937	VALID
Risiko Investasi (X3)	X3.1	0,508	0,1937	VALID
	X3.2	0,676	0,1937	VALID
	X3.3	0,598	0,1937	VALID
	X3.4	0,438	0,1937	VALID
	X3.5	0,435	0,1937	VALID
	X3.6	0,425	0,1937	VALID
	X3.7	0,648	0,1937	VALID
	X3.8	0,524	0,1937	VALID
	X3.9	0,655	0,1937	VALID
	X3.10	0,689	0,1937	VALID
	X3.11	0,721	0,1937	VALID
	X3.12	0,571	0,1937	VALID
<i>Social Media Influencer</i> (X4)	X4.1	0,466	0,1937	VALID
	X4.2	0,438	0,1937	VALID
	X4.3	0,526	0,1937	VALID
	X4.4	0,505	0,1937	VALID
	X4.5	0,668	0,1937	VALID
	X4.6	0,408	0,1937	VALID
	X4.7	0,641	0,1937	VALID
	X4.8	0,774	0,1937	VALID
	X4.9	0,780	0,1937	VALID
	X4.10	0,629	0,1937	VALID
	X4.11	0,685	0,1937	VALID

	X4.12	0,745	0,1937	VALID
Minat Investasi (Y1)	X5.1	0,601	0,1937	VALID
	X5.2	0,792	0,1937	VALID
	X5.3	0,701	0,1937	VALID
	X5.4	0,802	0,1937	VALID
	X5.5	0,819	0,1937	VALID
	X5.6	0,634	0,1937	VALID
	X5.7	0,787	0,1937	VALID
	X5.8	0,744	0,1937	VALID
	X5.9	0,730	0,1937	VALID
	X5.10	0,737	0,1937	VALID
	X5.11	0,758	0,1937	VALID
	X5.12	0,710	0,1937	VALID

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2025

Berdasarkan hasil uji validitas yang ada pada Tabel 4.8 diatas, diketahui bahwa hasil pengelolaan dan uji validitas dari lima variabel tersebut diperoleh hasil r hitung $>$ r tabel. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa seluruh item dalam kuesioner dinyatakan valid atau mampu digunakan untuk mengukur variabel.

4.3.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji yang digunakan untuk menentukan tingkat keandalan data yang ada dalam penelitian. Menurut Wahyuning (2021) reliabilitas diartikan sebagai sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten saat tes dilakukan berulang kali pada subjek dan kondisi yang sama. Menurut Ghazali (2011) suatu kuesioner dianggap reliabel atau handal dapat dinilai dari konsistensi jawaban responden terhadap pernyataan yang sama dari waktu ke waktu. Sehingga, reliabilitas mencerminkan tingkat konsistensi alat ukur dalam mengamati gejala yang serupa.

Uji ini penting untuk dilakukan karena kuesioner yang baik merupakan kuesioner yang lolos uji validitas dan reliabilitas. Mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Ghazali (2013) variabel dapat dinyatakan reliable apabila nilai *cronbach's alpha* $> 0,06$, namun jika nilai *cronbach alpha* $< 0,06$ maka variabel penelitian dianggap tidak reliable. Adapun hasil *output* perhitungan uji reliabilitas dapat dilihat pada Tabel 4.9 sebagai berikut:

Tabel 4.9 Uji Reliabilitas

Variabel	Reliability Coefficient	Cronbach Alpha	Keterangan
Literasi Keuangan (X1)	12 item	0,882	Reliable
Uang Saku (X2)	12 item	0,857	Reliable
Risiko Investasi (X3)	12 item	0,813	Reliable
<i>Social Media Influencer</i> (X4)	12 item	0,850	Reliable
Minat Investasi (Y1)	12 item	0,922	Reliable

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2025

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada Tabel 4.9 dapat diketahui bahwa nilai *cronbach's alpha* pada variabel literasi keuangan memiliki nilai *cronbach alpha* sebesar $0,882 > 0,06$, variabel uang saku memiliki nilai *cronbach alpha* sebesar $0,857 > 0,06$, variabel risiko investasi memiliki nilai *cronbach alpha* sebesar $0,813 > 0,06$, variabel *social media influencer* memiliki nilai *cronbach alpha* sebesar $0,850 > 0,06$, dan variabel minat investasi memiliki nilai *cronbach alpha* sebesar $0,922 > 0,06$, yang berarti bahwa masing-masing variabel dalam penelitian ini memiliki nilai *cronbach alpha* lebih dari 0,06. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel dalam penelitian ini bersifat reliabel dan dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

4.4. Uji Asumsi Klasik

4.4.1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak. Menurut Lina dan Efriyenti (2025) uji normalitas dilakukan untuk menentukan apakah data dari variabel independen dan variabel dependen terdistribusi secara normal atau tidak terdistribusi dengan normal. Uji normalitas dalam penelitian ini bertujuan untuk memastikan bahwa residual dari model regresi memenuhi asumsi distribusi normal. Ketika data berdistribusi normal, analisis parametrik seperti regresi linear dapat digunakan secara tepat.

Normalitas data merupakan hal yang penting karena data yang berdistribusi normal dianggap dapat mewakili populasi (Ghozali, 2011). Dalam penelitian ini menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* dengan melihat tingkat signifikansinya. Mengacu pada Ghozali (2013) data dapat dikatakan berdistribusi normal jika menghasilkan nilai signifikansi $> 0,05$, sedangkan data dapat dikatakan tidak berdistribusi normal jika nilai signifikansinya $< 0,05$. Hasil uji normalitas menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* dapat dilihat pada Tabel 4.10 sebagai berikut:

Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		101
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	4,67425790
Most Extreme Differences	Absolute	,117
	Positive	,063
	Negative	-,117
Test Statistic		,117
Asymp. Sig. (2-tailed)		,002 ^c

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2025

Berdasarkan Tabel 4.10 diatas menunjukkan bahwa dengan total sampel sebanyak 101 dapat dilihat besarnya nilai signifikansi *Kolmogorov-Smirnov* adalah 0,002 yang artinya kurang dari 0,05 maka data tersebut dinyatakan tidak terdistribusi dengan normal. Karena hasil uji normalitas pada penelitian ini menunjukkan data tidak terdistribusi secara normal, maka diperlukan pendekatan pengolahan data alternatif. Uji normalitas residual dilakukan dengan uji *Kolmogorov-Smirnov* menggunakan metode *Monte Carlo* merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan. Adapun hasil uji normalitas setelah menormalkan dengan metode *Monte Carlo* dapat dilihat pada Tabel 4.11 sebagai berikut:

Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas (setelah menggunakan *Monte Carlo*)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardized Residual
N			101
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		,0000000
	Std. Deviation		4,67425790
Most Extreme Differences	Absolute		,117
	Positive		,063
	Negative		-,117
Test Statistic			,117
Asymp. Sig. (2-tailed)			,002 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		,114 ^d
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,106
		Upper Bound	,122

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2025

Berdasarkan hasil uji normalitas pada Tabel 4.11 di atas, setelah menggunakan pendekatan pengolahan data alternatif yaitu uji *Kolmogorov-Smirnov* menggunakan metode *Monte Carlo* dapat disimpulkan bahwa model regresi ini terdistribusi secara normal. Setelah menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* menggunakan metode *Monte Carlo* didapat bahwa nilai *Monte Carlo*

Sig. (2-tailed) yang dihasilkan yaitu 0,114 lebih besar dari 0,05, maka model regresi ini layak untuk digunakan analisis selanjutnya.

4.4.2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk memastikan apakah terdapat kesamaan atau hubungan antar variabel independen dalam suatu model regresi. Suatu model regresi yang ideal seharusnya tidak menunjukkan adanya korelasi antar variabel independen (Ghozali, 2013). Mengacu pada Ghozali (2013) untuk menentukan multikolinearitas dapat dilakukan dengan cara melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Nilai yang disarankan untuk menunjukkan tidak adanya multikolinearitas yaitu angka *Tolerance* > 0,10 dan angka VIF < 10. Adapun hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada Tabel 4.12 sebagai berikut:

Tabel 4.12 Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Literasi Keuangan	0,359	2,783
Uang Saku	0,325	3,075
Risiko Investasi	0,356	2,810
<i>Social Media Influencer</i>	0,639	1,564
a. Dependent Variable: Minat Investasi		

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2025

Berdasarkan hasil uji Multikolinearitas pada Tabel 4.12 diatas, dapat dilihat bahwa nilai *tolerance* untuk setiap variabel independen lebih besar dari 0,10, yaitu literasi keuangan sebesar $0,359 > 0,10$, uang saku sebesar $0,325 > 0,10$, risiko investasi sebesar $0,356 > 0,10$, dan *social media influencer* sebesar $0,639 > 0,10$. Selain itu, nilai VIF untuk masing-masing variabel independen juga

lebih kecil dari 10 (<10). Ketika nilai *tolerance* diatas 0,10 dan VIF di bawah 10 berarti menunjukkan bahwa tidak ada korelasi yang tinggi atau hubungan linear yang kuat antar variabel independen. Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa model regresi ini baik dan tidak terjadi multikolinearitas pada setiap variabel independen.

4.4.3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah uji yang bertujuan untuk mengidentifikasi apakah terdapat perbedaan variance residual antara suatu pengamatan dengan pengamatan lainnya dalam model regresi. Jika varian residual antar observasi tetap maka data tersebut dikatakan homoskedastisitas. Namun, jika varian residual antar observasi mengalami perubahan, maka data tersebut dikatakan memiliki heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini, uji dilakukan menggunakan metode glejser.

Mengacu pada Ghozali (2018) ditentukan bahwa kriteria pengujiannya yaitu jika nilai signifikansi korelasi $> 0,05$, maka model regresi tidak menunjukkan gejala heteroskedastisitas (homoskedastisitas). Sebaliknya, jika nilai signifikansi korelasi $< 0,05$ maka terdapat indikasi heteroskedastisitas. Adapun hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada Tabel 4.13 sebagai berikut:

Tabel 4.13 Uji Heteroskedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,910	3,210		2,464	,016
	Literasi Keuangan	,130	,086	,249	1,504	,136
	Uang Saku	-,023	,095	-,041	-,238	,813
	Risiko Investasi	-,128	,083	-,256	-1,537	,127
	Social Media Influencer	-,071	,063	-,139	-1,124	,264
a. Dependent Variable: Abs_RES						

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2025

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas yang dapat dilihat pada tabel diatas, dari keempat variabel independen yaitu literasi keuangan memiliki nilai signifikansi sebesar $0,136 > 0,05$, uang saku memiliki nilai signifikansi sebesar $0,813 > 0,05$, risiko investasi memiliki nilai signifikansi sebesar $0,127 > 0,05$, dan *social media influencer* memiliki nilai signifikansi sebesar $0,264 > 0,05$, maka hal tersebut menunjukkan bahwa keempat variabel independen tersebut tidak terdapat gejala heteroskedastisitas. Hal ini berarti bahwa masing-masing variabel memiliki varian residual yang konstan atau homoskedastisitas terpenuhi, sehingga model regresi layak digunakan karena memenuhi salah satu asumsi klasik.

4.5. Uji Hipotesis

4.5.1. Uji F

Uji statistik F bertujuan untuk menguji apakah terdapat pengaruh secara simultan pada variabel independen, yaitu literasi keuangan, uang saku, risiko investasi, dan *social media influencer* secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen, yaitu minat investasi, dalam model regresi. Hasil dari pengujian statistik F dapat dilihat pada Tabel 4.14 sebagai berikut:

Tabel 4.14 Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3484,834	4	871,209	38,280	,000 ^b
	Residual	2184,869	96	22,759		
	Total	5669,703	100			
a. Dependent Variable: Minat Investasi						
b. Predictors: (Constant), Social Media Influencer, Risiko Investasi, Literasi Keuangan, Uang Saku						

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2025

Berdasarkan Tabel 4.14 diatas, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan, uang saku, risiko investasi, dan *social media influencer* secara simultan memiliki pengaruh terhadap minat investasi (Y). Dalam uji F simultan, perbandingan dilakukan antara nilai F hitung dan F tabel, dimana untuk memperoleh F tabel, digunakan rumus perhitungan dengan memasukkan nilai $n = 101$ dan $k = 4$, menghasilkan F tabel sebesar 2,467. Sementara itu, nilai F hitung yang diperoleh adalah 38,280. Karena F hitung (38,280) lebih besar dari F tabel (2,467), maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan, variabel-variabel tersebut berpengaruh terhadap minat investasi.

4.5.2. Uji T

Uji T digunakan untuk menguji apakah terdapat pengaruh secara parsial dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Pengaruh ini ditentukan berdasarkan nilai signifikansi T dibandingkan dengan tingkat signifikansi α (0,05). Sebuah variabel independen dianggap memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen jika nilai signifikansi T lebih kecil dari α ($t < 0,05$). Hasil dari pengujian statistik T dapat dilihat pada Tabel 4.15 sebagai berikut:

Tabel 4.15 Uji T

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-7,608	4,933		-1,542	,126
	Literasi Keuangan	,194	,133	,154	1,461	,147
	Uang Saku	,386	,146	,293	2,636	,010
	Risiko Investasi	,358	,128	,297	2,794	,006
	Social Media Influencer	,203	,097	,165	2,088	,039
a. Dependent Variable: Minat Investasi						

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2025

Berdasarkan Tabel 4.15 diatas, hasil uji T yang bertujuan untuk menguji pengaruh variabel independen secara parsial dalam model regresi pada penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Variabel Literasi Keuangan (X1)

Uji T pada variabel literasi keuangan menunjukkan nilai signifikansi T sebesar 0,147, yang lebih besar dari α (0,05). Hal ini berarti bahwa variabel literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap minat investasi di pasar modal.

2. Variabel Uang Saku (X2)

Uji T pada variabel uang saku menunjukkan nilai signifikansi T sebesar 0,010, yang lebih kecil dari α (0,05). Hal ini berarti bahwa variabel uang saku berpengaruh terhadap minat investasi di pasar modal.

3. Variabel Risiko Investasi (X3)

Uji T pada variabel risiko investasi menunjukkan nilai signifikansi T sebesar 0,006, yang lebih kecil dari α (0,05). Hal ini berarti bahwa variabel risiko investasi berpengaruh terhadap minat investasi di pasar modal.

4. Variabel *Social Media Influencer* (X4)

Uji T pada variabel *social media influencer* menunjukkan nilai signifikansi T sebesar 0,039 yang lebih kecil dari α (0,05). Hal ini berarti bahwa variabel *social media influencer* berpengaruh terhadap minat investasi di pasar modal.

4.5.3. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi digunakan untuk menentukan seberapa besar pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi yang tinggi menunjukkan bahwa variabel dependen dapat dijelaskan dengan baik oleh variabel independen. Sebaliknya, nilai koefisien determinasi yang rendah menunjukkan bahwa variabel independen hanya memiliki kemampuan terbatas dalam menjelaskan variasi pada variabel dependen.

Hasil uji koefisien determinasi dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.16 sebagai berikut :

Tabel 4.16 Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,784 ^a	,615	,599	4,77064
a. Predictors: (Constant), Social Media Influencer, Risiko Investasi, Literasi Keuangan, Uang Saku				

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2025

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi yang disajikan dalam Tabel 4.16, nilai *R-square* yang diperoleh adalah sebesar 0,599 atau 59,9%. Hal ini berarti bahwa variabel-variabel independen, yaitu literasi keuangan, uang saku, risiko investasi, dan *social media influencer*, mampu menjelaskan variabilitas dari variabel dependen (minat investasi) yaitu sebesar 59,9%. Karena nilai *R-square* pada variabel independen mendekati angka 1, maka dapat diartikan bahwa semakin baik kemampuan variabel independen dalam menjelaskan varians dari variabel dependen. Sementara itu, sisanya sebesar 40,1% dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang ada diluar penelitian ini.

4.5.4. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan, uang saku, risiko investasi, dan *social media influencer* terhadap minat investasi. Hasil dari pengujian analisis regresi linear berganda dapat dilihat pada Tabel 4.17 sebagai berikut :

Tabel 4.17 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	-7,608	4,933	
	Literasi Keuangan	,194	,133	,154

	Uang Saku	,386	,146	,293
	Risiko Investasi	,358	,128	,297
	Social Media Influencer	,203	,097	,165
a. Dependent Variable: Minat Investasi				

Berdasarkan Tabel 4.17 hasil uji analisis regresi linear berganda di atas, model regresi yang dikembangkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = a + \beta_1x_1 + \beta_2x_2 + \beta_3x_3 + \beta_4x_4 + \varepsilon$$

Dari hasil model persamaan regresi yang diperoleh di atas akan dianalisis lebih lanjut untuk memberikan penjelasan mengenai hubungan antar variabel, yang dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Berdasarkan persamaan regresi menunjukkan bahwa nilai konstanta sebesar -7,608 yang berarti bahwa jika literasi keuangan, uang saku, risiko investasi, dan *social media influencer* bernilai 0, maka nilai minat investasi adalah -7,608. Yang menunjukkan adanya pengaruh negatif (berlawanan arah) antara variabel independen dan dependen.
2. Variabel literasi keuangan memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,194, artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan variabel literasi keuangan bertambah sebesar 1, maka variabel minat investasi (Y) akan mengalami penurunan sebesar 0,194. Hal ini menunjukkan adanya pengaruh positif antara variabel literasi keuangan dengan variabel minat investasi.
3. Variabel uang saku memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,386, artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan variabel uang saku bertambah 1, maka variabel minat investasi (Y) akan mengalami penurunan sebesar 0,386. Hal ini menunjukkan adanya pengaruh positif antara variabel uang saku dengan variabel minat investasi.
4. Variabel risiko investasi memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,358, artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan variabel risiko investasi bertambah 1, maka variabel minat investasi (Y) akan mengalami penurunan sebesar 0,358. Hal ini menunjukkan adanya pengaruh positif antara variabel risiko investasi dengan variabel minat investasi.

5. Variabel *social media influencer* memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,203, artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan variabel *social media influencer* bertambah 1, maka variabel minat investasi (Y) akan mengalami penurunan sebesar 0,203. Hal ini menunjukkan adanya pengaruh positif antara variabel *social media influencer* dengan variabel minat investasi.

4.6. Pembahasan

4.6.1. Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Investasi di Pasar Modal

Berdasarkan hasil uji T (parsial) yang disajikan dalam Tabel 4.15 dapat dilihat bahwa nilai signifikansi literasi keuangan (X1) adalah 0,147 lebih besar dari 0,05 ($0,147 > 0,05$), serta t hitung lebih kecil dari t tabel yaitu sebesar $1,461 < 1,985$. Selain itu, nilai koefisien regresi untuk variabel literasi keuangan adalah 0,194 (positif). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa H1 dalam penelitian ini yang menyatakan “Literasi keuangan memiliki pengaruh positif terhadap minat investasi” ditolak, yang artinya bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat investasi di pasar modal.

Perbedaan temuan ini menandakan bahwa meskipun literasi keuangan penting sebagai dasar pemahaman, dimana literasi keuangan bisa dianggap sebagai prasyarat namun bukan menjadi satu-satunya pendorong utama. Sehingga, baik mahasiswa dengan tingkat literasi keuangan yang memadai maupun yang kurang, akan tetap menunjukkan minat untuk berinvestasi. Bagi mahasiswa yang tertarik berinvestasi, pemahaman mendalam tentang keuangan dan kemampuan pengelolaan keuangan bukanlah menjadi faktor utama dalam keputusan mereka untuk mulai berinvestasi. Dengan demikian, maka mahasiswa yang memiliki literasi keuangan yang rendah pun tetap memiliki minat untuk berinvestasi.

Namun hasil penelitian ini berbeda dengan temuan Annisa, Azizah, dan Ariska (2025), Santoso, Maghfiroh, dan Hidayat (2023), dan Yuniasari, Mranani, dan Prasetya (2024) yang menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat investasi di pasar modal. Dengan kata lain, mahasiswa yang

memiliki tingkat literasi keuangan dan pengetahuan tentang pengelolaan keuangan yang cukup baik cenderung memiliki minat untuk berinvestasi. Sebaliknya, mahasiswa yang memiliki tingkat literasi keuangan yang rendah dan pengetahuan tentang pengelolaan keuangan yang kurang baik tidak begitu berminat untuk berinvestasi.

4.6.2. Pengaruh Uang Saku Terhadap Minat Investasi di Pasar Modal

Berdasarkan hasil uji T (parsial) yang disajikan dalam Tabel 4.15 dapat dilihat bahwa nilai signifikansi uang saku (X_2) adalah 0,010 lebih kecil dari 0,05 ($0,010 < 0,05$), serta t hitung $>$ t tabel yaitu sebesar $2,636 > 1,985$. Selain itu, nilai koefisien regresi untuk variabel uang saku adalah 0,386 (positif). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa H_2 dalam penelitian ini yang menyatakan “Uang saku memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi” diterima, yang artinya bahwa uang saku memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi di pasar modal.

Dari hasil analisis di atas, menunjukkan bahwa semakin banyak uang saku yang diterima mahasiswa maka minat mahasiswa dalam mengalokasikan uang sakunya untuk berinvestasi juga akan meningkat. Sebaliknya, semakin sedikit uang saku yang diterima mahasiswa yang artinya uang saku tersebut hanya cukup untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, maka minat mahasiswa dalam mengalokasikan uang sakunya untuk berinvestasi juga rendah. Mahasiswa yang melakukan investasi biasanya karena mereka merasa memiliki kelebihan dana yang tidak terpakai, sedangkan uang saku yang pas-pasan akan menghambat minat mereka untuk berinvestasi karena uang saku yang dimiliki dialokasikan untuk kebutuhan sehari-hari.

Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Firmansyah, Sriyono, dan Prapanca (2024), Noviyanti dan Masdiantini (2022), dan Darajati (2022) yang menyatakan bahwa uang saku memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi. Kesamaan hasil temuan tersebut memperkuat pandangan bahwa ketersediaan uang saku yang dimiliki mahasiswa memberikan

keleluasaan secara finansial untuk mengalokasikan sebagian besar dananya untuk diinvestasikan, sehingga mampu mendorong minat mahasiswa untuk berinvestasi.

4.6.3. Pengaruh Risiko Investasi Terhadap Minat Investasi di Pasar Modal

Berdasarkan hasil uji T (parsial) yang disajikan dalam Tabel 4.15 dapat dilihat bahwa nilai signifikansi risiko investasi (X3) adalah 0,006 lebih kecil dari 0,05 ($0,006 < 0,05$), serta t hitung $>$ t tabel yaitu sebesar $2,794 > 1,985$. Selain itu, nilai koefisien regresi untuk variabel risiko investasi adalah 0,358 (positif). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa H3 dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa “Risiko investasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi” diterima, yang artinya bahwa risiko investasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi di pasar modal.

Dari hasil analisis diatas, bahwa pemahaman akan adanya risiko investasi justru mendorong mahasiswa untuk lebih cermat dan rasional dalam mengambil keputusan investasi. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa yang berani menghadapi risiko justru cenderung memiliki motivasi yang lebih tinggi untuk berinvestasi, mengingat bahwa setiap jenis investasi tentu memiliki potensi akan mendapatkan keuntungan atau kerugian yang sejalan dengan tingkat risiko. Apabila tingkat keuntungan yang diinginkan lebih besar, maka tingkat risiko yang dihadapi juga akan semakin tinggi.

Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ulfa dan Suarmanayasa (2023) yang menyatakan bahwa risiko investasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi. Sejalan dengan penelitian terdahulu, hal tersebut dapat terjadi karena adanya pemahaman yang meningkat di kalangan mahasiswa bahwa risiko merupakan bagian dari investasi yang tidak dapat dihindari, melainkan dapat dikelola. Mereka menyadari bahwa untuk mencapai potensi keuntungan yang lebih tinggi, mereka akan menghadapi tingkat risiko yang sepadan. Selain itu, dengan kemudahan akses untuk mendapatkan

informasi terkait risiko investasi, membuat mahasiswa merasa lebih percaya diri dalam mengantisipasi risiko, sehingga minat mereka untuk berinvestasi justru meningkat.

4.6.4. Pengaruh *Social Media Influencer* Terhadap Minat Investasi di Pasar Modal

Berdasarkan hasil uji T (parsial) yang disajikan dalam Tabel 4.15 dapat dilihat bahwa nilai signifikansi *social media influencer* (X4) adalah 0,039 lebih kecil dari 0,05 ($0,039 < 0,05$), serta t hitung $>$ t tabel yaitu sebesar $2,088 > 1,985$. Selain itu, nilai koefisien regresi variabel *social media influencer* adalah 0,203 (positif). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa H4 dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa “*Social media influencer* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi” diterima, yang artinya bahwa *social media influencer* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi di pasar modal.

Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rachma, Hakim, dan Surjanti (2024), Agustini, *et al.*, (2023), serta Cholid dan Megawati (2024) yang menyatakan bahwa *social media influencer* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi. Sejalan dengan penelitian terdahulu, hal tersebut dapat terjadi karena para *influencer* yang memiliki pengikut dengan jumlah yang banyak dan mereka mampu memberikan informasi terkait investasi berupa konten yang dilihat para pengikutnya. Selain itu, kemudahan akses mendapatkan informasi di sosial media menjadi salah satu faktor pendorong karena tingginya tingkat penggunaan media sosial kalangan mahasiswa. Kemudian, kualitas konten yang disajikan juga menarik dan mudah untuk dipahami, sehingga para pengikutnya termotivasi untuk melakukan investasi di pasar modal. Dengan kualitas konten yang bagus juga para pengikut menjadi lebih terbantu dalam menentukan keputusan untuk berinvestasi.

BAB V

KESIMPULAN

5.1. Kesimpulan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar minat mahasiswa dari berbagai perguruan tinggi di wilayah D.I. Yogyakarta terhadap minat berinvestasi di pasar modal. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah literasi keuangan, uang saku, risiko investasi, dan *social media influencer* terhadap minat investasi mahasiswa di pasar modal. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner melalui *Google Form*. Populasi sasaran penelitian ini adalah mahasiswa yang berada di perguruan tinggi di wilayah D.I. Yogyakarta, dan sampel diambil berdasarkan karakteristik mahasiswa yang tertarik dengan investasi di pasar modal dan yang sudah pernah berinvestasi. Berdasarkan hasil analisis dari penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel Literasi Keuangan (X1) memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat investasi di pasar modal.
2. Variabel Uang Saku (X2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi di pasar modal.
3. Variabel Risiko Investasi (X3) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi di pasar modal.
4. Variabel *Social Media Influencer* (X4) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi di pasar modal.

5.2. Implikasi Penelitian

1. Implikasi Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini dapat menjadi kontribusi penting dalam memperkaya literatur akademis terkait faktor-faktor yang memengaruhi minat investasi, khususnya pada mahasiswa di wilayah D.I. Yogyakarta. Dengan memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai pengaruh literasi keuangan, uang saku, risiko investasi, dan *social media influencer* terhadap minat investasi di

pasar modal pada mahasiswa, penelitian ini dapat membuka jalan untuk penelitian lanjutan yang lebih mendetail dan aplikatif dalam bidang ini.

2. Implikasi Bagi Mahasiswa

Hasil dari penelitian ini dapat meningkatkan kesadaran mahasiswa mengenai pentingnya investasi dan manfaat jangka panjangnya, serta memperkuat perlunya pengembangan program edukasi investasi yang lebih efektif di institusi pendidikan tinggi. Peran penting *social media influencer* dalam membentuk minat investasi mahasiswa menyoroti kebutuhan akan strategi komunikasi yang lebih efektif.

3. Implikasi Bagi Perguruan Tinggi

Hasil dari 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 berinvestasi di pasar modal.

5.3. Keterbatasan Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang menjadi kelemahan yang mungkin mempengaruhi hasil penelitian. Keterbatasan-keterbatasan ini penting untuk diperhatikan karena dapat dianggap sebagai kelemahan yang mungkin dapat memengaruhi representasi data. Adapun keterbatasan yang ada dalam penelitian ini, antara lain :

1. Jumlah responden yang hanya 101 orang tentu belum sepenuhnya merepresentasikan kondisi minat investasi mahasiswa secara menyeluruh. Hal ini mengingat potensi dan skala minat investasi mahasiswa di Indonesia yang sebenarnya cukup besar, sehingga diperlukan sampel yang lebih besar untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif.
2. Subjek penelitian yang hanya difokuskan pada mahasiswa di wilayah D.I. Yogyakarta membatasi kemampuan generalisasi temuan. Meskipun D.I. Yogyakarta merupakan salah satu pusat pendidikan, karakteristik mahasiswa

dan lingkungan pendidikan di wilayah lain di Indonesia mungkin berbeda, yang berpotensi mempengaruhi hasil penelitian.

5.4. Saran

Berdasarkan temuan yang diperoleh dari penelitian ini, serta dengan mempertimbangkan implikasi dan berbagai keterbatasan yang telah diidentifikasi, maka peneliti ingin memberikan saran untuk peneliti selanjutnya. Saran ini diharapkan dapat menjadi panduan untuk pengembangan penelitian serupa agar menghasilkan temuan yang lebih mendalam. Adapun saran yang ingin peneliti berikan yaitu sebagai berikut :

1. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengambil responden yang lebih luas lagi, tidak hanya pada mahasiswa yang berada di wilayah D.I. Yogyakarta. Sehingga, dengan cakupan mahasiswa yang lebih luas lagi dapat menggambarkan minat mahasiswa dalam berinvestasi.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengganti atau menambah faktor-faktor atau variabel-variabel lainnya yang memiliki pengaruh terhadap variabel dependen yaitu minat investasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, H. M. (2015). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Sleman: Aswaja Pressindo.
- Afrida, N. P., & Sari, D. A. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Investasi Mahasiswa STIE YPPI Rembang. *HUBISINTEK*, 977-987.
- Agata, T. F., & Nurazi, R. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan dan Modal Minimal terhadap Minat Investasi Generasi Z Indonesia di Pasar Modal. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 1801.
- Agustini, A. P., Oktapiani, Septrianingsih, H., & Zukhri, N. (2023). From Financial Literacy to FoMO : Menggali Ketertarikan Literasi Keuangan, Social Media Influencer. dan Fear of Missing Out dalam Minat Berinvestasi di Pasar Modal (Studi Kasus Mahasiswa di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung). *INNOVATIVE*, 6594-6604.
- 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*, 44-45.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*.
- Anisa, N., Wulandari, H. K., Roni, & Ernitawati, Y. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Motivasi Investasi, dan Risiko Investasi terhadap Minat Investasi (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Muhadi Setiabudi). *JACFIR*, 10-27.
- Annisa, L. N., Azizah, N., & Ariska, R. A. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Risiko, dan Persepsi Harga terhadap Minat Investasi di Pasar Modal pada Mahasiswa Surabaya. *INCOME : Jurnal Akuntansi dan Keuangan*.
- Arrifqi, T., & Putri, A. S. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Toleransi Risiko dan Persepsi Risiko terhadap Keputusan Investasi Pegawai di Bandar Lampung. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan*, 436.
- Bhandare, P. V., Guha, S., Chaudhury, R. H., & Ghosh, C. (2021). Impact of Financial Literacy Models on the Financial Behavior of Individuals: An Empirical Study on the Indian Context. *Wiley*, 377-387.

- Cholid, I., & Megawati. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Kualitas Informasi dan Influencer Sosial Media Terhadap Keputusan Berinvestasi Pasar Modal Mahasiswa di Sumatera Selatan. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Keuangan*, 1-9.
- Darajati, R. Y. (2022). *Pengaruh Financial Literacy, Risk Perception, Uang Saku, Social Media Influencer Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi Di Masa Pandemi Covid-19*. Yogyakarta.
- Darsono, J. T., Susana, E., & Prihantono, E. Y. (2020). Implementasi Theory of Planned Behavior terhadap Pemasaran Usaha Kecil Menengah melalui E-Commerce. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan (JMDK)*, 206-215.
- David L. (2010). Financial Literacy Explicated: The Case for a Clear Definition in an Increasingly Complex Economy. *The Journal of Consumer Affairs*, 279-281.
- Dilla, P. A. (2021). Pengaruh Independensi, Kompetensi Dan Skeptisme Profesional Terhadap Kualitas Audit Judgment. *Hita Akuntansi dan Keuangan*, 331-349.
- Elmie, & Mardiana, T. (2023). Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Minat Investasi Generasi Milenial pada Surat Berharga Negara Ritel Konvensional. *Jurnal Penelitian Manajemen Manajerial*, 1-11.
- Fauzianti, A., & Retnosari. (2022). Pengaruh Modal Awal Investasi, Pengetahuan Investasi, Social Media Influencer Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Akuntansi Universitas Tidar. *Jurnal Sinar Manajemen*, 26-35.
- Firmansyah, F. F., Sriyono, & Prapanca, D. (2024). Peran Social Media Influencer, Pengetahuan Investasi, Return Investasi dan Uang Saku terhadap Minat Investasi pada Generasi Z di Kabupaten Sidoarjo. *JIMEA*, 772.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior*. Reading, Massachussets: Addison-Wesley.
- Ghozali, I. (2011). Analisis Multivariate dengan Menggunakan Program SPSS. *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21*. 7 ed. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 23*. *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.

- Gunawan, W., Kristiastuti, F., & Sari, U. K. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Minat Investasi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Nurtanio Bandung. *Jurnal Bisnis Manajemen & Ekonomi*, 496.
- Halik, J. B., Halik, M. Y., Latiep, I. F., Irdawati, & Balaba, E. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan Uang Saku Mahasiswa Dalam Pengelolaan Keuangan Pribadi Pada Mahasiswa Universitas Kristen Indonesia Paulus Makassar. *Accounting Profession Jurnal (APJI)*, 51-67.
- Hanum, A. O., & Kusumawati, E. (2025). Tinjauan Pengaruh Literasi Keuangan, Pendapatan, Risiko Investasi, Sikap Investasi, dan Pengetahuan Investasi terhadap Minat Berinvestasi. *El-Mal*, 689-707.
- Haryati, N., Burhany, D., & Suhartanto, D. (2019). Assessing the Profitability of Islamic Banks: The Role of Bank Age and Bank Performance. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 6.
- Hawa, H. N., Fauzi, A., Putra, F. F., Naraya, G. P., Nazara, G. V., & Wa'afin, I. A. (2023). Analisis Risiko dan Tingkat Pengembalian Dalam Mengidentifikasi Saham Yang Dimiliki Investor. *Jurnal Pendidikan Siber Nusantara (JPSN)*, 117-128.
- Hernanda, F. V., & Saputra, E. T. (2025). Pengaruh Uang Saku , Literasi Keuangan, Perilaku Keuangan terhadap Keputusan Investasi (Studi Kasus Mahasiswa STIE Surakarta). *Accounting and Business Information Systems (ABIS)*, 72.
- Herry, & Dewi, V. I. (2024). Pengaruh Pengetahuan Keuangan dan Sikap Keuangan Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan. *INOBIIS*, 208-221.
- Hidayah, N., & Bowo, P. A. (2018). Pengaruh Uang Saku, Locus of Control, dan Lingkungan Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif. *EEAJ*, 1025-1039.
- Hikmah, & Rustam, T. A. (2020). Pengetahuan Investasi, Motivasi Investasi, Literasi Keuangan dan Persepsi Resiko Pengaruhnya Terhadap Minat Investasi Pada Pasar Modal. *SULTANIST*, 131-140.
- Isticharoh, & Kardoyo. (2020). Minat Investasi Diprediksi Dari Motivasi Diri, Pengetahuan Investasi, dan Teknologi Media Sosial. *EEAJ*, 897.
- Joseph F. Hair, J., Black, W., Babin, B., & Anderson, R. (2019). *Multivariate Data Analysis*. Andover: Cengage Learning.
- Juliano, M., Fionasari, D., & Marlina, E. (2024). Pengaruh Pengetahuan Investasi, Motivasi Investasi dan Persepsi Risiko terhadap Keputusan Investasi pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Riau. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 213.

- Jumiyani, Wibowo, E., & Indriastuti, R. (2024). Pengaruh Pengalaman Investasi, Risk Tolerance, dan Influencer Sosial Media terhadap Keputusan Investasi dengan Literasi Keuangan sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-Commerce*, 455-456.
- L., D. (2010). Financial Literacy Explicated: The Case for a Clearer Definition in an Increasingly Complex Economy. *The Journal of Consumer Affairs*, 279-281.
- Lina, & Efriyenti, D. (2025). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Batam untuk Berinvestasi di Pasar Modal. *Al-Kharaj*, 1806-1819.
- Lusardi, A. (2015). Financial Literacy: Do People Know the ABCs of Finance? *Public Understanding of Science (PUS)*, 260-271.
- Mahendrayani, P. Y., & Musmini, L. S. (2021). Pengaruh Pemahaman Investasi, Penggunaan Teknologi Media Sosial dan Hubungan Pertemanan Terhadap Minat Investasi Generasi Milenial di Pasar Modal. *Jurnal Akuntansi Profesi*, 294-305.
- Mandagie, Y. R., Febrianti, M., & Fujianti, L. (2020). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan, Pengalaman Investasi dan Toleransi Risiko terhadap Keputusan Investasi (Studi Kasus Mahasiswa Akuntansi Universitas Pancasila). *RELEVAN*, 38.
- 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)*. Lampung.
- Muklis, F. (2022). Perkembangan dan Tantangan Pasar Modal Indonesia. *Rumah Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang*, 65-66.
- Mulyono, I. M., Maslichah, & Junaidi. (2022). Pengaruh Motivasi Investasi dan Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Investasi di Pasar Modal pada Mahasiswa FEB UNISMA Dimasa Pandemi. *E-JRA*, 9-19.
- Mutmainah, M. I. (2024). *Analisis Data Kuantitatif*. Klaten: Penerbit Lakeisha.
- Nalendra, A. R., Rosalinah, Y., Priadi, A., Subroto, I., Rahayuningsih, R., Lestari, R., . . . Zede, V. A. (2021). *Statistika Seri Dasar dengan SPSS*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Noviyanti, P. E., & Masdiantini, P. R. (2022). Pengaruh Pengetahuan Investasi, Literasi Keuangan, Efikasi Keuangan, Uang Saku dan Sosialisasi Pasar

- Modal terhadap Minat Berinvestasi Mahasiswa. *Jurnal Akuntansi Profesi*, 732.
- Nurfadila, Wahyuni, I., & Subaida, I. (2022). Pengaruh Pengetahuan Investasi dan Kemajuan Teknologi terhadap Keputusan Investasi dengan Minat Investasi sebagai Variabel Intervening (Studi Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Abdurachman Saleh Situbondo). *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*, 1635.
- Parulian, & Aminnudin, M. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan dan Modal Minimal Terhadap Minat Investasi pada Mahasiswa. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 131-140.
- Pradja, H., & Taufiq, M. (2024). Pengaruh Pengalaman Investasi, Tingkat Risiko, dan Influencer Sosial Media Terhadap Keputusan Investasi pada Mahasiswa/I UNPAB. *J-CEKI*, 1354-1362.
- Purnama, E. D., & Simarmata, F. E. (2021). Efek Lifestyle Dalam Memoderasi Pengaruh Pengetahuan Keuangan dan Literasi Keuangan Terhadap Perencanaan Keuangan. *JIP*, 1567-1574.
- Rachma, A. M., Hakim, L., & Surjanti, J. (2024). Studi Literatur Analisis Pengaruh Social Media Influencer dalam Meningkatkan Minat Investasi Milenial. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 594-606.
- Ramadhani, N. (2011). Penyusunan Alat Pengukur Berbasis Theory of Planned Behavior. *BULETIN PSIKOLOGI*, 56.
- Riduwan, & Akdon. (2010). *Rumus dan Data dalam Analisis Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Rismayanti, T., & Oktapiani, S. (2020). Pengaruh Uang Saku dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa. *NJE*, 31-37.
- Rohyati, Nur Rokhmah, F. P., Syazeedah, H. N., Fitriyaningrum, R. I., Ramadhan, G., & Syahwildan, M. (2024). Tantangan dan Peluang Pasar Modal Indonesia dalam Meningkatkan Minat Investasi di Era Digital. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 910.
- Santoso, A., Maghfiroh, S., & Hidayat, T. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Modal Minimal Investasi dan Risk terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi di Pasar Modal. *JRAS*, 59-72.
- Shabrina, D. N., & Habiburahman. (2025). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Investasi di Pasar Modal. *BSE*, 25-36.

- Soesana, A., Subakti, H., Karwanto, Kuswandi, A. F., Sastri, L., Aswan, I. F., . . . Lestari, H. (2023). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yayasan Kita Menulis.
- Sridayani, A. I., Kumalasari, F., & Bay, A. Z. (2023). Pengaruh Pengetahuan Investasi dan Uang Saku terhadap Minat Berinvestasi pada Reksadana. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 143-151.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2013). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D*. Bandung: Alfabet.
- Suriani, N., Risnita, & Jailani, M. (2023). Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan. *IHSAN*, 24-36.
- Thomson, S. (2012). *Financing the Future: Australian Students' Results in the PISA 2012 Financial Literacy Assessment*. Camberwell: ACER.
- Ulfa, S. M., & Suarmanayasa, I. N. (2023). Pengaruh Norma Subjektif, Return, Risiko, dan Pengetahuan Investasi terhadap Minat Investasi di Pasar Modal pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Undiksha. *PROSPEK*, 156-164.
- Wahyuning, S. (2021). *Dasar-Dasar Statistik*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik.
- Wardani, D. K., & Supiati. (2020). Pengaruh Sosialisasi Pasar Modal dan Persepsi atas Risiko terhadap Minat Investasi Mahasiswa di Pasar Modal. *Universitas Kristen Maranatha Journals*, 14.
- Widati, S., Wulandari, E., & Putriliawati, A. (2022). Analisis Pengaruh Pengetahuan Investasi, Motivasi Investasi, Return Investasi dan Resiko Investasi Terhadap Minat Mahasiswa untuk Melakukan Investasi di Pasar Modal. *Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan (SNPK)*, 483-491.
- Widhiastuti, R. N., & Novianda, B. F. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Pengetahuan Investasi, dan Motivasi Terhadap Minat Investasi Generasi Z di JABODETABEK. *KOMPLEKSITAS*, 91.
- Wijaya, M., Weni, D. A., Umam, A., & Dasman, S. (t.thn.). Pengaruh Literasi Keuangan dan Risiko terhadap Keputusan Investasi pada Mahasiswa Program Studi Akuntansi Universitas Pelita Bangsa. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis (JEBS)*.

- Wissalam, A., Nilda, E., & Dewi, N. S. (2021). Pengaruh Ekspektasi Return dan Risiko Investasi Terhadap Minat Investasi Mahasiswa di Galeri Investasi Syariah IAIN Kerinci. *Al-Fiddoh*, 66-74.
- Yuniasari, T., Mranani, M., & Prasetya, W. A. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Perilaku Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Minat Investasi. *UNIMMA*, 127-137.
- Zulfikar, R., Sari, F. P., Fatmayati, A., Wandini, K., Haryati, T., Jumini, S., . . . Fadilah, H. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif (Teori, Metode dan Praktik)*. Bandung: WIDINA MEDIA UTAMA.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran : Kuesioner Penelitian

Perihal : Permohonan Bantuan Pengisian Kuesioner Penelitian

Assalamualaikum Wr. Wb.

Perkenalkan, saya Najwan Syafautil, Mahasiswa Program Studi Akuntansi, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia. Saat ini, saya sedang melakukan penelitian sebagai bagian dari penyusunan tugas akhir (skripsi) dengan judul:

“Pengaruh Literasi Keuangan, Uang Saku, Risiko Investasi, dan *Social Media Influencer* Terhadap Minat Investasi di Pasar Modal (Studi Kasus pada Mahasiswa Perguruan Tinggi di Wilayah D.I. Yogyakarta)”

Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi minat investasi di pasar modal pada mahasiswa yang ada di perguruan tinggi wilayah D.I. Yogyakarta. Untuk itu, saya mohon ketersediaan Saudara/i meluangkan waktu mengisi kuesioner yang sudah disediakan. Tidak ada jawaban benar atau salah dalam kuesioner ini, sehingga diharapkan Saudara/i dapat memberikan jawaban sesuai dengan pengalaman yang dirasakan. Partisipasi Saudara/i sangat berarti bagi kelancaran penelitian ini. Atas perhatian dan kerjasamanya, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

PERTANYAAN KUESIONER

Identitas Responden :

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
 - Laki – Laki
 - Perempuan
3. Usia :
4. Universitas / Perguruan Tinggi :
5. Fakultas :
6. Semester :
7. No. Hp (opsional) :
8. Media sosial/platform yang saudara/i gunakan :
 - YouTube
 - Instagram
 - Tiktok
 - Twitter
 - Lainnya

Petunjuk Pengisian Kuesioner

1. Baca setiap pertanyaan dengan teliti dan seksama.
2. Isi pertanyaan secara jujur dan benar sesuai dengan kondisi anda.
3. Kuesioner dapat digunakan bila seluruh pertanyaan telah diisi, karena itu mohon diteliti kembali seluruh pertanyaan.

Pilihlah salah satu jawaban untuk pertanyaan-pertanyaan dibawah dengan skema jawaban sebagai berikut :

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 (Y)

No.	PERTANYAAN	STS 1	TS 2	KS 3	S 4	SS 5
A	Faktor Dorongan dari Dalam Individu					
1	Saya memiliki keinginan pribadi yang kuat untuk belajar tentang investasi di pasar modal					
2	Saya merasa yakin dari dalam diri bahwa investasi merupakan langkah penting untuk masa depan keuangan saya					
3	Saya sering merasa penasaran dan tertarik untuk mengetahui lebih banyak tentang investasi di pasar modal					
B	Faktor Motivasi dari Lingkungan Sosial					
1	Saya termotivasi untuk berinvestasi di pasar modal dengan tujuan meningkatkan status sosial saya					
2	Saya termotivasi untuk berinvestasi karena teman saya banyak yang berinvestasi di pasar modal					
3	Saya termotivasi untuk menjadi investor					

	aktif di pasar modal					
C	Faktor Emosional					
1	Saya merasa penting bagi mahasiswa untuk berinvestasi di pasar modal					
2	Saya memiliki ketertarikan untuk melakukan investasi di pasar modal karena investasi di pasar modal sangat menjanjikan					
3	Saya merasa senang dan optimis ketika membayangkan atau berdiskusi tentang investasi di pasar modal					
D	Faktor Pertimbangan Manfaat					
1	Saya yakin investasi di pasar modal merupakan cara efektif untuk memperoleh keuntungan tambahan					
2	Saya percaya bahwa investasi di pasar modal dapat memberikan imbal hasil yang lebih menarik dibandingkan menabung di bank					
3	Saya menganggap investasi sebagai strategi yang baik untuk mengelola dan mengembangkan keuntungan pribadi					

LITERASI KEUANGAN (X)

No.	PERTANYAAN	STS 1	TS 2	KS 3	S 4	SS 5
A	Faktor Pengetahuan Tentang Konsep Keuangan					
1	Dengan pengetahuan keuangan yang					

	memadai saya dapat mengelola keuangan dengan baik					
2	Saya memahami pentingnya menabung dan investasi untuk masa depan					
3	Saya dapat membedakan antara menabung dan berinvestasi					
B	Faktor Kemampuan untuk Mengkomunikasikan Konsep Keuangan					
1	Saya mampu menjelaskan konsep keuangan dasar kepada orang lain					
2	Saya merasa percaya diri untuk berdiskusi tentang investasi dengan teman atau keluarga					
C	Faktor Kecerdasan dalam Mengelola Keuangan Pribadi					
1	Saya membuat catatan untuk pemasukan dan pengeluaran agar keuangan saya lebih teratur					
2	Saya selalu menggunakan uang sesuai dengan kebutuhan					
3	Saya selalu membuat perencanaan dan mengontrol keuangan pribadi saya					
D	Faktor Kemampuan dalam Membuat Keputusan Keuangan yang Tepat					
1	Saya mampu memahami informasi keuangan untuk membuat keputusan yang tepat					
2	Saya merasa percaya diri dalam membuat keputusan investasi					

E	Faktor Kepercayaan dalam Merencanakan Keuangan secara Efektif untuk Kebutuhan di Masa Mendatang					
1	Saya percaya diri dalam kemampuan saya untuk merencanakan keuangan masa depan					
2	Saya mampu menetapkan tujuan keuangan yang teratur					

UANG SAKU

No.	PERTANYAAN	STS 1	TS 2	KS 3	S 4	SS 5
A	Faktor Jumlah Uang Saku dengan Pola Konsumsi					
1	Jumlah uang saku yang saya terima cukup untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari					
2	Saya merasa sebagian uang saku yang diterima memungkinkan untuk diinvestasikan					
3	Jumlah uang saku yang diterima memengaruhi kemampuan saya untuk menabung atau berinvestasi					
B	Faktor Sumber Uang Saku					
1	Pemasukan yang saya terima semua berasal dari pemberian orang tua					
2	Saya selalu menerima uang saku secara					

	teratur setiap minggu atau bulan					
3	Saya terkadang mendapatkan uang saku tambahan diluar pemberian orang tua					
C	Faktor Kemauan Menyisihkan Uang untuk Investasi					
1	Saya memiliki kemauan untuk menyisihkan uang saku untuk investasi					
2	Saya disiplin untuk menyisihkan uang saku secara rutin					
3	Saya memprioritaskan menyisihkan uang saku untuk investasi					
D	Faktor Uang Saku digunakan untuk Membeli Saham					
1	Sebagian besar uang saku saya gunakan untuk membeli saham					
2	Saya secara konsisten menyisihkan uang saku untuk membeli saham					
3	Uang saku yang saya alokasikan untuk investasi lebih kecil dibandingkan untuk kebutuhan konsumsi					

RISIKO INVESTASI

No.	PERTANYAAN	STS 1	TS 2	KS 3	S 4	SS 5
A	Faktor Adanya Risiko Tertentu					
1	Saya menyadari bahwa setiap jenis investasi memiliki risiko tertentu					

2	Saya mengerti bahwa adanya risiko kerugian finansial saat berinvestasi					
3	Saya memahami bahwa tidak ada investasi yang benar-benar bebas dari risiko					
B	Faktor Kemungkinan Mengalami Kerugian					
1	Saya mengerti bahwa ada kemungkinan mengalami kerugian ketika berinvestasi					
2	Saya percaya bahwa kemungkinan kerugian dalam investasi lebih tinggi daripada keuntungan					
3	Saya harus siap secara mental untuk menghadapi kerugian yang mungkin terjadi dari berinvestasi					
C	Faktor Investasi Tidak Menjamin Terpenuhinya Kebutuhan					
1	Saya ragu bahwa hasil investasi dapat memenuhi kebutuhan keuangan di masa depan					
2	Saya tidak yakin bahwa investasi dapat menjamin terpenuhinya kebutuhan mendesak					
3	Saya cenderung lebih memprioritaskan memenuhi kebutuhan sehari-hari daripada berinvestasi					
D	Faktor Pemikiran Bahwa Berisiko					
1	Saya cenderung lebih fokus menghindari potensi risiko daripada potensi keuntungan					

2	Risiko menjadi penghalang utama bagi saya untuk berinvestasi					
3	Saya sering merasa bahwa risiko investasi jauh lebih besar dibandingkan potensi keuntungan					

SOCIAL MEDIA INFLUENCER

No.	PERTANYAAN	STS 1	TS 2	KS 3	S 4	SS 5
A	Faktor Intensitas Penggunaan <i>Social Media</i>					
1	Saya sering melihat konten investasi dari <i>influencer</i> di media sosial					
2	Saya sering menghabiskan waktu kosong untuk melihat konten investasi dari <i>influencer</i>					
3	Saya mengikuti banyak <i>influencer</i> yang membahas investasi di media sosial					
B	Faktor Pemanfaatan <i>Social Media</i> dalam Mencari Informasi Investasi					
1	Saya sering mengandalkan <i>influencer</i> sebagai sumber utama informasi tentang investasi					
2	Saya memercayai informasi dan panduan investasi dari <i>influencer</i>					
3	Ketika mencari informasi investasi, saya cenderung mencari panduan dari <i>influencer</i> terlebih dahulu					
C	Faktor Efektivitas <i>Social Media</i>					

1	Saya merasa konten yang dibagikan oleh <i>influencer</i> berhasil mendorong niat saya untuk berinvestasi					
2	<i>Influencer</i> di media sosial membantu saya mengatasi keraguan atau ketakutan saya tentang investasi					
3	<i>Influencer</i> di media sosial efektif membangun kepercayaan saya pada investasi					
D	Faktor Kualitas Konten Investasi					
1	<i>Influencer</i> membuat informasi investasi yang rumit menjadi lebih mudah dipahami					
2	Informasi investasi dari <i>influencer</i> sangat relevan dengan kebutuhan dan kondisi saya					
3	Saya belajar banyak hal baru mengenai investasi dari konten <i>influencer</i> di media sosial					

Lampiran 2 Tabulasi Data Responden

No	Jenis Kelamin	Usia	Perguruan Tinggi	Fakultas	Semester
1	Laki - Laki	22	Universitas Islam Indonesia (UII)	FBE	8
2	Perempuan	22	Universitas Islam Indonesia (UII)	FBE	8
3	Laki - Laki	22	Universitas Negeri Yogyakarta (UNY)	FEB	8
4	Laki - Laki	19	Universitas Islam Indonesia (UII)	FBE	6
5	Perempuan	21	Universitas Gadjah	FH	6

			Mada (UGM)		
6	Laki - Laki	22	Universitas Islam Indonesia (UII)	FBE	8
7	Perempuan	22	Universitas Islam Indonesia (UII)	FBE	8
8	Perempuan	22	Universitas Islam Indonesia (UII)	FEB	8
9	Laki - Laki	23	Universitas Islam Indonesia (UII)	FBE	8
10	Perempuan	23	Universitas Islam Indonesia (UII)	FBE	8
11	Laki - Laki	21	Universitas Islam Indonesia (UII)	FBE	8
12	Laki - Laki	27	Universitas Islam Indonesia (UII)	FBE	8
13	Laki - Laki	22	Universitas Islam Indonesia (UII)	FBE	6
14	Laki - Laki	20	Universitas Islam Indonesia (UII)	FBE	4
15	Laki - Laki	21	Universitas Islam Indonesia (UII)	FBE	6
16	Laki - Laki	23	Universitas Islam Indonesia (UII)	FBE	6
17	Laki - Laki	22	Universitas Islam Indonesia (UII)	FBE	8
18	Perempuan	20	Universitas Islam Indonesia (UII)	FBE	6
19	Laki - Laki	21	Universitas Islam Indonesia (UII)	FBE	8
20	Perempuan	22	Universitas Islam Indonesia (UII)	FBE	8
21	Laki - Laki	20	Universitas Islam Indonesia (UII)	FBE	4
22	Perempuan	20	Universitas Islam Indonesia (UII)	FBE	4
23	Perempuan	22	Universitas Islam Indonesia (UII)	FBE	8
24	Perempuan	21	Universitas Islam Indonesia (UII)	FBE	6
25	Laki - Laki	21	Universitas Gadjah Mada (UGM)	FEB	8
26	Laki - Laki	23	Universitas Islam Indonesia (UII)	FBE	8
27	Perempuan	21	Universitas Islam Indonesia (UII)	FBE	8

28	Laki - Laki	21	Universitas Islam Indonesia (UII)	FBE	8
29	Perempuan	20	Universitas Negeri Yogyakarta (UNY)	FIP / Psikologi	4
30	Laki - Laki	21	Universitas Islam Indonesia (UII)	FBE	4
31	Laki - Laki	22	Universitas Islam Indonesia (UII)	FBE	8
32	Laki - Laki	21	Universitas Islam Indonesia (UII)	FBE	8
33	Laki - Laki	21	Universitas Islam Indonesia (UII)	FBE	8
34	Perempuan	21	Universitas Islam Indonesia (UII)	FBE	8
35	Laki - Laki	21	Universitas Pembangunan Nasional 'Veteran' Yogyakarta (UPN)	FEB	6
36	Laki - Laki	19	Universitas Islam Indonesia (UII)	FBE	4
37	Perempuan	20	Universitas Pembangunan Nasional 'Veteran' Yogyakarta (UPN)	FEB	6
38	Laki - Laki	21	Universitas Gadjah Mada (UGM)	FEB	6
39	Perempuan	19	Universitas Islam Indonesia (UII)	FBE	6
40	Laki - Laki	21	Universitas Pembangunan Nasional 'Veteran' Yogyakarta (UPN)	FEB	4
41	Laki - Laki	21	Universitas Ahmad Dahlan (UAD)	FEB	6
42	Perempuan	22	Universitas Islam Indonesia (UII)	FBE	8
43	Laki - Laki	23	Universitas Ahmad Dahlan (UAD)	FEB	8
44	Laki - Laki	22	Universitas Ahmad Dahlan (UAD)	FEB	6
45	Perempuan	22	Universitas Ahmad Dahlan (UAD)	FEB	8
46	Laki - Laki	24	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY)	FEB	6

47	Laki - Laki	24	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY)	FEB	4
48	Perempuan	22	Universitas Pembangunan Nasional 'Veteran' Yogyakarta (UPN)	FEB	8
49	Laki - Laki	23	Universitas Pembangunan Nasional 'Veteran' Yogyakarta (UPN)	FEB	8
50	Laki - Laki	22	Universitas Amikom Yogyakarta	FES (Fakultas Ekonomi dan Sosial)	6
51	Laki - Laki	23	Universitas Amikom Yogyakarta	FES (Fakultas Ekonomi dan Sosial)	6
52	Perempuan	22	Universitas Islam Indonesia (UII)	FBE	4
53	Laki - Laki	23	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY)	FEB	6
54	Laki - Laki	22	Universitas Pembangunan Nasional 'Veteran' Yogyakarta (UPN)	FEB	6
55	Laki - Laki	23	Universitas Gadjah Mada (UGM)	FEB	8
56	Laki - Laki	22	Universitas Negeri Yogyakarta (UNY)	FEB	6
57	Perempuan	21	Universitas Pembangunan Nasional 'Veteran' Yogyakarta (UPN)	FEB	6
58	Perempuan	21	Universitas Pembangunan Nasional 'Veteran' Yogyakarta (UPN)	FEB	6
59	Laki - Laki	23	Universitas Gadjah Mada (UGM)	FEB	6
60	Laki - Laki	24	Universitas Gadjah Mada (UGM)	FEB	6
61	Perempuan	21	Universitas Islam Indonesia (UII)	FBE	8

62	Laki - Laki	21	Universitas Gadjah Mada (UGM)	FEB	6
63	Laki - Laki	22	Universitas Pembangunan Nasional 'Veteran' Yogyakarta (UPN)	FEB	8
64	Perempuan	22	Universitas Islam Indonesia (UII)	FBE	6
65	Laki - Laki	23	Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga (UIN Sunan Kalijaga)	FEBI (Ekonomi dan Bisnis Islam)	6
66	Perempuan	23	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY)	FEB	8
67	Perempuan	22	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY)	FEB	8
68	Laki - Laki	22	Universitas Pembangunan Nasional 'Veteran' Yogyakarta (UPN)	FEB	8
69	Laki - Laki	20	Universitas Pembangunan Nasional 'Veteran' Yogyakarta (UPN)	FEB	4
70	Perempuan	20	Universitas Pembangunan Nasional 'Veteran' Yogyakarta (UPN)	FEB	4
71	Perempuan	22	Universitas Gadjah Mada (UGM)	FEB	8
72	Perempuan	21	Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga (UIN Sunan Kalijaga)	FEBI	6
73	Laki - Laki	23	Universitas Pembangunan Nasional 'Veteran' Yogyakarta (UPN)	FEB	8
74	Perempuan	22	Universitas Pembangunan Nasional 'Veteran' Yogyakarta (UPN)	FEB	6
75	Perempuan	22	Universitas Pembangunan Nasional 'Veteran' Yogyakarta	FEB	6

			(UPN)		
76	Laki - Laki	22	Universitas Gadjah Mada (UGM)	FEB	8
77	Perempuan	21	Universitas Pembangunan Nasional 'Veteran' Yogyakarta (UPN)	FEB	8
78	Laki - Laki	23	Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga (UIN Sunan Kalijaga)	FEBI	6
79	Perempuan	21	Universitas Gadjah Mada (UGM)	FEB	6
80	Perempuan	23	Universitas Negeri Yogyakarta (UNY)	FEB	6
81	Laki - Laki	23	Universitas Negeri Yogyakarta (UNY)	FEB	6
82	Laki - Laki	23	Universitas Negeri Yogyakarta (UNY)	FEB	8
83	Laki - Laki	23	Universitas Pembangunan Nasional 'Veteran' Yogyakarta (UPN)	FEB	6
84	Laki - Laki	22	Universitas Negeri Yogyakarta (UNY)	FEB	6
85	Laki - Laki	22	Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga (UIN Sunan Kalijaga)	FEBI	8
86	Laki - Laki	24	Universitas Islam Indonesia (UII)	FBE	8
87	Perempuan	22	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY)	FEB	6
88	Laki - Laki	23	Universitas Gadjah Mada (UGM)	FEB	6
89	Laki - Laki	25	Universitas Ahmad Dahlan (UAD)	FEB	8
90	Laki - Laki	22	Universitas Gadjah Mada (UGM)	FK	6
91	Laki - Laki	28	Universitas Islam Indonesia (UII)	FBE	8
92	Laki - Laki	22	Universitas Islam Indonesia (UII)	FH	4
93	Perempuan	22	Universitas Gadjah Mada (UGM)	FEB	6
94	Laki - Laki	23	Universitas Gadjah	FEB	6

			Mada (UGM)		
95	Laki - Laki	22	Universitas Pembangunan Nasional 'Veteran' Yogyakarta (UPN)	FEB	6
96	Laki - Laki	22	Universitas Gadjah Mada (UGM)	FEB	6
97	Laki - Laki	22	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY)	FEB	6
98	Laki - Laki	23	Universitas Ahmad Dahlan (UAD)	FEB	8
99	Laki - Laki	22	Universitas Ahmad Dahlan (UAD)	FEB	6
100	Perempuan	21	Universitas Ahmad Dahlan (UAD)	FEB	6
101	Laki - Laki	23	Universitas Islam Indonesia (UII)	FEB	8

Lampiran 3 Hasil Tabulasi Data

1. Literasi Keuangan

No. Responden	Literasi Keuangan (X1)												Total X1
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	
1	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	4	52
2	5	5	5	3	1	5	4	5	5	3	5	4	50
3	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	54
4	5	4	5	4	3	5	4	3	5	5	3	5	51
5	3	3	4	3	2	2	4	3	4	4	3	3	38
6	3	3	2	3	4	4	3	4	4	4	3	4	41
7	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	51
8	4	4	5	3	3	2	3	3	3	4	4	4	42
9	4	4	3	4	4	4	5	4	4	3	3	3	45
10	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	56
11	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	3	5	54
12	5	5	5	3	4	5	5	2	3	2	5	5	49
13	5	5	4	4	3	5	4	5	4	3	5	5	52
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
16	4	5	5	3	3	3	4	4	4	4	4	5	48
17	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	53
18	4	4	4	2	3	3	3	2	3	3	4	3	38
19	5	5	5	3	3	4	5	4	4	5	5	5	53
20	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	44
21	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	59
22	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	48
23	4	5	5	4	5	3	4	5	5	4	4	5	53
24	4	2	4	1	2	2	2	4	5	5	5	5	41
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
27	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	50
28	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	52
29	2	4	2	2	2	2	4	2	2	4	4	4	34
30	4	4	4	2	4	4	4	3	4	4	5	5	47
31	5	5	5	5	5	5	5	4	5	2	5	5	56
32	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
33	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	58
34	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	59
36	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
38	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	57

39	3	3	3	3	4	4	4	5	4	3	3	3	42
40	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	51
41	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	54
42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
43	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
44	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	58
45	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	59
46	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	59
47	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	58
48	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	59
49	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	59
50	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	58
51	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	58
52	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
53	5	5	5	5	3	5	5	4	5	5	5	5	57
54	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	57
55	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	56
56	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	58
57	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	58
58	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	53
59	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	57
60	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
61	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	52
62	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
63	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	59
64	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
65	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	58
66	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	58
67	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	59
68	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	57
69	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	58
70	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	55
71	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	57
72	4	5	3	3	5	4	3	5	5	3	4	4	48
73	5	4	3	3	5	4	4	4	4	4	5	3	48
74	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	55
75	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	58
76	3	3	5	4	3	5	4	4	4	5	4	4	48
77	4	3	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	53
78	3	5	3	3	5	4	4	5	5	5	4	4	50
79	4	5	4	4	3	5	5	4	3	4	4	4	49
80	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	56
81	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	53
82	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	55

83	4	4	5	4	5	4	3	4	3	4	4	4	48
84	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	57
85	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	55
86	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	51
87	4	4	5	3	4	5	5	5	4	4	5	4	52
88	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	52
89	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	54
90	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	54
91	1	1	1	3	4	4	3	4	3	5	5	1	35
92	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	42
93	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	53
94	4	5	4	4	4	2	5	4	4	4	5	5	50
95	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	53
96	4	4	5	4	5	4	4	5	5	3	4	4	51
97	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	55
98	4	5	3	4	5	4	3	4	5	4	4	3	48
99	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	53
100	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
101	5	5	4	3	3	4	4	4	5	5	4	5	51

2. Uang Saku

No. Responde n	Uang Saku (X2)												Tota l X2
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.1 0	X2.1 1	X2.1 2	
1	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	39
2	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	57
3	5	5	5	4	4	5	5	5	3	3	3	4	51
4	3	5	5	4	5	5	3	4	5	4	5	5	53
5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	46
6	3	2	4	3	2	4	4	2	4	4	3	4	39
7	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	53
8	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	50
9	4	5	4	4	3	2	4	4	4	3	4	4	45
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
11	5	5	5	5	4	1	3	3	5	3	4	4	47
12	4	5	5	5	2	2	2	2	5	3	3	4	42
13	3	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	54
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
16	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	46
17	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	54
18	4	5	5	4	3	5	3	4	4	3	4	4	48
19	4	5	5	4	3	2	4	4	4	3	4	4	46

20	3	4	5	3	3	4	4	4	3	3	3	3	42
21	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	58
22	5	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	46
23	3	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	52
24	5	5	5	4	2	4	5	5	4	2	5	4	50
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
27	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	51
28	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	57
29	5	5	4	2	4	4	2	4	4	2	4	4	44
30	4	5	5	3	3	2	2	2	4	3	3	3	39
31	5	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	1	50
32	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
33	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
34	4	5	5	5	4	5	3	4	5	5	5	5	55
35	5	5	5	5	5	5	3	4	4	3	5	5	54
36	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	55
37	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	54
38	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
39	3	3	4	2	2	1	2	3	2	4	5	3	34
40	4	4	4	4	3	3	3	2	4	3	4	4	42
41	5	5	5	4	4	5	5	5	3	4	4	5	54
42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
43	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	57
44	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	58
45	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	59
46	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	57
47	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	3	5	56
48	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	51
49	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	55
50	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	57
51	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	57
52	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	57
53	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	58
54	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	58
55	5	5	5	3	3	5	5	5	3	5	5	5	54
56	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	58
57	5	5	5	5	5	4	4	5	3	3	5	5	54
58	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
59	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	54
60	5	5	4	3	5	5	5	4	4	4	5	5	54
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
62	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	56
63	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	59

64	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	58
65	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	59
66	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	56
67	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	57
68	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	57
69	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	57
70	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	52
71	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	57
72	5	4	3	4	4	4	4	3	5	5	3	4	48
73	5	5	4	4	4	5	4	3	5	4	3	5	51
74	5	5	5	3	4	4	4	4	3	4	5	5	51
75	4	4	4	4	4	5	5	5	3	3	4	4	49
76	5	4	4	4	3	5	4	4	3	5	5	3	49
77	5	3	5	4	3	4	4	5	4	5	4	4	50
78	4	4	3	5	3	5	5	4	5	3	5	5	51
79	5	4	4	3	5	3	3	4	4	4	3	4	46
80	5	5	4	5	5	5	5	5	3	4	4	4	54
81	5	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	48
82	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	5	5	52
83	5	4	4	3	5	3	4	4	5	4	3	4	48
84	5	5	4	3	4	5	5	5	3	3	4	5	51
85	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	53
86	5	5	4	3	4	4	4	5	4	5	5	5	53
87	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	54
88	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	53
89	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	57
90	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	54
91	5	2	4	2	4	3	3	3	4	5	2	4	41
92	3	4	2	4	3	4	3	4	3	2	4	3	39
93	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	52
94	4	4	4	3	5	5	4	4	5	5	4	5	52
95	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	55
96	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	54
97	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	55
98	4	4	3	5	4	3	5	5	3	3	4	4	47
99	5	4	5	3	4	5	5	5	3	3	4	5	51
100	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	57
101	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	54

3. Risiko Investasi

No. Responde n	Risiko Investasi (X3)												Tota l X3
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	X3.1 0	X3.1 1	X3.1 2	

1	3	3	4	2	2	4	3	3	2	2	2	2	32
2	5	5	4	5	5	3	3	3	3	5	3	4	48
3	5	4	5	5	5	2	4	5	3	3	2	4	47
4	2	4	3	5	1	4	4	5	2	3	3	4	40
5	5	4	5	5	5	4	3	5	3	2	2	2	45
6	3	2	4	2	4	2	4	3	4	3	2	3	36
7	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	54
8	4	3	3	4	5	5	3	3	2	2	2	2	38
9	4	3	3	5	4	5	3	3	3	2	2	2	39
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
11	5	5	5	3	5	4	5	3	3	3	3	5	49
12	4	4	5	5	5	5	4	2	2	1	3	4	44
13	4	3	4	5	5	5	5	5	4	3	5	4	52
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
16	4	3	4	5	5	3	3	3	3	3	3	4	43
17	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	54
18	4	4	4	5	5	1	3	5	2	1	1	1	36
19	5	3	4	4	5	5	4	3	3	2	2	5	45
20	4	3	3	5	5	3	4	3	3	2	2	2	39
21	4	5	4	2	1	5	5	5	5	5	5	4	50
22	5	5	4	4	5	5	4	3	4	4	3	4	50
23	5	4	5	3	4	5	4	4	5	3	4	5	51
24	5	4	5	5	5	5	4	2	1	1	1	5	43
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	47
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	56
28	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	53
29	4	2	4	5	5	4	2	2	2	1	1	4	36
30	5	3	5	3	5	4	4	2	2	2	1	5	41
31	1	5	3	1	1	5	5	5	5	5	5	5	46
32	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
33	5	5	5	5	5	3	5	5	5	4	4	4	55
34	5	4	4	5	5	5	5	4	4	3	3	4	51
35	5	3	5	5	5	2	5	5	3	2	3	5	48
36	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	54
37	5	5	4	4	4	3	3	3	4	4	5	5	49
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
39	5	3	4	3	2	1	2	2	4	2	2	5	35
40	4	5	5	4	2	4	4	4	5	4	4	4	49
41	5	4	5	5	5	4	4	4	3	3	4	5	51
42	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	45
43	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	55
44	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	55

45	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	3	5	54
46	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	54
47	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	57
48	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	4	5	54
49	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	54
50	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	54
51	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	57
52	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	55
53	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	57
54	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	56
55	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	56
56	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	4	52
57	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	5	48
58	4	4	4	5	5	3	4	4	4	4	4	5	50
59	5	5	5	5	5	5	4	3	3	3	3	5	51
60	5	5	5	5	5	3	4	4	4	3	4	5	52
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
62	5	5	5	5	5	4	4	3	4	4	4	5	53
63	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	56
64	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	54
65	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	3	5	52
66	5	5	5	5	5	4	4	3	4	4	4	5	53
67	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	56
68	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
69	5	5	5	5	5	3	5	5	5	4	3	4	54
70	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	55
71	5	5	4	5	5	3	3	3	3	3	3	5	47
72	5	3	4	3	3	4	5	3	4	4	4	4	46
73	4	4	5	5	5	3	5	4	4	5	4	5	53
74	5	5	5	5	5	3	5	4	4	4	3	4	52
75	5	5	4	5	4	3	5	3	4	3	3	4	48
76	4	4	5	4	5	5	5	5	3	5	5	5	55
77	5	5	3	5	5	4	4	5	4	5	4	5	54
78	3	3	3	3	5	5	4	4	4	4	4	4	46
79	4	4	5	5	3	4	4	4	5	4	4	3	49
80	5	4	4	5	4	3	4	5	3	3	3	4	47
81	5	4	5	5	5	5	4	5	3	3	3	4	51
82	5	5	5	5	5	4	4	3	3	3	3	5	50
83	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	53
84	5	5	5	5	5	3	3	4	3	3	3	5	49
85	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	53
86	5	5	5	4	4	5	4	3	3	4	3	5	50
87	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	54
88	4	5	4	5	5	5	3	3	3	4	5	5	51

89	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	53
90	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	54
91	1	1	1	2	1	3	4	5	5	5	5	5	38
92	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4	36
93	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	56
94	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	55
95	4	5	5	4	4	4	3	3	4	5	5	4	50
96	4	4	4	5	4	4	4	5	4	3	3	4	48
97	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	55
98	4	3	4	3	4	5	5	4	5	3	5	5	50
99	5	4	5	5	5	3	4	4	3	3	3	5	49
100	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	56
101	5	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	5	45

4. Social Media Influencer

No. Responden	Social Media Influencer (X4)												Total X4
	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	X4.6	X4.7	X4.8	X4.9	X4.10	X4.11	X4.12	
1	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	46
2	5	5	5	5	2	5	1	1	3	3	2	2	39
3	5	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	55
4	4	3	3	5	5	4	5	3	4	5	4	5	50
5	5	5	5	5	3	4	3	4	5	5	5	5	54
6	5	5	5	4	2	4	3	4	4	3	4	4	47
7	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	58
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
9	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	45
10	5	5	5	5	5	5	1	1	1	3	1	1	38
11	5	5	5	5	1	5	5	3	4	1	4	2	45
12	5	5	5	5	4	5	2	3	4	4	2	2	46
13	4	3	2	2	3	1	1	3	2	4	4	3	32
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	56
15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
16	5	5	5	5	3	3	3	3	4	4	4	4	48
17	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	54
18	5	4	5	5	3	4	3	3	4	5	5	5	51
19	5	5	5	5	4	5	2	3	3	3	2	2	44
20	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	43
21	5	5	5	5	3	5	2	5	5	5	5	5	55
22	4	3	2	4	3	3	4	4	4	4	3	3	41
23	4	5	4	4	5	5	4	4	5	3	5	5	53
24	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	57
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48

26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
27	5	4	5	4	4	4	2	2	3	4	3	3	43
28	5	5	5	5	4	5	2	3	4	5	4	4	51
29	4	4	4	4	2	4	5	2	4	4	2	2	41
30	5	5	5	5	4	5	3	4	5	2	5	4	52
31	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
32	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
33	5	5	5	5	2	5	1	2	2	2	3	2	39
34	5	5	5	5	3	5	3	3	4	3	2	3	46
35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	4	55
36	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	57
37	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	55
38	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
39	2	5	3	3	4	3	4	2	4	5	5	2	42
40	4	4	5	5	4	4	4	3	3	3	4	4	47
41	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	58
42	4	4	4	4	3	4	3	2	4	3	4	4	43
43	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
44	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	58
45	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	59
46	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	55
47	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	58
48	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	53
49	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	57
50	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	58
51	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	57
52	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	57
53	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	57
54	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	56
55	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	54
56	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	57
57	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	58
58	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	55
59	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	55
60	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	57
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
62	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	56
63	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	58
64	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	56
65	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	57
66	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	58
67	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	56
68	5	5	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	55
69	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	57

70	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	55
71	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	59
72	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	56
73	4	4	3	5	5	3	4	4	5	3	5	3	48
74	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	49
75	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	56
76	3	5	3	4	4	5	3	5	3	4	4	3	46
77	5	3	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5	51
78	5	3	4	4	4	5	3	5	5	3	4	5	50
79	4	4	5	5	4	4	3	4	3	4	4	4	48
80	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	56
81	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	54
82	5	5	5	4	4	4	4	3	3	4	4	5	50
83	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	56
84	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	52
85	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	55
86	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	54
87	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	53
88	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	52
89	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	55
90	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	54
91	5	4	4	4	3	5	3	1	1	1	1	2	34
92	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	43
93	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	53
94	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	54
95	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	52
96	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	55
97	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	53
98	4	3	4	5	5	3	3	4	4	4	5	4	48
99	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	55
100	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	47
101	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	52

5. Minat Investasi

No. Responden	Minat Investasi (Y1)												Total Y1
	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	Y1.8	Y1.9	Y1.10	Y1.11	Y1.12	
1	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	43
2	5	5	4	1	3	3	4	5	4	5	5	5	49
3	5	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	5	46
4	5	3	5	3	4	3	5	4	5	4	4	5	50
5	5	3	1	2	2	2	3	4	4	4	4	4	38

6	4	3	4	2	3	4	3	4	3	4	3	4	41
7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
8	5	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	35
9	4	2	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	36
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
11	5	4	4	3	4	4	4	4	3	5	3	5	48
12	4	2	4	2	3	4	3	2	3	2	1	3	33
13	5	4	5	4	4	5	5	3	4	5	4	5	53
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
16	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
17	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	53
18	5	5	5	4	3	1	4	4	4	3	3	3	44
19	4	3	4	3	2	2	4	3	4	4	3	4	40
20	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	45
21	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	58
22	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	53
23	5	4	3	4	5	4	4	5	5	4	5	5	53
24	4	2	2	2	2	4	5	4	4	5	4	5	43
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
27	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
28	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	54
29	4	2	2	2	2	4	2	2	4	4	4	4	36
30	3	2	4	2	2	3	4	4	3	4	3	5	39
31	5	1	1	1	1	5	5	5	5	5	5	5	44
32	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	59
33	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	52
34	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	5	44
35	4	2	3	2	3	1	2	4	4	4	2	3	34
36	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	53
37	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	57
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
39	3	2	1	4	4	5	1	5	2	3	5	3	38
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
41	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
42	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	44
43	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	58
44	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	58
45	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	59
46	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	59
47	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	55
48	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
49	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60

50	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	59
51	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
52	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	59
53	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	56
54	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	56
55	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	56
56	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	57
57	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
58	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	58
59	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	57
60	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	59
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
62	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	58
63	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
64	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	56
65	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	59
66	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	59
67	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	59
68	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	56
69	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	58
70	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	58
71	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	57
72	4	4	3	3	4	4	3	4	4	5	5	4	47
73	3	5	4	3	4	4	4	4	3	5	5	3	47
74	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	57
75	5	4	4	4	5	4	3	4	4	4	5	5	51
76	5	5	4	4	4	3	3	5	5	3	5	4	50
77	4	5	5	4	4	4	4	4	3	5	4	5	51
78	3	3	4	4	4	5	4	5	5	4	3	5	49
79	4	5	4	4	5	3	5	4	4	5	4	4	51
80	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	57
81	4	3	4	4	4	5	3	4	4	4	4	5	48
82	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	58
83	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	53
84	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	46
85	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	55
86	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	54
87	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	54
88	4	4	4	4	3	3	5	5	4	4	4	4	48
89	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	55
90	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	54
91	5	3	4	3	3	4	3	2	5	3	4	1	40
92	3	4	2	4	2	4	3	3	5	3	3	2	38
93	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	55

94	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	53
95	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	49
96	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	56
97	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	51
98	3	2	3	3	4	5	4	3	3	5	4	4	43
99	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	55
100	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	56
101	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	55

Lampiran 4 Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimu m	Maximu m	Mean	Std. Deviation
Literasi Keuangan	101	34,00	60,00	52,9604	6,00487
Uang Saku	101	34,00	60,00	52,2970	5,71235
Risiko Investasi	101	32,00	60,00	50,1386	6,23703
Social Media Influencer	101	32,00	60,00	52,0693	6,12741
Minat Investasi	101	33,00	60,00	51,3762	7,52974
Valid N (listwise)	101				

Lampiran 5 Hasil Uji Validitas

1. Literasi Keuangan (X1)

Correlations													
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.1 0	X1.1 1	X1.1 2	TOT AL
X1. Pearson 1 Correlatio n	1	,667 **	,702 **	,499 **	,307 **	,559 **	,517 **	,437 **	,576 **	,233 *	,448 **	,579 **	,817 **
Sig. (2- tailed)		,000	,000	,000	,002	,000	,000	,000	,000	,019	,000	,000	,000
N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
X1. Pearson 2 Correlatio n	,667 **	1	,496 **	,401 **	,286 **	,445 **	,515 **	,319 **	,374 **	,089	,265 **	,559 **	,679 **
Sig. (2- tailed)	,000		,000	,000	,004	,000	,000	,001	,000	,377	,008	,000	,000
N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
X1. Pearson 3 Correlatio n	,702 **	,496 **	1	,420 **	,195	,419 **	,456 **	,309 **	,437 **	,258 **	,368 **	,657 **	,716 **
Sig. (2- tailed)	,000	,000		,000	,050	,000	,000	,002	,000	,009	,000	,000	,000
N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101

X1.4	Pearson Correlation	,499**	,401**	,420**	1	,412**	,498**	,469**	,473**	,380**	,327**	,258**	,301**	,703**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,001	,009	,002	,000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
X1.5	Pearson Correlation	,307**	,286**	,195	,412**	1	,371**	,285**	,389**	,335**	,118	,306**	,132	,542**
	Sig. (2-tailed)	,002	,004	,050	,000		,000	,004	,000	,001	,238	,002	,187	,000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
X1.6	Pearson Correlation	,559**	,445**	,419**	,498**	,371**	1	,527**	,509**	,438**	,233*	,340**	,342**	,718**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,019	,001	,000	,000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
X1.7	Pearson Correlation	,517**	,515**	,456**	,469**	,285**	,527**	1	,335**	,322**	,212*	,393**	,480**	,688**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,004	,000		,001	,001	,033	,000	,000	,000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
X1.8	Pearson Correlation	,437**	,319**	,309**	,473**	,389**	,509**	,335**	1	,622**	,380**	,365**	,272**	,676**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,002	,000	,000	,000	,001		,000	,000	,000	,006	,000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
X1.9	Pearson Correlation	,576**	,374**	,437**	,380**	,335**	,438**	,322**	,622**	1	,333**	,299**	,439**	,690**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,001	,000	,001	,000		,001	,002	,000	,000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
X1.10	Pearson Correlation	,233*	,089	,258**	,327**	,118	,233*	,212*	,380**	,333**	1	,322**	,312**	,469**
	Sig. (2-tailed)	,019	,377	,009	,001	,238	,019	,033	,000	,001		,001	,002	,000

	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
X1.11	Pearson Correlation	,448**	,265**	,368**	,258**	,306**	,340**	,393**	,365**	,299**	,322**	1	,429**	,586**
	Sig. (2-tailed)	,000	,008	,000	,009	,002	,001	,000	,000	,002	,001		,000	,000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
X1.12	Pearson Correlation	,579**	,559**	,657**	,301**	,132	,342**	,480**	,272**	,439**	,312**	,429**	1	,678**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,002	,187	,000	,000	,006	,000	,002	,000		,000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
TO TA L	Pearson Correlation	,817**	,679**	,716**	,703**	,542**	,718**	,688**	,676**	,690**	,469**	,586**	,678**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

2. Uang Saku (X2)

		Correlations												
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12	TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	1	,296**	,175	,130	,405**	,327**	,380**	,350**	,181	,322**	,224*	,326**	,534*
	Sig. (2-tailed)		,003	,081	,196	,000	,001	,000	,000	,071	,001	,024	,001	,000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
X2.2	Pearson Correlation	,296**	1	,395**	,369**	,250*	,273**	,189	,346**	,227*	,031	,310**	,449**	,528*
	Sig. (2-tailed)	,003		,000	,000	,012	,006	,058	,000	,022	,757	,002	,000	,000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101

X2.3	Pearson Correlation	,175	,395**	1	,241*	,133	,115	,082	,237*	,180	,239*	,222*	,313**	,419**
	Sig. (2-tailed)	,081	,000		,015	,185	,251	,415	,017	,071	,016	,026	,001	,000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
X2.4	Pearson Correlation	,130	,369**	,241*	1	,329**	,295**	,386**	,343**	,405**	,244*	,339**	,375**	,602**
	Sig. (2-tailed)	,196	,000	,015		,001	,003	,000	,000	,000	,014	,001	,000	,000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
X2.5	Pearson Correlation	,405**	,250*	,133	,329**	1	,471**	,446**	,455**	,371**	,414**	,325**	,381**	,678**
	Sig. (2-tailed)	,000	,012	,185	,001		,000	,000	,000	,000	,000	,001	,000	,000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
X2.6	Pearson Correlation	,327**	,273**	,115	,295**	,471**	1	,590**	,579**	,234*	,407**	,439**	,417**	,713**
	Sig. (2-tailed)	,001	,006	,251	,003	,000		,000	,000	,019	,000	,000	,000	,000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
X2.7	Pearson Correlation	,380**	,189	,082	,386**	,446**	,590**	1	,686**	,249*	,419**	,402**	,354**	,714**
	Sig. (2-tailed)	,000	,058	,415	,000	,000	,000		,000	,012	,000	,000	,000	,000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
X2.8	Pearson Correlation	,350**	,346**	,237*	,343**	,455**	,579**	,686**	1	,124	,367**	,489**	,333**	,721**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,017	,000	,000	,000	,000		,218	,000	,000	,001	,000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
X2.9	Pearson Correlation	,181	,227*	,180	,405**	,371**	,234*	,249*	,124	1	,491**	,296**	,375**	,556**
	Sig. (2-tailed)	,071	,022	,071	,000	,000	,019	,012	,218		,000	,003	,000	,000

	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
X2.10	Pearson Correlation	,322**	,031	,239*	,244*	,414**	,407**	,419**	,367**	,491**	1	,365**	,366**	,641**
	Sig. (2-tailed)	,001	,757	,016	,014	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
X2.11	Pearson Correlation	,224*	,310**	,222*	,339**	,325**	,439**	,402**	,489**	,296**	,365**	1	,423**	,649**
	Sig. (2-tailed)	,024	,002	,026	,001	,001	,000	,000	,000	,003	,000		,000	,000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
X2.12	Pearson Correlation	,326**	,449**	,313**	,375**	,381**	,417**	,354**	,333**	,375**	,366**	,423**	1	,678**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,001	,000	,000	,000	,000	,001	,000	,000	,000		,000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
TOTAL	Pearson Correlation	,534**	,528**	,419**	,602**	,678**	,713**	,714**	,721**	,556**	,641**	,649**	,678**	
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

3. Risiko Investasi (X3)

		Correlations												
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	X3.10	X3.11	X3.12	TOTAL
X3.1	Pearson Correlation	1	,472**	,674**	,545**	,635**	-,014	,166	-,089	,074	-,021	-,015	,297**	,508**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,893	,097	,374	,463	,834	,881	,003	,000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101

X3.2	Pearson Correlation	,472**	1	,506**	,396**	,233*	,218*	,250*	,187	,292**	,449**	,355**	,374**	,676**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,019	,029	,012	,062	,003	,000	,000	,000	,000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
X3.3	Pearson Correlation	,674**	,506**	1	,447**	,509**	,090	,314**	,069	,185	,084	,148	,325**	,598**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,373	,001	,493	,065	,406	,140	,001	,000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
X3.4	Pearson Correlation	,545**	,396**	,447**	1	,625**	-,011	,040	,135	-,071	-,025	-,021	,089	,438**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,911	,688	,178	,482	,803	,835	,378	,000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
X3.5	Pearson Correlation	,635**	,233*	,509**	,625**	1	,089	,147	-,048	-,091	-,079	-,051	,137	,435**
	Sig. (2-tailed)	,000	,019	,000	,000		,374	,141	,635	,367	,432	,609	,173	,000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
X3.6	Pearson Correlation	-,014	,218*	,090	-,011	,089	1	,340**	,144	,187	,265**	,360**	,195	,425**
	Sig. (2-tailed)	,893	,029	,373	,911	,374		,001	,151	,062	,007	,000	,051	,000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
X3.7	Pearson Correlation	,166	,250*	,314**	,040	,147	,340**	1	,493**	,556**	,420**	,507**	,282**	,648**
	Sig. (2-tailed)	,097	,012	,001	,688	,141	,001		,000	,000	,000	,000	,004	,000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
X3.8	Pearson Correlation	-,089	,187	,069	,135	-,048	,144	,493**	1	,519**	,528**	,501**	,088	,524**
	Sig. (2-tailed)	,374	,062	,493	,178	,635	,151	,000		,000	,000	,000	,380	,000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101

X3.9	Pearson Correlation	,074	,292**	,185	-,071	-,091	,187	,556**	,519**	1	,693**	,736**	,312**	,655**
	Sig. (2-tailed)	,463	,003	,065	,482	,367	,062	,000	,000		,000	,000	,001	,000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
X3.10	Pearson Correlation	-,021	,449**	,084	-,025	-,079	,265**	,420**	,528**	,693**	1	,801**	,415**	,689**
	Sig. (2-tailed)	,834	,000	,406	,803	,432	,007	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
X3.11	Pearson Correlation	-,015	,355**	,148	-,021	-,051	,360**	,507**	,501**	,736**	,801**	1	,439**	,721**
	Sig. (2-tailed)	,881	,000	,140	,835	,609	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
X3.12	Pearson Correlation	,297**	,374**	,325**	,089	,137	,195	,282**	,088	,312**	,415**	,439**	1	,571**
	Sig. (2-tailed)	,003	,000	,001	,378	,173	,051	,004	,380	,001	,000	,000		,000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
TOTAL	Pearson Correlation	,508**	,676**	,598**	,438**	,435**	,425**	,648**	,524**	,655**	,689**	,721**	,571**	
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

4. Social Media Influencer (X4)

		Correlations												
		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	X4.6	X4.7	X4.8	X4.9	X4.10	X4.11	X4.12	TOTAL
X4.1	Pearson Correlation	1	,391**	,664**	,465**	,175	,390**	,063	,197*	,265**	,111	,056	,246*	,466**

	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,081	,000	,534	,048	,007	,270	,577	,013	,00
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	10
X4.2	Pearson Correlation	,391**	1	,656**	,416**	,187	,499**	,080	,140	,194	,127	,078	,062	,438
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,061	,000	,424	,164	,052	,205	,437	,541	,00
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	10
X4.3	Pearson Correlation	,664**	,656**	1	,604**	,204*	,479**	,082	,161	,226*	,136	,093	,226*	,526
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,041	,000	,413	,107	,023	,175	,353	,023	,00
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	10
X4.4	Pearson Correlation	,465**	,416**	,604**	1	,304**	,458**	,169	,194	,225*	,143	,128	,172	,505
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,002	,000	,092	,051	,024	,153	,201	,086	,00
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	10
X4.5	Pearson Correlation	,175	,187	,204*	,304**	1	,223*	,411**	,492**	,409**	,464**	,423**	,444**	,668
	Sig. (2-tailed)	,081	,061	,041	,002		,025	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,00
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	10
X4.6	Pearson Correlation	,390**	,499**	,479**	,458**	,223*	1	,134	,191	,144	-,061	-,018	,107	,408
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,025		,183	,056	,150	,542	,856	,289	,00
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	10
X4.7	Pearson Correlation	,063	,080	,082	,169	,411**	,134	1	,568**	,554**	,327**	,421**	,452**	,641
	Sig. (2-tailed)	,534	,424	,413	,092	,000	,183		,000	,000	,001	,000	,000	,00
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	10
X4.8	Pearson Correlation	,197*	,140	,161	,194	,492**	,191	,568**	1	,700**	,468**	,576**	,606**	,774

	Sig. (2-tailed)	,048	,164	,107	,051	,000	,056	,000		,000	,000	,000	,000	,00
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	10
X4.9	Pearson Correlation	,265**	,194	,226*	,225*	,409**	,144	,554**	,700**	1	,516**	,612**	,591**	,780*
	Sig. (2-tailed)	,007	,052	,023	,024	,000	,150	,000	,000		,000	,000	,000	,00
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	10
X4.10	Pearson Correlation	,111	,127	,136	,143	,464**	-,061	,327**	,468**	,516**	1	,546**	,509**	,629*
	Sig. (2-tailed)	,270	,205	,175	,153	,000	,542	,001	,000	,000		,000	,000	,00
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	10
X4.11	Pearson Correlation	,056	,078	,093	,128	,423**	-,018	,421**	,576**	,612**	,546**	1	,651**	,685*
	Sig. (2-tailed)	,577	,437	,353	,201	,000	,856	,000	,000	,000	,000		,000	,00
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	10
X4.12	Pearson Correlation	,246*	,062	,226*	,172	,444**	,107	,452**	,606**	,591**	,509**	,651**	1	,745*
	Sig. (2-tailed)	,013	,541	,023	,086	,000	,289	,000	,000	,000	,000	,000		,00
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	10
TOTAL	Pearson Correlation	,466**	,438**	,526**	,505**	,668**	,408**	,641**	,774**	,780**	,629**	,685**	,745**	
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	10

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

5. Minat Investasi (Y1)

Correlations

	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	Y1.8	Y1.9	Y1.10	Y1.11	Y1.12	TOTAL
--	------	------	------	------	------	------	------	------	------	-------	-------	-------	-------

Y1.1	Pearson Correlation	1	,529**	,419**	,351**	,392**	,215*	,419**	,391**	,529**	,388**	,421**	,415**	,601**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,031	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
Y1.2	Pearson Correlation	,529**	1	,693**	,702**	,658**	,297**	,541**	,531**	,495**	,467**	,514**	,429**	,792**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,003	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
Y1.3	Pearson Correlation	,419**	,693**	1	,581**	,615**	,268**	,564**	,337**	,440**	,377**	,298**	,428**	,701**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,007	,000	,001	,000	,000	,002	,000	,000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
Y1.4	Pearson Correlation	,351**	,702**	,581**	1	,792**	,544**	,544**	,529**	,512**	,394**	,528**	,402**	,802**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
Y1.5	Pearson Correlation	,392**	,658**	,615**	,792**	1	,511**	,510**	,575**	,472**	,485**	,596**	,473**	,819**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
Y1.6	Pearson Correlation	,215*	,297**	,268**	,544**	,511**	1	,446**	,396**	,398**	,490**	,558**	,466**	,634**
	Sig. (2-tailed)	,031	,003	,007	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
Y1.7	Pearson Correlation	,419**	,541**	,564**	,544**	,510**	,446**	1	,558**	,625**	,650**	,515**	,608**	,787**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000

	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
Y1.8	Pearson Correlation	,391**	,531**	,337**	,529**	,575**	,396**	,558**	1	,576**	,586**	,601**	,567**	,744**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,001	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
Y1.9	Pearson Correlation	,529**	,495**	,440**	,512**	,472**	,398**	,625**	,576**	1	,528**	,580**	,399**	,730**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
Y1.10	Pearson Correlation	,388**	,467**	,377**	,394**	,485**	,490**	,650**	,586**	,528**	1	,636**	,668**	,737**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
Y1.11	Pearson Correlation	,421**	,514**	,298**	,528**	,596**	,558**	,515**	,601**	,580**	,636**	1	,532**	,758**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,002	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
Y1.12	Pearson Correlation	,415**	,429**	,428**	,402**	,473**	,466**	,608**	,567**	,399**	,668**	,532**	1	,710**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
TOTAL	Pearson Correlation	,601**	,792**	,701**	,802**	,819**	,634**	,787**	,744**	,730**	,737**	,758**	,710**	
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 6 Hasil Uji Reliabilitas

Literasi Keuangan (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,882	12

Uang Saku (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,857	12

Risiko Investasi (X3)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,813	12

Social Media Influencer (X4)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,850	12

Minat Investasi (Y1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,922	12

Lampiran 7 Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		101
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	4,67425790
Most Extreme Differences	Absolute	,117
	Positive	,063
	Negative	-,117
Test Statistic		,117
Asymp. Sig. (2-tailed)		,002 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardiz ed Residual
N			101
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		,0000000
	Std. Deviation		4,67425790
Most Extreme Differences	Absolute		,117
	Positive		,063
	Negative		-,117
Test Statistic			,117
Asymp. Sig. (2-tailed)			,002 ^c
Monte Carlo Sig. (2- tailed)	Sig.		,114 ^d
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,106
		Upper Bound	,122

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

2. Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-7,608	4,933		-1,542	,126		
	Literasi Keuangan	,194	,133	,154	1,461	,147	,359	2,783
	Uang Saku	,386	,146	,293	2,636	,010	,325	3,075
	Risiko Investasi	,358	,128	,297	2,794	,006	,356	2,810
	Social Media Influencer	,203	,097	,165	2,088	,039	,639	1,564

a. Dependent Variable: Minat Investasi

3. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,910	3,210		2,464	,016
	Literasi Keuangan	,130	,086	,249	1,504	,136
	Uang Saku	-,023	,095	-,041	-,238	,813
	Risiko Investasi	-,128	,083	-,256	-1,537	,127
	Social Media Influencer	-,071	,063	-,139	-1,124	,264

a. Dependent Variable: Abs_RES

Lampiran 8 Hasil Uji Hipotesis

1. Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3484,834	4	871,209	38,280	,000 ^b
	Residual	2184,869	96	22,759		
	Total	5669,703	100			

a. Dependent Variable: Minat Investasi

b. Predictors: (Constant), Social Media Influencer, Risiko Investasi, Literasi Keuangan, Uang Saku

2. Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-7,608	4,933		-1,542	,126
	Literasi Keuangan	,194	,133	,154	1,461	,147
	Uang Saku	,386	,146	,293	2,636	,010
	Risiko Investasi	,358	,128	,297	2,794	,006
	Social Media Influencer	,203	,097	,165	2,088	,039

a. Dependent Variable: Minat Investasi

3. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,784 ^a	,615	,599	4,77064

a. Predictors: (Constant), Social Media Influencer, Risiko Investasi, Literasi Keuangan, Uang Saku

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		

1	(Constant)	-7,608	4,933		-1,542	,126
	Literasi Keuangan	,194	,133	,154	1,461	,147
	Uang Saku	,386	,146	,293	2,636	,010
	Risiko Investasi	,358	,128	,297	2,794	,006
	Social Media Influencer	,203	,097	,165	2,088	,039

a. Dependent Variable: Minat Investasi