

PENGARUH MEDIA SOSIAL, PENGETAHUAN INVESTASI, MOTIVASI INVESTASI DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP MINAT INVESTASI MAHASISWA DI PASAR MODAL (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB Undana)

Estefania Bere Laka¹, Petrus E. de Rozari², Siprianus G. Tefa³

¹Universitas Nusa Cendana, Jl. Adisucipto Penfui, Kota Kupang, Nusa Tenggara Timur, Indonesia

²Universitas Nusa Cendana, Jl. Adisucipto Penfui, Kota Kupang, Nusa Tenggara Timur, Indonesia

Email: esnyberelaka@gmail.com

Article History

Received: 19-06-2025

Revision: 22-06-2025

Accepted: 22-06-2025

Published: 30-07-2025

Abstract. *This study aims to examine the influence of social media, investment knowledge, investment motivation and financial literacy on students' investment interest in the capital market (case study on FEB Undana students). The population in this study were active students in semester 8 in the three study programs. The research sample was 69 students obtained using purposive sampling technique. The data collection technique used a research questionnaire which was distributed through online WhatsApp groups and offline directly to students to be filled in. The data analysis technique in this study used the help of the SPSS 28 application. The results of this study indicate that the hypothesis (1) social media and hypothesis (4) financial literacy are accepted, which shows that both variables have a partial and simultaneous effect on students' investment interest. while hypothesis (2) investment knowledge and hypothesis (3) investment motivation are rejected, which means that both variables do not have a partial and simultaneous effect on investment interest.*

Keywords: *Social Media, Investment Knowledge, Investment Motivation and Financial Literacy, Investment Interest.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh media sosial, pengetahuan investasi, motivasi investasi dan literasi keuangan terhadap minat investasi mahasiswa di pasar modal (studi kasus pada mahasiswa FEB Undana). Populasi pada penelitian ini yaitu mahasiswa aktif semester 8 pada ketiga prodi. Sampel penelitian sebanyak 69 orang mahasiswa yang diperoleh dengan teknik *purposif sampling*. Teknik pengambilan data menggunakan kuesioner penelitian di mana di sebar melalui online grup whatsapp dan melalui offline dibagikan secara langsung kepada mahasiswa untuk diisi. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan bantuan aplikasi SPSS 28. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis (1) media sosial dan hipotesis (4) literasi keuangan diterima yang menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap minat investasi mahasiswa. sedangkan hipotesis (2) pengetahuan investasi dan hipotesis (3) motivasi investasi ditolak yang artinya kedua variabel tersebut tidak berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap minat investasi.

Kata Kunci: Media Sosial, Pengetahuan Investasi, Motivasi Investasi dan Literasi Keuangan, Minat Investasi.

How to Cite: Laka, E.B., et al. Pengaruh Media Sosial, Pengetahuan Investasi, Motivasi Investasi Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Di Pasar Modal (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB Undana). *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 5 (3), 6174-6184. [10.54373/ifiieb.v5i3.3485](https://doi.org/10.54373/ifiieb.v5i3.3485)

PENDAHULUAN

Pada 27 September 2024, bursa saham Indonesia mengalami kemajuan yang baik dengan jumlah investor saham melampaui 6 juta SID, didorong oleh inisiatif edukasi dan kampanye seperti Sekolah Pasar Modal dan #AkuInvestorsaham. Keberhasilan ini menandakan peningkatan ketertarikan masyarakat, khususnya generasi muda, terhadap investasi. Selain itu, pasar modal Indonesia tetap kokoh dan stabil dalam menghadapi tantangan yang ada, baik dari sisi global maupun persoalan politik lokal, dengan total investor perorangan mencapai 14,81 juta, di mana sebagian besar berusia di bawah 40 tahun, menandakan adanya potensi signifikan untuk pertumbuhan di masa depan (siaran pers, 2024).

Generasi muda, khususnya para mahasiswa, memiliki kemampuan yang signifikan sebagai investor karena mereka bisa menerapkan pengetahuan yang didapat di bangku kuliah ke dalam praktik investasi. Keterlibatan langsung mahasiswa dalam pasar modal diharapkan dapat berkontribusi pada pembangunan ekonomi Indonesia serta meningkatkan jumlah investor lokal (Santoso & Sasongko, 2024). Ketertarikan untuk berinvestasi, yang mencakup keinginan untuk menanamkan uang di pasar modal demi mendapatkan keuntungan di masa yang akan datang, sangat memengaruhi tingkat investasi yang terjadi. Investasi itu sendiri bersifat jangka panjang dan bertujuan untuk mendapatkan laba yang sesuai dengan modal yang diinvestasikan.

Mahasiswa memerlukan akses yang luas dan cepat terhadap informasi, terutama melalui platform media sosial dan internet, untuk mendukung aktivitas investasi mereka. Media sosial berperan dalam mempengaruhi ketertarikan mahasiswa terhadap investasi melalui seberapa sering mereka menggunakannya, cara mereka memanfaatkannya, dan seberapa efektif alat tersebut (Isticharoh & Kardoyo, 2020). Dasar pengetahuan mengenai investasi sangat penting agar mahasiswa bisa membuat pilihan yang bijak, menghindari kerugian, serta membangun sikap positif terhadap investasi. Pemahaman, pengalaman, dan intuisinya di bidang bisnis menjadi faktor krusial dalam memulai dan menjalankan investasi yang menguntungkan (Halim, 2003:4) dalam (Zahra dkk., 2024).

Penetrasi pasar saham di Indonesia telah mencapai berbagai wilayah, termasuk Nusa Tenggara Timur (NTT), yang sudah memiliki perwakilan bursa saham sejak tahun 2019. Sampai tahun 2024, NTT telah memberikan kontribusi lebih dari 102.898 investor melalui Single Investor Identification (SID). Perwakilan bursa di NTT secara aktif menyebarkan informasi dan mendirikan galeri investasi di banyak daerah, termasuk 18 galeri yang tersebar di sekolah-sekolah dan universitas, seperti yang ada di Universitas Nusa Cendana. Galeri di UNDANA, yang didirikan pada tahun 2018, sempat tidak beroperasi dari tahun 2020 hingga 2022 dan kembali aktif pada tahun 2023, dengan jumlah investor aktif mencapai 63 orang di tahun 2023, tetapi menurun menjadi 58 orang pada tahun 2024.

TINJAUAN PUSTAKA

Theory Of Planned Behavior

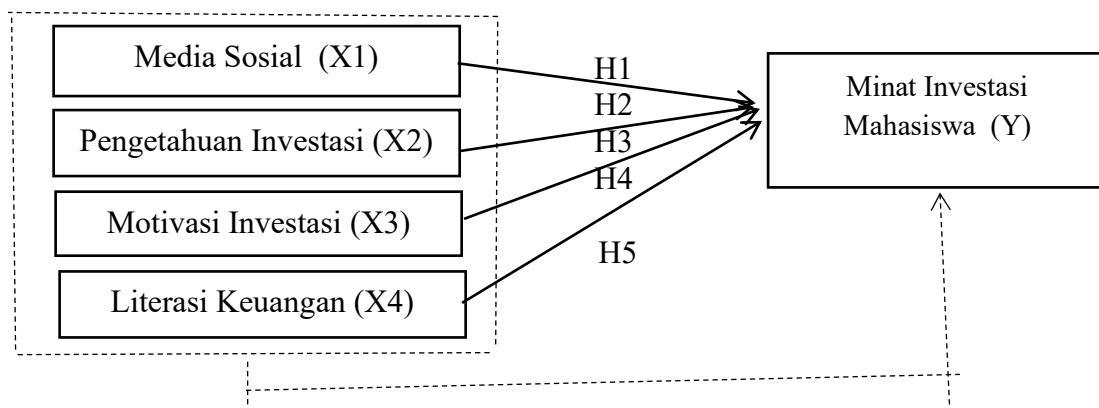
Theory of Planned Behavior (TBP) adalah peningkatan dan perkembangan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA). *Theory of Planned Behavior* (TBP) menjelaskan hubungan antara sikap dengan perilaku seseorang. Berdasarkan *Theory of Planned Behavior* (TBP), faktor utama yang mempengaruhi perilaku individu adalah niat individu terhadap perilaku tersebut. Niat untuk berperilaku sendiri dipengaruhi oleh 3 komponen yaitu attitude, subjective norm, dan perceived behavior control. (Netemeyer & Ryn, 1991) Ajzen (1991) menyatakan bahwa *Theory of Reasoned Action* (TRA) merupakan fungsi dari tingkah laku terhadap perilaku norma subjektif yakni perilaku seseorang dapat ditentukan oleh intensi atau minat. Intensi ini mampu memprediksi perilaku seseorang dengan sangat baik dan berupa representasi kognitif dari kesiapan seseorang dalam berperilaku (Z, 2022).

Kajian Empiris

Berikut penelitian terdahulu yang berkaitan dengan judul dan variabel pada penelitian Ini (1) Isticharoh, Kardoyo, 2020, judul penelitian Minat Investasi Diprediksi Dari Motivasi Diri, Pengetahuan Investasi, dan Teknologi Media Sosial, variabel Dependen : Minat investasi Independen : Motivasi diri Pengetahuan investasi Teknologi media social, hasil dari penelitian. Hasil pengujian signifikan simultan digunakan untuk melihat bagaimana variable independen (motivasi diri, pengetahuan investasi, dan teknologi media sosial) secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen (minat investasi mahasiswa). (2) Lestiana , 2022 Pengaruh pengetahuan investasi, kebijakan modal minimum, literasi keuangan dan sosial media influencer terhadap minat mahasiswa berinvestasi pada pasar modal Dependen : Minat mahasiswa berinvestasi pada pasar modal Independen : Pengetahan investasi, Kebijakan modal minimum, Literasi keuangan, Sosial media influencer. Hasil penelitian menyatakan bahwa pengetahuan investasi, kebijakan modal minimum, literasi keuangan dan sosial media influencer berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa berinvestasi pada pasar modal. (3) Fuadatul Hasanaha, Endah Tri Wahyuningtyasb, Dina Anggraeni Susestic, 2022, Dampak Motivasi Investasi, Persepsi Resiko, Literasi Dan Efikasi Keuangan Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi di Pasar Modal Dependen : Minat mahasiswa berinvest si pada pasar modal, Independen : Motovasi investasi, Persepsi resiko, Literasi keuangan, Efikasi keuangan Berdasarkan hasil, disimpulkan motivasi investasi dan literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal sedangkan persepsi risiko dan efikasi keuangan tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal. (4) Daffa Cantika Sabila,2022 “Pengaruh Sosialisasi Pasar Modal, Literasi Keuangan, Dan Risiko Pasar Modal Terhadap Minat Investasi Generasi Z” Skripsi Deskriptif Minat investasi, Independen : Sosialisasi pasar modal, Literasi keuangan, Resiko pasar Hasil penelitian menunjukkan bahwa sosialisasi pasar modal dan risiko pasar modal ber pengaruh terhadap minat investasi, sedangkan literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap minat investasi. (5) Wulan Riyadi, Engkun Kurnadi, 2023 Pengaruh Pengetahuan Investasi Dan Motivasi Investasi Terhadap Minat Berinvestasi Pada Mahasiswa Universitas Majalengka Dependen, Minat mahasiswa berinvestasi pada pasar modal, Independen : Pengetahuan investasi, Motivasi investasi. Hasil analisis, menyatakan bahwa pengetahuan investasi dan Motivasi Investasi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi.

Kerangka Berpikir

Gambar 1
Kerangka Berpikir



HIPOTESIS

H1: Media Sosial Berpengaruh Positif Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Pada Pasar Modal.
H2: Pengetahuan Investasi Berpengaruh Positif Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Pada Pasar Modal.

H3: Motivasi Investasi Berpengaruh positif Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Pada Pasar Modal.

H4: Literasi Keuangan Berpengaruh Positif Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Pada Pasar Modal.

METODE

Pendekatan penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu bersifat kuantitatif data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada partisipan, yang selanjutnya akan dianalisis oleh peneliti. Adapun operasional variabel pada penelitian ini yaitu variabel dependen terdiri dari minat investasi mahasiswa sedangkan variabel independen ada media sosial, pengetahuan investasi, motivasi investasi dan literasi keuangan. Responden dan sampel pada penelitian ini yaitu mahasiswa aktif semester delapan ketiga prodi FEB di universitas nusa cendana kupang dan penelitian ini juga menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dimana setiap responden di tentukan dengan kriteria yang ditentukan oleh peneliti dan ada tiga responden yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Mahasiswa Aktif Semester Delapan Prodi Akuntansi Konsentrasi Akuntansi Keuangan, Prodi Manajemen Konsentrasi Keuangan dan Prodi Ekonomi Pembangunan Konsentrasi Keuangan Daerah, Pernah Mengikuti Seminar/Kuliah Umum dan Pelatihan Pasar Modal atau Investasi, Sudah Lulus Mata Kuliah Terkait Pasar Modal dan Investasi.

HASIL

Tabel 1. Uji Analisis Data Deskriptif

Variabel	N	Minimum	maximum	Mean	Std.Deviation
Minat Investasi (Y)	69	14	25	19,85	3,049
Media Sosial (X1)	69	12	20	17,39	1,979
Pengetahuan Investasi (X2)	69	12	20	16,94	2,182
Motivasi Investasi (X3)	69	17	30	24,98	3,401
Literasi Keuangan (X4)	69	13	25	18,86	3,091

Sumber: Data diolah 2025

Dari penyajian data tabel diatas dapat dijelaskan deskriptif pada setiap variabel sebagai berikut:

1. Variabel ketertarikan untuk berinvestasi menunjukkan angka antara 14 hingga 25 dengan nilai rata-rata 19,85, yang memiliki tingkat signifikansi yang besar. Dengan rata-rata 3 poin per pertanyaan dari lima pertanyaan, menunjukkan bahwa mayoritas separtak meskipun ada beberapa yang tidak. Standar deviasi 3,049 menunjukkan bahwa data cukup stabil karena nilainya lebih rendah dari rata-rata.
2. Dalam studi ini, nilai partisipasi di media sosial berada dalam rentang 12 sampai 20, dengan nilai rata-rata 17,39 yang mengindikasikan tingkat partisipasi yang tinggi hingga sangat tinggi di kalangan pelajar. Rata-rata ini dihasilkan dari lima pertanyaan yang masing-masing memiliki bobot sekitar 3 poin, meskipun terdapat perbedaan dalam skornya. Deviasi standar sebesar 1,979 menunjukkan bahwa data cukup stabil.
3. Variabel Pengetahuan Investasi memiliki nilai antara 12 sampai 20 dengan rata-rata 16,94, yang menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan siswa secara keseluruhan tergolong cukup tinggi hingga sangat tinggi. Rata-rata ini berasal dari empat pertanyaan, dengan nilai rata-rata 4 poin untuk setiap pertanyaan, meskipun terdapat

beberapa siswa yang mendapat nilai di bawah rata-rata. Simpangan baku sebesar 2,182 menunjukkan bahwa data tersebut cukup konsisten dan homogen.

4. Variabel motivasi untuk berinvestasi menunjukkan skor rata-rata sebesar 24,98 dari skala 17 sampai 30, yang mencerminkan tingkat motivasi yang cukup tinggi sampai sangat tinggi di antara para mahasiswa. Nilai ini dihitung berdasarkan empat pertanyaan dengan rata-rata 4 poin untuk setiap pertanyaan, meskipun terdapat mahasiswa yang mendapatkan nilai di bawah rata-rata. Nilai simpangan baku yang sebesar 3,401 menunjukkan bahwa data tersebut cukup konsisten.
5. Variabel Literasi Keuangan mendapatkan nilai antara 13 hingga 25, dengan nilai rata-rata 18,86, yang menunjukkan bahwa tingkat pemanfaatan media sosial di kalangan siswa tergolong tinggi hingga sangat tinggi. Rata-rata untuk setiap pertanyaan adalah 4 poin, meskipun terdapat siswa yang mendapatkan nilai di bawah rata-rata. Nilai simpangan baku yang mencapai 3,091 menunjukkan bahwa data tersebut cukup seragam karena nilai rata-ratanya lebih tinggi dibandingkan dengan simpangan baku.

Tabel 2. Data Uji Validitas

VARIABEL	Item Pernyataan	Pearson correlation (r-hit)	Sig 2-tailed (r-tabel)	Cronbach alpha	Standard koefisien	Hasil
Media Sosial	X1.1	0,825	0.2369	0,767	0,70	Reliabel
	X1.2	0,764				
	X1.3	0,774				
	X1.4	0,831				
	X1.5	0,766				
Pengetahuan Investasi	X2.1	0,681	0.2369	0,851	0,70	Reliabel
	X2.2	0,780				
	X2.3	0,795				
	X2.4	0,677				
Motivasi Investasi	X3.1	0,745	0.2369	0,706	0,70	Reliabel
	X3.2	0,782				
	X3.3	0,773				
	X3.4	0,670				
Litarasi Keuangan	X4.1	0,524	0.2369	0,730	0,70	Reliabel
	X4.2	0,729				
	X4.3	0,761				
	X4.4	0,667				
	X4.5	0,761				
	X4.6	0,696				
Minat Investasi	Y1	0,703	0.2369	0,783	0,70	Reliabel
	Y2	0,769				
	Y3	0,693				
	Y4	0,753				
	Y5	0,690				

Sumber: Data diolah 2025

Dari data tabel 4.6 diatas menunjukan bahwa setiap variabel dari variabel X sampai variabel Y valit karena semua nilai Pearson correlation (r-hit) lebih besar dari nilai R-tabel dimana nilainya 0,2369 dan dapat dikatakan valid. Temuan dari uji tabel yang disebutkan sebelumnya menunjukkan bahwa setiap variabel membuktikan keandalan, khususnya dengan nilai Cronbach alpha lebih besar dari 0,07. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa setiap variabel penelitian dapat diandalkan, yang menandakan kesesuaiannya untuk digunakan sebagai alat penelitian.

Tabel 3. Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		69
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,35854283
Most Extreme Differences	Absolute	,074
	Positive	,066
	Negative	-,074
Test Statistic		,074
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		,200 ^d

Sumber: Data diolah 2025

Berdasarkan informasi yang disajikan pada tabel 4.7, hasil Asymp sig-(2-tailed) adalah 0,200. Nilai ini melebihi 0,05, yang menunjukkan bahwa data mengikuti distribusi normal. Oleh karena itu, penelitian dapat dilanjutkan ke tahap berikutnya

Tabel 4. Multikolinieritas

Variabel	Kriteria collinearity statistics		Colinearity ststitics hitung		Keterangan
	Tolerance	VIF	Tolerance	VIF	
Media Sosial	0,10	10,00	0,662	1,511	Tidak terjadi multikolinieritas
Pengetahuan Investasi	0,10	10,00	0,870	1,149	Tidak terjadi multikolinieritas
Motivasi Investasi	0,10	10,00	0,765	1,308	Tidak terjadi multikolinieritas
Literasi Keuangan	0,10	10,00	0,669	1,495	Tidak terjadi multikolinieritas

Sumber: Data diolah 2025

Berdasarkan tabel 4.9, variabel independen tidak menunjukkan kemiripan satu sama lain. Akibatnya, dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak menghadapi masalah multikolinieritas. Kesimpulan ini didukung oleh fakta bahwa nilai VIF lebih kecil dari 10,00 dan toleransi memenuhi standar yang ditetapkan atau lebih besar dari 0,10

Tabel 5. Uji Heteroskedasitas

Variabel	Kriteria sig	Sig	Keterangan
Media Sosial (X1)	0,05	0,811	Tidak terjadi heteroskedasitas
Pengetahuan Investasi (X2)	0,05	0,078	Tidak terjadi heteroskedasitas
Motivasi Investasi	0,05	0,464	Tidak terjadi heteroskedasitas
Lietrasi Keuangan	0,05	0,648	Tidak terjadi heteroskedasitas

Sumber: Data diolah 2025

Berdasarkan data yang disajikan pada tabel 4.10, menunjukkan bahwa variabel independen yang meliputi media sosial, pemahaman investasi, motivasi investasi, dan literasi keuangan memiliki nilai signifikan di atas 0,05. Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas dalam penelitian ini dari data yang disajikan.

Tabel 6. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	Prediksi	Unstandardized coefficients		Sig-t	keterangan
		B			
Minat Investasi (Y)		3,979		0,224	
Media sosial (X1)	(+)	433		0,001	H1 diterima
Pengetahuan Investasi (X2)	(+)	0,151		0,349	H2 ditolak
Motivasi Investasi (X3)	(+)	0,237		0,129	H3 ditolak
Literasi Keuangan (X4)	(+)	0,308		0,005	H4 diterima

Sumber: Data diolah 2025

Berdasarkan output disps di atas, maka dapat dirumuskan model persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y = 3,979 (a) + 0,433(x1) + 0,151(x2) + 0,237(x3) + 0,308(x4) + e$$

Model persamaan regresi linear berganda tersebut bermakna:

1. Nilai konstan 3,979 menunjukkan bahwa ketika media sosial, pengetahuan investasi, motivasi investasi, dan literasi keuangan semuanya sama dengan nol atau belum dipengaruhi, tingkat minat investasi berada pada angka 3,979.
2. Media Sosial (X1) : Nilai β1 (X1) disajikan pada angka 0,433 menandakan bahwa peningkatan satu unit pada media sosial akan menyebabkan peningkatan 0,433 pada persentase minat investasi yang disajikan pada penelitian ini.
3. Pengetahuan Investasi (X2) : Nilai β2 (x2) pada angka 0,151 menandakan bahwa peningkatan satu unit pada pengetahuan investasi akan mengakibatkan peningkatan 0,151 pada persentase minat investasi mahasiswa yang disajikan pada penelitian ini.
4. Motivasi Investasi (X3) : Nilai β3 (x3) pada angka 0,237 menandakan bahwa apabila motivasi investasi meningkat sebesar satu unit, maka persentase minat investasi akan menyebabkan peningkatan sebesar 0,237 yang disajikan pada penelitian ini.
5. Literasi keuangan (X4) : Nilai β4 (x4) pada angka 0,308 menandakan bahwa apabila literasi keuangan meningkat sebesar satu unit, maka persentase minat investasi akan meningkat pula sebesar 0,308 yang disajikan pada penelitian ini.

Tabel 7. Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	3,878	3,243		1,227	,224
Media Sosial	,433	,119	,427	3,643	<,001
Pengetahuan Investasi	,151	,160	,087	,944	,349
Motivasi Investasi	,237	,154	,168	1,537	,129
Literasi keuangan	,308	,106	,339	2,970	,005

a. Dependent Variable: Minat investasi

Sumber : Data diolah 2025

1. Pengujian pengaruh variabel media sosial (H1) terhadap minat investasi

Nilai penting dari dampak media sosial terhadap minat investasi adalah $0,001 < 0,05$ dan nilai t-hitung ($3,643 > t\text{-tabel } (1,997)$). Oleh karena itu, H1 diterima, media sosial memiliki dampak signifikan terhadap minat untuk berinvestasi.

2. Pengujian pengaruh variabel pengetahuan investasi (H2) terhadap minat investasi

Nilai pentingnya dampak pengetahuan investasi terhadap minat investasi adalah $0,349 > 0,05$, dan $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ ($0,944$). Oleh karena itu, H_2 ditolak atau tidak mendukung minat untuk berinvestasi.

3. Pengujian pengaruh variabel motivasi investasi (H3) terhadap minat investasi

Nilai signifikansi mengenai pengaruh motivasi investasi terhadap minat investasi adalah $0,129 > 0,05$ dan $t\text{-hitung}$ $1,537 < t\text{-tabel}$ sebesar $1,997$, oleh karena itu, H_3 ditolak yang menunjukkan bahwa motivasi investasi tidak berdampak pada minat investasi

4. Pengujian pengaruh variabel literasi keuangan (H4) terhadap minat investasi

Nilai signifikansi mengenai pengaruh literasi keuangan terhadap minat investasi adalah sebesar $0,005 < 0,05$ dengan nilai $t\text{-hitung}$ $2,907 < t\text{-tabel}$ $1,997$. Oleh karena itu H_4 diterima dimana literasi keuangan berdampak pada minat investasi

Tabel 8. Uji F

F	Signifikansi	Keterangan
11,487	0,001	Model Regresi Baik

Sumber: Data diolah 2025

1. Pengujian Hipotesis Kelima H_5

Berdasarkan pemeriksaan menggunakan SPSS versi 28, angka signifikansi yang tercatat adalah $0,001$ dan nilai F tabel mencapai $11,487$, yang menunjukkan bahwa media sosial, pengetahuan tentang investasi, motivasi investasi, dan literasi keuangan memiliki pengaruh yang signifikan secara keseluruhan terhadap minat investasi. Dengan demikian, hipotesis H_5 diterima.

Tabel 9. Tabel Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,646 ^a	,418	,382	2,43113

a. Predictors: (Constant), X4, X2, X3, X1
 b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Primer diolah 2025

Nilai adjusted R square sebesar $0,382$ menunjukkan bahwa secara keseluruhan, variabel media sosial, pengetahuan tentang investasi, motivasi investasi, dan literasi keuangan dapat menjelaskan $38,2\%$ dari ketertarikan terhadap investasi, sedangkan $61,8\%$ dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

HASIL DAN DISKUSI

Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Investasi Mahasiswa

Hasil penelitian membuktikan bahwa media sosial berdampak positif dan signifikan terhadap minat investasi mahasiswa. Hal ini mendukung hipotesis pertama (H_1) hasil uji tersebut terlihat dari uji hipotesis dimana nilai uji t dikatakan bahwa nilai ($t\text{-hitung}$ H_1) $0,001 < 0,05$, dengan nilai $t\text{-hitung}$ $3,643 > t\text{-tabel}$ $1,997$. Hasil uji sejalan dengan teori yang digunakan pada penelitian ini yaitu "*Theory of Planned Behavior*" (teori tindakan beralasan) yang dikemukakan oleh (Ajzen 2020) dalam (Lestiana, 2023), dapat dikaitkan langsung dengan temuan penelitian ini, yang menunjukkan dampak media sosial yang menguntungkan dan signifikan secara statistik terhadap minat investasi mahasiswa, dikatakan bahwa model TPB, keinginan untuk terlibat dalam suatu perilaku ditentukan oleh tiga variabel utama: kontrol perilaku yang dirasakan, norma subjektif, dan sikap terhadap perilaku tersebut. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian (Lestiana, 2023) dan (Keuangan et al., 2023) yang menunjukkan bahwa media sosial berpotensi untuk meningkatkan minat investasi di pasar modal. Namun adapun kesimpulan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu penelitian dari (Angraini & Riski, 2024) yang tidak sejalan yang menyatakan bahwa media sosial tidak berpengaruh terhadap minat investasi mahasiswa.

Pengaruh Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Investasi Mahasiswa

Hasil penelitian membuktikan bahwa pemahaman mahasiswa tentang investasi tidak memengaruhi minat investasi mahasiswa. Hal ini tidak mendukung hipotesis kedua (H2) hasil uji tersebut terlihat dari uji hipotesis dimana nilai uji t dikatakan bahwa nilai (Sing-t H1) $0,349 > 0,05$ dengan nilai t-hitungnya $0,944 < t$ -tabelnya $1,997$ akibatnya, hipotesis kedua tidak didukung atau ditolak. Sejalan dengan teori yang di pakai "*Theory of planned behavior*" yang dikemukakan oleh (Ajzen 2020) dalam (Lestiana, 2023), dapat dikaitkan langsung dengan temuan penelitian ini, dimana pengetahuan investasi umumnya dianggap sebagai faktor penting yang dapat mempengaruhi sikap dan niat berinvestasi, kenyataannya pengetahuan tersebut tidak selalu secara langsung meningkatkan minat mahasiswa untuk berinvestasi di pasar modal. Hal ini sejalan dengan temuan (Isticharoh & Kardoyo, 2020), serta (Febrianti et al., 2022), yang menyatakan bahwa memiliki pengetahuan saja tidak menjamin bahwa individu akan menggunakannya untuk memandu pengambilan keputusan mereka. Misalnya, wawasan yang diperoleh mahasiswa dalam pendidikan perguruan tinggi tidak selalu memengaruhi pilihan mereka terkait investasi di pasar modal. Adapun penelitian yang tidak mendukung dari (Lestiana, 2023) dimana didukung bahwa pengetahuan investasi berpengaruh terhadap minat investasi mahasiswa pada pasar modal.

Pengaruh Motivasi Investasi Terhadap Minat Investasi Mahasiswa

Hasil penelitian membuktikan bahwa motivasi berinvestasi tidak memengaruhi minat investasi mahasiswa. Hal ini tidak mendukung hipotesis ketiga (H3) hasil uji tersebut terlihat dari uji hipotesis dimana nilai uji t dikatakan bahwa nilai (Sing-t H3) $0,129 > 0,05$ dengan nilai t-hitung $1,537 < t$ -tabelnya $1,997$. Temuan penelitian ini dapat dihubungkan dengan gagasan dalam "*Theory of planned behavior*" (TPB) dikemukakan oleh (Ajzen 2020) dalam (Lestiana, 2023), dapat dikaitkan langsung dengan temuan penelitian ini, dimana minat mahasiswa dalam berinvestasi tidak terlalu dipengaruhi oleh keinginan mereka untuk berinvestasi. TPB menegaskan bahwa tiga variabel utama memengaruhi keputusan untuk terlibat dalam perilaku tertentu: sikap seseorang terhadap perilaku tersebut, norma subjektif seseorang, dan kendali perilaku yang dirasakan seseorang. Temuan ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh (Vol et al., 2019), yang menunjukkan bahwa tindakan dan aspirasi seseorang dapat berubah seiring waktu. Namun terjadi kesenjangan dari penelitian ini dan penelitian Penelitian dari (Wahyuningtyas et al., 2022) menyatakan bahwa motivasi investasi berpengaruh positif terhadap minat investasi mahasiswa.

Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Investasi Mahasiswa

Hasil penelitian membuktikan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa dalam berinvestasi. Hal ini mendukung hipotesis pertama (H1) hasil uji tersebut terlihat dari uji hipotesis dimana nilai uji t dikatakan bahwa nilai (Sing-t H1) $0,005$ lebih kecil dari $0,05$ dengan nilai t-hitung $<$ dari t-tabel $1,997$ oleh karena itu H1 didukung. Temuan penelitian ini dapat dikaitkan dengan *Theory of planned behavior* (TPB) yang dikemukakan oleh (Ajzen 2020) dalam (Lestiana, 2023), dapat dikaitkan langsung dengan temuan penelitian ini, yang menunjukkan bahwa literasi keuangan meningkatkan minat mahasiswa dalam berinvestasi. Niat untuk terlibat dalam aktivitas tertentu (dalam hal ini, berinvestasi) dalam TPB ditentukan oleh tiga variabel utama: sikap seseorang terhadap perilaku tersebut, norma subjektif, dan rasa kontrol perilaku yang dirasakan. Pandangan positif mahasiswa terhadap perilaku investasi dapat dikaitkan sebagian dengan tingkat literasi keuangan mereka. Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Wahyuningtyas et al., 2022) dan (Hamelinda et al., 2024) yang menunjukkan bahwa pemahaman keuangan yang lebih besar berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa untuk berinvestasi di pasar modal. Namun terjadi kesenjangan dari penelitian ini dengan penelitian sebelumnya dimana penelitian dari Sabila (2022) menyatakan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap minat investasi mahasiswa.

KESIMPULAN

1. Media sosial berpengaruh terhadap minat investasi mahasiswa pada pasar modal
2. Pengetahuan investasi tidak berpengaruh terhadap minat investasi mahasiswa pada pasar modal
3. Motivasi investasi tidak berpengaruh terhadap minat investasi mahasiswa pada pasar modal
4. Literasi keuangan berpengaruh terhadap minat investasi mahasiswa pada pasar modal

REKOMENDASI

1. Bagi Bursa Efek Indonesia dan Pemerintah
Hal ini dapat menjadi pedoman untuk meningkatkan keterlibatan mahasiswa dalam investasi pasar modal, khususnya di Universitas Nusa Cendana dan lembaga lain di Nusa Tenggara Timur. Dengan berfokus pada variabel media sosial dan literasi keuangan jelas terlihat bahwa kedua elemen ini saling terkait erat untuk meningkatkan minat investasi dikalangan anak muda khususnya mahasiswa.
2. Bagi Para Investor dan Calon Investor
Ini berfungsi sebagai panduan untuk membantu Anda membuat pilihan yang tepat saat mencari investasi yang sesuai dan benar-benar dilindungi oleh pemerintah. Ini memberikan wawasan yang dikumpulkan dari media sosial dan sumber daya edukasi yang kuat untuk mengeksplorasi dua peluang investasi tertentu.
3. Bagi Para Peneliti Selanjutnya
Disarankan untuk menyertakan faktor investasi yang terkait dengan modal untuk melakukan investasi, dan ini harus dilengkapi dengan investasi keuangan yang sesuai. Selain itu, disarankan untuk menganalisis dua atau lebih kampus dan menentukan faktor mana yang dapat memengaruhi perspektif mahasiswa dalam berinvestasi di masa depan.

REFRENSI

- Angraini, A., & Riski, O. S. (2024). *Pengaruh Media Sosial Dan Self Efficacy Terhadap Keputusan Berinvestasi Di Pasar Modal Syariah Melalui Financial Technology*. 02(01), 817–824.
- Bataona Yoseph. (2025). *SID, BEI: Investor pasar modal di NTT pada 2024 menembus 100ribu*. ANTARANEWS. <https://kupang.antaranews.com/berita/147933/bei-investor-pasar-modal-di-ntt-pada-2024-menembus-100-ribu-sid>
- Berinvestasi, M., Di, G. Z., Modal, P., & Mahasiswa, P. (n.d.). *No Title*. 257–276.
- Dewi, L. N., Deabbianita, & Yunita, C. (2024). Memahami Dunia Investasi : Tren dan Peluang Investasi Masa Kini. *AKSARA: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 10(1), 145–152. <http://ejurnal.pps.ung.ac.id/index.php/Aksara>
- Febrianti, A., Isnurhadi, H., & Andriana, I. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Experience Regret dan Perceived Risk terhadap Keputusan Investasi pada Mahasiswa Indonesia. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(5), 1966–1975. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i5.2017>
- Isticharoh, & Kardoyo. (2020). Minat Investasi Diprediksi Dari Motivasi Diri, Pengetahuan Investasi, dan Teknologi Media Sosial. *Economic Education Analysis Journal*, 9(3), 892–906. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v9i3.42414>
- Kuangan, E., Risiko, P., & Teknologi, D. A. N. (2023). *PENGARUH PENGETAHUAN INVESTASI, LITERASI KEUANGAN*, . 9(3), 133–142.
- Lestiana. (2023). Pengaruh pengetahuan investasi, kebijakan modal minimum, literasi keuangan dan social media influencer terhadap minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal. *Proceeding of National Conference on Accounting and Finance*, 5, 136–149. https://r.search.yahoo.com/_ylt=Awr49x3Y.1pltKMfxcNXNyoA;_ylu=Y29sbwNncTEE

cG9zAzEEdnRpZAMEc2VjA3Ny/RV=2/RE=1700490329/RO=10/RU=https%3A%2F%2Fjournal.uui.ac.id%2FNCAF%2Farticle%2Fview%2F27369/RK=2/RS=8CsxjchqQB RCL2ies3nlvzuXoCY-

- Mahasiswa, P., & Majalengka, U. (2023). *JURNAL AKUNTANSI DAN SISTEM INFORMASI Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka*. 4(1).
- Mahdi, S. A., Jeandry, G., & Wahid, F. A. (2020). Pengetahuan, Modal Minimal, Motivasi Investasi Dan Minat Mahasiswa Untuk Berinvestasi Di Pasar Modal. *Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen Multiparadigma (JEAMM)*, 1(2), 44–55. <https://doi.org/10.51182/jeamm.v1i2.1840>
- Ovami, D. C. (n.d.). *PASAR MODAL DI ERA*.
- Release, P. (2024). *jumlah investor saham di indonesia lampau 6 juta SID*. Idx.Co.Id. <https://www.idx.co.id/id/berita/siaran-pers/2024>
- Sabda Ar Rahman, R. E., & Subroto, W. T. (2022). Pengaruh Motivasi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal Pada Mahasiswa. *Jurnal PROFIT: Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, 9(2), 112–122. <https://doi.org/10.36706/jp.v9i2.17263>
- Santoso, V. D., & Sasongko, N. (2024). Pengaruh Motivasi Investasi, Pengetahuan Investasi, dan Media Sosial Terhadap Minat Investasi Pasar Modal Pada Mahasiswa. *Jurnal EMT KITA*, 8(3), 1182–1192. <https://doi.org/10.35870/emt.v8i3.2913>
- Savanah, A. N., & Takarini, N. (2021). *Jurnal Sosial Ekonomi dan Politik*. 2, 84–92.
- siaran pers. (2024). *pasar modal indonesia resilien sepanjang 2024, penutupan perdagangan bursa efek indonesia tahun 2024*. Ojk. <https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/pages/penutupan-perdagangan-bursa-efek-indonesia-tahun-2024.aspx>
- Vol, E., Ekonomi, F., Universitas, B., & Malang, I. (2019). *E-JRA Vol. 08 No. 05 Agustus 2019 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang*. 08(05), 38–52.
- Wahyuningtyas, E. T., Hasanah, F., & Susesti, D. A. (2022). Dampak Motivasi Investasi, Persepsi Resiko, Literasi dan Efikasi Keuangan Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi Di Pasar Modal. 0.26740/akunesa.v10n2.p57-66
- Z, M. I. G. (2022). *No Title*.
- Zahra, M., Mira Amelia, M. A., Wahyuni, P., Septianti, R., & Fauzany, R. (2024). Persepsi Mahasiswa Terhadap Flexing Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Investasi. *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi : EMBA*, 2(2), 185–189. <https://doi.org/10.59820/emba.v2i2>