

PENGARUH MOTIVASI, LITERASI KEUANGAN DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BERINVESTASI

Adelia Natasya Dewi¹, Paskah Ika Nugroho^{2*}

Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Kristen Satya Wacana¹

Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Kristen Satya Wacana²

*paskah.nugroho@uksw.edu

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of motivation, financial literacy and social media on investment interest among UKSW accounting students. The population of this study was taken from accounting students from the 2020 to 2023 FEB UKSW and the sample used was 92 students. Data was obtained from filling out questionnaires that were distributed. Data processing in this study used SPSS 25 by testing multiple linear regression. The results of this research show that motivation and social media have a positive influence on investment interest. Meanwhile, financial literacy does not have a significant effect on investment interest.

Keywords : Motivation, Financial Literacy, Social Media, Investment Interest.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh motivasi, literasi keuangan dan media sosial terhadap minat investasi dalam lingkup mahasiswa akuntansi UKSW. Populasi penelitian ini diambil dari mahasiswa akuntansi angkatan 2020 hingga 2023 FEB UKSW dan sampel yang digunakan sebanyak 92 mahasiswa. Data diperoleh dari pengisian kuesioner yang telah dibagikan. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan SPSS 25 dengan menguji regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa motivasi dan media sosial memiliki pengaruh positif terhadap minat investasi. Sedangkan literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat investasi.

Kata kunci : Motivasi, Literasi Keuangan, Media Sosial, Minat Investasi.

1. PENDAHULUAN

Semakin berkembangnya zaman, maka uang menjadi salah satu hal yang sangat diperlukan. Karena uang merupakan komponen yang penting bagi kelangsungan hidup manusia. Tanpa uang manusia tidak dapat memenuhi kebutuhan primer dan sekunder dalam hidupnya. Di era sekarang ini manusia dipaksa untuk semakin giat dalam mencari uang untuk masa depannya. Di masa depan akan ada banyak hal yang belum diketahui mengenai segala sesuatu, sehingga harus dipersiapkan sejak saat ini. Maka mengelola uang juga harus dipelajari sejak dini. Anak-anak dapat diajarkan untuk menabung sehingga seiring berjalannya waktu mereka dapat mempelajari bagaimana cara menggunakan uang dengan bijak. Selain menabung, hal yang dapat dilakukan yaitu melakukan investasi agar memiliki simpanan uang untuk dimasa mendatang.

Menurut OJK, investasi merupakan penanaman modal dalam jangka waktu yang lama guna memperoleh keuntungan dengan cara pengadaan aktiva atau juga dengan

pembelian saham maupun surat berharga. Investasi mulai diminati oleh generasi milenial dan generasi Z karena sebanyak 81% investor di Indonesia masih berumur di bawah 40 tahun (Binekasri, 2023). Hal ini terjadi karena semakin banyak masyarakat yang sadar pentingnya investasi untuk masa depan. Dalam data KSEI jumlah investor di Indonesia mengalami peningkatan dalam beberapa tahun belakangan ini. Perkembangan ini juga didukung dengan OJK yang mendorong perkembangan teknologi berbagai bidang sehingga mempermudah untuk melakukan investasi dan melakukan transaksi di pasar modal (Nurmutia, 2023).

Minat berinvestasi para pelajar juga mengalami peningkatan pada tahun 2023, bahkan kepemilikan aset pelajar mencapai Rp 13,21 triliun yang berada di C-Best dan Rp 9,32 triliun di *S-Invest* pada pasar modal (CNBC Indonesia, 2023). Meskipun tingkat investor meningkat hal ini tidak disertai dengan kenaikan tingkat literasi keuangan yang dimiliki masyarakat. Artinya, masyarakat tidak sepenuhnya paham mengenai pasar modal dan produk-produknya meskipun telah melakukan investasi (Santi, 2022). Oleh karena itu tingkat literasi keuangan pada masyarakat harus ditingkatkan sehingga akan menghasilkan investor yang makin berkualitas.

Dalam melakukan investasi terdapat dua unsur yang dapat menjadi pertimbangan seorang investor yaitu *risk* yang harus ditanggung dan besarnya *return* yang akan didapatkan (Wahyuni dan Pramono, 2021). Sebelum melakukan investasi, seseorang harus dapat mengerti mengenai investasi, pemahaman yang mumpuni dapat berguna bagi investor agar dapat keuntungan. Karena faktor keuntungan yang akan diperoleh maka menjadikan investasi semakin diminati oleh masyarakat terutama kaum muda.

Dengan semakin berkembangnya zaman maka semakin banyak juga kebutuhan yang harus dipenuhi, sehingga dibutuhkan banyak uang untuk dapat memenuhinya. Investasi menjadi salah satu pilihan yang tepat untuk mewujudkan hal tersebut. Karena dengan berinvestasi maka hasilnya akan diperoleh di masa mendatang dan karena perkembangan teknologi maka investasi juga semakin mudah dilakukan. Dengan berbagai jenis investasi maka dapat disesuaikan dengan anggaran yang dimiliki dan dapat diatur sesuai dengan keinginan investor.

Meskipun minat investasi pada mahasiswa cukup tinggi karena iming-iming keuntungan, tidak sedikit juga yang mengurungkan niatnya karena teori yang dipelajari tidak sejalan dengan yang terjadi di dunia nyata (Mastura *et al.*, 2020). Hal ini terjadi karena banyak mahasiswa yang belum cukup memiliki modal untuk berinvestasi dan edukasi terhadap investasi yang masih terbatas. Oleh karena itu para pelajar dapat memulai hal ini dengan mulai menyisihkan uang saku atau melakukan investasi jenis reksadana, karena modal yang diperlukan tergolong rendah. Para mahasiswa juga akan mendapatkan motivasi secara alamiah ketika memiliki minat yang kuat terhadap investasi (Wulandari, 2020). Selain itu individu juga dapat memperluas wawasan terkait literasi keuangan dengan perkembangan teknologi saat ini maka informasi ini dapat dengan mudah didapatkan melalui media sosial.

Keuntungan yang diperoleh ketika melakukan investasi, menjadi sebuah motivasi bagi seseorang untuk berkembang dan menjadi lebih baik di kemudian hari. Dengan adanya motivasi investasi membuat seseorang akan bekerja lebih giat lagi agar apa yang diinginkan dapat terwujud. Karena itu, pemahaman yang cukup mengenai investasi juga diperlukan agar dapat memilih bentuk investasi yang tepat dan akurat. Dalam melakukan investasi juga diperlukan banyak pertimbangan, karena investasi tidak hanya untuk mendapatkan keuntungan tetapi juga keyakinan penuh untuk berinvestasi (Isticharoh dan Kardoyo, 2020). Sesuai dengan pendapat Saraswati dan Wirakusuma (2018) dengan

memahami investasi dapat memotivasi seseorang sehingga minat untuk berinvestasi dipasar modal akan semakin meningkat. Faktor keuntungan menjadi poin utama yang diliirk dari investor ketika ingin berinvestasi. Ketika seseorang yang sudah memahami informasi terkait investasi maka ia akan memilih investasi pada sektor yang akan menghasilkan keuntungan yang pasti pada beberapa tahun ke depan. Meskipun dengan melakukan investasi tidak menjanjikan akan mendapatkan profit yang sangat menguntungkan namun banyak orang yang telah melakukan investasi dengan motivasi tersebut.

Tidak hanya memerlukan pemahaman mengenai investasi, tetapi juga pemahaman mengenai keuangan untuk melakukan investasi. Literasi keuangan diperlukan untuk memperoleh informasi mengenai suatu layanan, lembaga dan juga produk jasa keuangan guna meningkatkan kesejahteraan seseorang (Safryani *et al.*, 2020). Ketika rendahnya tingkat literasi maka akan mengakibatkan tidak memiliki perencanaan keuangan, tidak memiliki tujuan hidup, terlibat penipuan investasi dan salah memilih instrumen investasi (Hasanudin *et al.*, 2022). Menurut Fadila *et al.*, (2022) dengan memahami literasi keuangan maka kemampuan mengelola keuangan akan secara efektif menjadi lebih penting karena mengelola keuangan juga diperlukan dalam kehidupan sehari-harinya. Sugiharti dan Maula (2019) berpendapat, Dengan memahami literasi keuangan maka akan mendukung kesejahteraan masyarakat, kestabilan sistem keuangan dan pembangunan yang lebih inklusif.

Diera yang semakin maju ini segala hal dapat diakses dengan menggunakan *handphone*, semua informasi dapat didapatkan dengan mudah dengan adanya media sosial , termasuk dengan investasi. Media sosial seperti Facebook, Instagram, X, dan Tiktok memiliki banyak informasi mengenai investasi di mana banyak orang akan saling membagikan pengalaman mereka dalam investasi (Kamil dan Tanno, 2022). Maharani dan Hidayah (2021) juga berpendapat bahwa media sosial juga menampilkan informasi dan tips untuk melakukan investasi dan dapat meningkatkan minat investasi seseorang. Dengan mudahnya mencari informasi mengenai investasi maka akan semakin mudah untuk melakukan investasi.

Dalam penelitian Isticharoh dan Kardoyo (2020) menyatakan bahwa motivasi memiliki dampak yang positif terhadap minat investasi, banyaknya motivasi yang diberikan kepada mahasiswa akan berdampak terhadap minat mahasiswa dalam berinvestasi. Sependapat dengan itu Saraswati dan Wirakusuma (2018) juga setuju jika motivasi berdampak positif terhadap minat dan dalam pengambilan keputusan investasi. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan Sari *et al.*, (2021) dan penelitian dari Wulandari (2020) yang juga menyatakan bahwa motivasi memiliki dampak positif terhadap minat berinvestasi.

Sedangkan untuk literasi keuangan dalam penelitian Ladamay *et al.*, (2021) mengatakan bahwa semakin baik literasi keuangan yang dimiliki seseorang maka akan meningkatkan minat berinvestasi. Sejalan dengan itu Harahap *et al.*, (2021) juga menyatakan literasi keuangan berpengaruh terhadap minat investasi mahasiswa. Penelitian yang dilakukan oleh Faidah (2019) juga menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat investasi. Namun, terdapat penelitian yang menghasilkan pendapat yang berbanding terbalik dengan penelitian lainnya. Salah satunya yaitu penelitian yang dilakukan oleh Apriliani dan Murtanto (2023) menyatakan bahwa literasi keuangan tidak mempengaruhi minat berinvestasi seseorang.

Teknologi media sosial yang berkembang saat ini juga memiliki dampak yang positif terhadap minat berinvestasi (Isticharoh dan Kardoyo, 2020). Penelitian dari

Apriliani dan Murtanto (2023) juga setuju jika media sosial secara signifikan memiliki dampak yang positif. Peran media sosial pada saat ini memiliki perkembangan yang sangat baik, banyak produsen atau pemilik produk memilih menggunakan media sosial untuk memikat konsumennya sehingga dapat diartikan bahwa media sosial berdampak secara positif terhadap minat berinvestasi pada generasi Z (Ladamay *et al.*, 2021).

Pada penelitian sebelumnya, telah diuji pengaruh motivasi, literasi keuangan dan media sosial terhadap minat investasi. Namun, ditemukan perbedaan hasil yang ditunjukkan dari penelitian sebelumnya. Penelitian yang dilakukan oleh Darmawa *et al.*, (2019) menyatakan bahwa motivasi dan literasi keuangan memiliki pengaruh positif terhadap minat investasi. Sedangkan dalam penelitian Puspitasari *et al.*, (2021) literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap minat investasi. Terdapat keterbatasan jurnal yang telah dicari yang menyatakan pendapat yang berbeda dalam hal motivasi dan media sosial. Penelitian sebelumnya memiliki hasil yang serupa bahwa motivasi dan media sosial berpengaruh positif dan minimnya penelitian yang menyatakan bahwa motivasi dan media sosial berpengaruh negatif terhadap minat investasi.

Urgensi penelitian ini menarik untuk dilakukan untuk mengisi celah dalam literatur, karena peneliti ingin mengetahui apakah penelitian ini akan menghasilkan hasil yang berbeda atau sama dengan penelitian terdahulu dengan keberadaan *Investor Club* di UKSW. Dengan demikian, penelitian yang dirancang untuk menangani masalah tidak konsistennya hasil penelitian sebelumnya bertujuan untuk memberikan kontribusi yang berharga dalam meningkatkan kualitas dan keandalan penelitian di bidang investasi. Selain itu peneliti juga ingin melihat respons yang akan diberikan oleh mahasiswa akuntansi UKSW baik yang sudah atau belum bergabung dengan *Investor Club*.

Akuntansi memiliki peran yang penting kepada seseorang yang akan atau telah melakukan investasi, pertama adalah adanya transparansi dan kepastian dari laporan keuangan setiap perusahaan yang telah teraudit memberikan kepastian kepada investor mengenai laporan keuangan yang dimiliki. Kedua yaitu analisis kinerja yang dimiliki perusahaan dengan analisis rasio keuangan, akuntansi membantu investor dalam mengevaluasi kinerja perusahaan secara lebih mendalam. Ketiga yaitu pengambilan keputusan dengan melihat laporan keuangan dan laba rugi dapat membantu investor saat ingin membeli atau menjual sahamnya. Selanjutnya yaitu adalah pengendalian risiko dengan memahami praktik akuntansi investor dapat mengevaluasi yang berkaitan dengan investasi mereka seperti menganalisis bagaimana perusahaan mengelola utang atau bagaimana mereka merespons perubahan pasar. Kelima yaitu untuk berkomunikasi dengan pihak-pihak terkait seperti manajemen perusahaan, pemegang saham lainnya dan pihak-pihak lainnya untuk membangun hubungan dan membicarakan terkait investasi. Selanjutnya yaitu dengan memastikan perusahaan patuh terhadap peraturan seperti GAAP atau IFRS untuk membangun kepercayaan investor dan memberikan landasan yang kuat untuk berinvestasi. Terakhir yaitu untuk edukasi investor dalam meningkatkan literasi keuangan investor melalui pelaporan keuangan yang jelas dan edukatif sehingga dapat memahami konsep keuangan dan akuntansi yang kompleks.

Penelitian ini nantinya akan dilakukan pada mahasiswa/i akuntansi di Universitas Kristen Satya Wacana. Hal ini dilakukan karena fakultas ekonomi dan bisnis di Universitas Satya Wacana sudah memiliki akreditasi unggul di mana ini menjadi keputusan yang tepat untuk melakukan penelitian. Selain itu FEB UKSW juga memiliki *Investor Club*, di mana mahasiswa/i UKSW sudah dikenalkan terhadap hal investasi saham dan beberapa mahasiswa/i sudah melakukan investasi.

Pernyataan di atas menimbulkan pertanyaan yang digunakan untuk menguji : (1) Apakah motivasi dapat mempengaruhi minat investasi pada mahasiswa/i akuntansi UKSW?; (2) Apakah literasi keuangan dapat mempengaruhi minat investasi pada mahasiswa/i akuntansi UKSW?; (3) Apakah media sosial dapat mempengaruhi minat investasi pada mahasiswa/i akuntansi UKSW?. Permasalahan tersebut juga menggambarkan tujuan dari penelitian ini yang akan membahas pengaruh motivasi, literasi keuangan dan media sosial terhadap minat investasi menurut persepsi mahasiswa/i akuntansi di UKSW.

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan mengenai topik yang dibahas dan bermanfaat bagi para mahasiswa/i dan juga dapat berguna secara teoritis untuk menambah literatur, wawasan dan pengembangan dibidang ilmu pengetahuan khususnya dalam menumbuhkan minat untuk investasi. Secara khusus, penelitian ini dilakukan dengan melihat persepsi dari sudut pandang mahasiswa/i akuntansi di UKSW mengenai minat berinvestasi. Selain itu penelitian ini juga diharapkan dapat bermanfaat secara praktis bagi mahasiswa/i dalam memahami investasi dan menumbuhkan minat mahasiswa untuk berinvestasi, pemahaman yang dapat mengembangkan pola pikir dan pola hidup yang lebih baik dan pentingnya melakukan investasi. Hasil penelitian ini diharapkan juga dapat menjadi sebuah pedoman dan tata kelola terhadap minat berinvestasi mahasiswa.

2. LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Minat Investasi

Minat sering kali muncul berkaitan dengan perasaan tertarik atau suka terhadap suatu hal. Minat investasi merupakan sebuah hasrat atau keinginan yang dimiliki seseorang untuk memperluas wawasan dengan memahami investasi bahkan mencoba berinvestasi (Shafira, 2020). Apriliani dan Murtanto (2023) mengatakan bahwa minat melibatkan berbagai elemen di dalamnya seperti emosi, tingkat pendidikan, kekhawatiran, aspirasi, atau kecenderungan tertentu untuk menentukan keputusan. Ketika seseorang memiliki minat tertentu maka ia akan berusaha untuk mempelajari atau memahami mengenai apa yang dia minati. Salah satunya adalah minat melakukan investasi, munculnya minat ini mungkin memiliki latar belakang yang berbeda pada setiap individu. Untuk memperoleh keuntungan, untuk menambah wawasan, untuk mencoba hal baru dan lain. Dengan memiliki sebuah minat tertentu maka individu tersebut sudah tertarik dan ingin mencoba melakukannya atau bahkan menguasainya.

Tantangan utama yang muncul adalah bagaimana cara untuk memotivasi individu agar dapat berinvestasi dengan bijak, mengingat risiko yang terkait dengan investasi juga banyak. Salah satu risiko yang muncul adalah kerugian, berniat untuk mendapatkan keuntungan namun dengan salah melakukan investasi maka kerugian yang mungkin akan didapatkan. Hal ini dapat terjadi karena kurangnya pemahaman yang cukup mengenai investasi atau salah memilih properti investasi. Maka jika seseorang memiliki minat terhadap investasi maka ia akan mempelajari terlebih dahulu apa itu investasi, cara melakukan investasi dengan benar dan juga mencari informasi terkait investasi yang akan pilih.

Motivasi

Motivasi merupakan proses yang di dalamnya seorang individu akan mengenal kebutuhannya untuk mengambil suatu tindakan yang digunakan memuaskan kebutuhan tersebut (Darmawa *et al.*, 2019). Motivasi dalam berinvestasi lebih spesifik dan berkaitan dengan alasan yang mendorong seseorang untuk berinvestasi dengan tujuan finansial jangka panjang seperti pensiun dan jangka pendek untuk membangun kelas sosial atau membangun rumah. Motivasi investasi didorong dengan adanya pengetahuan dan keahlian yang cukup, di mana individu akan diberikan dorongan untuk melakukan transaksi investasi (Fitriasuri dan Simanjuntak, 2022). Khumaini dan Nadiya (2021) berpendapat bahwa motivasi dalam berinvestasi merupakan sebuah dorongan yang dilakukan untuk melakukan penanaman modal, ada 3 teori motivasi yaitu motivasi untuk berkuasa, motivasi untuk berprestasi dan motivasi untuk bersahabat.

Meskipun seseorang memiliki minat untuk melakukan investasi tetapi hal ini mungkin akan gagal karena tidak adanya motivasi yang muncul dalam diri seseorang. Motivasi investasi yang dimiliki individu akan membuat seseorang mencari informasi yang berkaitan dengan investasi dan memikirkan cara agar investasi yang dilakukan akan menghasilkan profit yang menguntungkan di masa depan. Motivasi yang dimiliki individu dalam berinvestasi merupakan salah satu peran penting dalam meningkatkan minat seseorang untuk berinvestasi. Dengan memiliki minat tertentu dan didorong dengan munculnya motivasi untuk meraih keuntungan maka hal ini merupakan perpaduan yang tepat. Kurangnya pengetahuan yang cukup juga dapat membuat motivasi seseorang hilang, karena munculnya ketakutan untuk melakukan investasi.

Literasi Keuangan

Literasi keuangan merupakan proses yang mengatur seberapa baik kemampuan yang dimiliki individu dalam pemahaman konsep keuangan dalam penerapan dan pengelolaan keuangan dengan baik sehingga dapat melakukan investasi (Darmawa *et al.*, 2019). Menurut Panjaitan dan Listiadi (2021) mengartikan literasi keuangan sebagai kapabilitas individu yang digunakan untuk memahami keuangan secara umum, yang berupa ilmu mengenai asuransi, hutang, investasi, tabungan dan instrumen keuangan yang lain. Ladamay *et al.*, (2021) juga menyatakan bahwa literasi keuangan juga dapat menghindari masalah keuangan seperti hutang dan kesulitan lainnya karena dengan literasi keuangan juga mengajarkan cara mengelola keuangan dengan baik.

Tingkat literasi masyarakat Indonesia dapat dikategorikan dalam tingkatan yang rendah, oleh karena itu masyarakat terutama mahasiswa didorong untuk melakukan literasi terutama dibidang keuangan. Literasi keuangan dapat berguna untuk saat ini dan masa mendatang. Karena jika seseorang memiliki literasi keuangan yang tinggi maka hal ini akan meminimalisir adanya masalah keuangan. Dengan memiliki pemahaman yang cukup terkait instrumen keuangan maka individu akan lebih baik lagi untuk mengelola keuangan dan dapat menyelesaikan masalah terkait keuangan. Tidak memahami konsep dasar seperti risiko, tingkat pengembalian, diversifikasi, dan instrumen investasi dapat menyebabkan kerugian finansial. Maka dari itu diharapkan individu dapat memiliki pemahaman yang cukup terkait keuangan.

Media Sosial

Sekarang segala sesuatu dapat diketahui dengan adanya media sosial termasuk dalam hal berinvestasi, banyaknya akun yang bertebaran di media sosial yang membahas

terkait saham dan tata cara dalam melakukan investasi (Wicaksono dan Wafiroh, 2022). Media sosial merupakan perkembangan mutakhir berupa teknologi web yang berbasis internet, yang digunakan untuk mempermudah semua orang dalam berkomunikasi, berpartisipasi dan saling membentuk sebuah jaringan secara *online* untuk menyebarkan konten yang mereka buat (Anggraeni dan Setiaji, 2018). Selain itu dengan semakin berkembangnya teknologi, sosial media juga digunakan perusahaan untuk memberikan informasi mengenai program investasi yang dimiliki untuk menarik para investor (Kamil dan Tanno, 2022).

Media sosial memiliki peran yang besar bagi kehidupan mahasiswa, segala informasi dapat didapatkan melalui media sosial. Begitu juga dengan perannya dalam hal investasi, karena banyaknya informasi mengenai investasi yang tersebar luas di media sosial maka hal ini dapat meningkatkan minat investasi seseorang. Peran media sosial yang semakin dominan dalam menyebarkan informasi investasi menunjukkan perlunya pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana informasi ini dapat mempengaruhi minat investasi. Namun, media sosial juga memiliki informasi yang tidak akurat dan tidak berdasar. Oleh karena itu mahasiswa dapat menyaring informasi yang didapatkan di media sosial dan melakukan pengecekan terhadap informasi tersebut. Karena informasi yang tidak tepat dapat menjadi risiko dalam berinvestasi.

Pengembangan Hipotesis

Wulandari (2020) mengatakan bahwa seseorang akan melakukan sebuah tindakan ketika timbulnya sebuah ketertarikan terhadap sesuatu yang secara alamiah akan memunculkan motivasi untuk memperolehnya. Ketika seseorang memiliki motivasi investasi maka ia akan berusaha untuk memperoleh hasil yang maksimal ketika berinvestasi. Sehingga motivasi yang diberikan atau yang muncul dalam diri seseorang akan mempengaruhi minat individu untuk melakukan sesuatu yang diminati. Dengan motivasi memperoleh keuntungan yang besar dari investasi maka hal itu dapat lebih meningkatkan minat masyarakat untuk melakukan investasi. Motivasi yang muncul dalam diri seseorang biasanya karena ingin meningkatkan kesejahteraan bagi diri sendiri atau orang lain di sekitarnya. Motivasi yang muncul dari lingkungan sekitar mengenai keuntungan yang diperoleh semakin membuat seseorang ingin berinvestasi. Penelitian yang dilakukan Sun dan Lestari (2022) menyatakan bahwa motivasi yang dimiliki masyarakat bertujuan untuk berkembang secara ekonomi guna menyejahterakan hidupnya dan persiapan untuk masa yang akan datang. Karena masa depan tidak dapat diprediksi maka diperlukan persiapan sejak saat ini.

Penelitian yang dilakukan oleh Mastura *et al.*, (2020) menyatakan bahwa motivasi berpengaruh secara positif terhadap minat berinvestasi. Suyanti dan Hadi (2019) juga membuktikan bahwa motivasi memiliki berdampak signifikan terhadap minat berinvestasi, hal ini menunjukkan bahwa dengan semakin banyak motivasi maka minat berinvestasi juga akan memiliki peningkatan. Sejalan dengan itu, Rahman dan Subroto (2022) juga menyatakan bahwa motivasi berpengaruh secara positif terhadap minat individu untuk berinvestasi di pasar modal.

Sesuai dengan pernyataan di atas maka dapat disimpulkan bahwa motivasi memberikan banyak respons positif kepada setiap individu. Motivasi yang dimiliki seseorang bertujuan agar dimasa mendatang tingkat perekonomian tetap terjamin. Memiliki motivasi juga membantu untuk meningkatkan minat seseorang, dengan semakin banyaknya motivasi yang diterima untuk berkembang dan menjadi lebih baik maka seseorang akan lebih yakin untuk mendalami minat tersebut. Karena hal ini maka individu

akan mencoba melakukan investasi karena sudah memiliki tekad yang bulat untuk melakukannya dengan dorongan motivasi yang diterima.

H₁: motivasi memiliki pengaruh positif terhadap minat investasi

Literasi keuangan memiliki hubungan yang erat dengan pengelolaan keuangan, apabila seseorang yang memiliki tingkat penghasilan tinggi namun tidak memiliki kemampuan pengelolaan keuangan yang tepat akan berakibat pada keamanan finansial yang akan sulit dicapai, oleh karena itu pengelolaan keuangan yang tepat serta pemahaman literasi keuangan yang baik (Saraswati dan Wirakusuma, 2018). Dengan pengetahuan tersebut, seseorang akan terbantu untuk menyelesaikan masalah keuangan. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Safryani *et al.*, (2020) menyatakan bahwa indikator-indikator yang ada dalam literasi keuangan memberikan kontribusi yang cukup tinggi untuk mempengaruhi minat berinvestasi.

Menurut Faidah (2019) menyebutkan bahwa literasi keuangan membawa dampak positif terhadap minat investasi mahasiswa. Ladamay *et al.*, (2021) juga menyatakan bahwa semakin baik literasi keuangan seseorang maka akan meningkatkan minat investasi pada generasi Z. Penelitian yang dilakukan oleh Harahap *et al.*, (2021) juga setuju jika literasi keuangan berpengaruh secara signifikan terhadap minat berinvestasi.

Nyatanya literasi keuangan sangat berpengaruh terhadap minat seseorang dalam berinvestasi. Lebih banyak pengetahuan yang dimiliki seseorang maka hal itu akan semakin meminimalisir risiko yang akan didapatkan. Literasi keuangan juga dapat membantu seseorang dalam mengelola pendapatan dan pengeluaran, menjadi pribadi yang lebih bijak dalam menggunakan uang dan menjadi lebih menghargai uang yang didapatkan. Dengan literasi keuangan individu juga akan semakin berkembang perekonomiannya karena uang yang didapatkan melalui bekerja akan digunakan sebaik mungkin dan dikelola agar dapat menghasilkan keuntungan yang lebih besar di masa depan.

H₂ : literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat investasi.

Media sosial pada saat ini sering kali digunakan untuk mengunggah berbagai hal, dari sana banyak informasi yang dapat diperoleh. Salah satunya yaitu informasi mengenai investasi, banyak *influencer* yang memberikan informasi bagaimana cara investasi di berbagai platform *online* yang tersedia. Tak jarang juga, informasi mengenai risiko dan keuntungan yang didapatkan akan tersebar di media sosial. Banyaknya informasi yang tersebar bebas dapat meningkatkan minat seseorang dalam berinvestasi. Dengan melihat banyak orang yang telah mencoba berinvestasi dan mendapatkan keuntungan maka akan semakin banyak orang yang berminat untuk melakukan investasi.

Peran media sosial pada saat ini sangat berpengaruh terhadap persebaran informasi untuk mempromosikan produk-produk tertentu untuk memikat konsumen, dengan ini menyatakan bahwa media sosial berdampak positif terhadap minat berinvestasi (Ladamay *et al.*, 2021). Isticharoh dan Kardoyo (2020) juga setuju jika teknologi media sosial memiliki dampak yang signifikan terhadap minat berinvestasi. Penelitian yang dilakukan oleh Apriliani dan Murtanto (2023) juga menyatakan hal serupa bahwa media sosial memiliki dampak positif terhadap minat investasi.

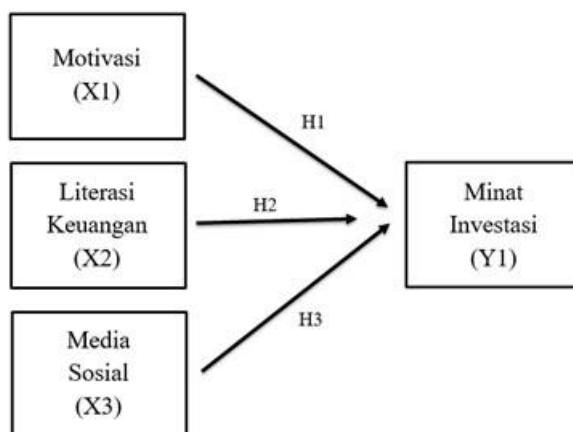
Menurut pemaparan di atas maka sosial media memiliki dampak dalam meningkatkan minat masyarakat untuk melakukan investasi. Hal ini didasarkan karena banyaknya informasi yang dapat didapatkan di media sosial. Banyaknya informasi yang diperoleh di dalam sosial media membuat seseorang memiliki pengetahuan yang lebih banyak lagi, selain itu di media sosial juga disertakan banyaknya pengalaman seseorang

dalam melakukan investasi. Hal ini dapat menjadi sebuah patokan seseorang karena sudah mengetahui apa risiko dan apa saja keuntungan yang akan didapatkan. Dari sekian banyak informasi yang tersebar, tetap harus dilakukan penyaringan lagi mengenai informasi tersebut karena tak jarang informasi yang tersebar merupakan informasi yang belum tervalidasi.

H₃ : media sosial berpengaruh positif terhadap minat investasi.

3. MODEL PENELITIAN

Pada Gambar 1 di bawah ini menggambarkan struktur hubungan antara faktor motivasi, literasi keuangan dan media sosial terhadap minat investasi:



Gambar 1. Model Penelitian

4. METODE PENELITIAN

Jenis Subjek, Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa/i program studi Akuntansi Universitas Kristen Satya Wacana. Pemerolehan sampel dilakukan dengan teknik *convenience sampling*.

Definisi dan Pengukuran Variabel Operasional

Tabel 1 : Variabel Operasional

Variabel	Definisi	Indikator	Sumber
Minat Investasi	Minat investasi adalah keinginan dan hasrat yang dimiliki oleh seseorang guna mencari tahu mengenai hal-hal yang terkait dengan investasi bahkan dengan mencoba untuk berinvestasi. (Shafira, 2020)	Keinginan mencari tahu mengenai investasi Meluangkan waktu untuk mempelajari lebih jauh tentang investasi Mencoba berinvestasi	(Harahap <i>et al.</i> , 2021)
Motivasi	Motivasi merupakan keadaan jiwa yang dirangsang oleh tindakan yang digunakan untuk mencapai sebuah tujuan. (Sun dan Lestari, 2022)	Motivasi yang bersumber dari diri sendiri dan lingkungan luar Ambisi yang mendorong tingkah laku Sebuah motivasi mendorong terhadap tercapainya keinginan	(Adiningtyas dan Hakim, 2022)
Literasi Keuangan	Literasi keuangan merupakan kapabilitas seseorang yang digunakan untuk memahami keuangan dengan cara yang umum berupa tabungan, hutang, asuransi, investasi dan instrumen keuangan lainnya. (Panjaitan dan Listiadi, 2021)	Pengetahuan dasar mengenai keuangan pribadi Tabungan Asuransi Investasi	(Ningtyas, 2019)
Media Sosial	Media sosial merupakan media <i>online</i> yang digunakan untuk mendukung interaksi sosial. (Anggraeni dan Setiaji, 2018)	- Kemudahan - Kepercayaan - Kualitas - Informasi	(Bate'e, 2019)

Teknik Analisis

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini untuk menganalisis data adalah teknik statistika deskriptif dan analisis regresi. Setelah dilakukan uji validitas dan reliabilitas, kemudian dilakukan uji asumsi klasik berupa uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas. Dilanjutkan dengan melakukan pengujian hipotesis menggunakan uji t dan uji F. Berikutnya juga dilakukan tahapan pengujian data dengan menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan SPSS 25.

Model persamaannya berupa :

$$MI = \alpha + \beta_1 M + \beta_2 LK + \beta_3 MS + \varepsilon$$

Keterangan :

- MI : Minat Investasi
- α : Konstanta
- β : Koefisiensi arah garis regresi
- M : Motivasi
- LK : Literasi Keuangan
- MS : Media Sosial
- ε : Error

5. HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Responden

Dalam penelitian ini karakteristik dibagi menjadi lima kelompok yang berupa angkatan yang terdiri dari 2020, 2021, 2022, dan 2023, lalu jenis kelamin berupa perempuan dan laki-laki, umur responden yang dibagi menjadi 18-20 tahun dan 21-23 tahun, responden yang sudah mengambil mata kuliah manajemen keuangan dan juga responden yang sudah melakukan investasi. Berikut merupakan rincian data tersebut:

Tabel 2 : Deskripsi Responden

		Frekuensi	Presentase
Angkatan	2020	43	46,74%
	2021	18	19,57%
	2022	18	19,57%
	2023	13	14,13%
Jenis Kelamin	Perempuan	68	73,91%
	Laki-laki	24	26,09%
Usia	18-20	40	43,48%
	21-23	52	56,52%
Mengambil mata kuliah Manajemen Keuangan	Sudah	72	78,26%
	Belum	20	21,74%
Melakukan Investasi	Sudah	26	28,26%
	Belum	66	71,74%

Sumber: Data Primer Diolah

Uji Statistik Deskriptif

Tabel 3 : Hasil Uji Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maksimum	Mean	Sdt. Deviation
Motivasi	92	15	35	25,99	4,441
Literasi Keuangan	92	15	40	31,67	4,942
Media Sosial	92	15	40	30,64	5,534
Minat Investasi	92	8	40	28,39	5,891
Valid N (<i>listwise</i>)	92				

Sumber: Data Primer Diolah

Berdasarkan data di atas maka diketahui sebaran data dengan total 92 responden. Dapat dilihat bahwa nilai *mean* yang lebih besar dari standar deviasi, pada variabel motivasi menunjukkan nilai terendah sebesar 15 dan nilai maksimal sebesar 35 dengan rata-rata dinilai 25.99 dan standar deviasi sebesar 4.441. Pada variabel literasi keuangan menunjukkan nilai minimal sebesar 15 dan nilai maksimal di nilai 40 dengan rata-rata 31.67 dan standar deviasi pada nilai 4.942. Untuk variabel media sosial nilai minimal berada pada posisi 15 dan nilai maksimal dinilai 40 dengan nilai rata-rata 30.64 dan dengan standar deviasi sebesar 5.534. Dan pada variabel minat investasi memiliki nilai minimal diangka 8 dan nilai maksimal berada pada angka 40 dengan rata-rata 28.39 dan nilai standar deviasi pada angka 5.891. Maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel bersifat homogen karena nilai standar deviasi dari setiap variabel memiliki nilai yang lebih kecil dari nilai rata-rata yang diperoleh.

Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji-t) - Regresi Linier Berganda

Tabel 4 : Hasil Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji-t) – Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients	t	Sig	Hasil
Constant	0,720	0,513	0,609	
Motivasi	0,671	9,116	0,000	H1 Diterima
Literasi Keuangan	0,097	1,384	0,170	H2 Ditolak
Media Sosial	0,234	3,559	0,001	H3 Diterima

Sumber: Data primer diolah (2024)

Pengambilan keputusan yang digunakan yaitu dengan melihat nilai *sig*, jika nilai *sig.* $< 0,05$ maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Sebaliknya jika nilai *sig.* $> 0,05$ maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa motivasi memiliki nilai t hitung 9,116 dan nilai *sig.* 0,000, dengan ini maka motivasi memiliki pengaruh terhadap minat investasi. Sedangkan untuk variabel literasi keuangan memiliki nilai *sig.* yang lebih besar dibandingkan 0,05 senilai 0,170 sehingga tidak terdapat pengaruh variabel literasi keuangan terhadap minat investasi. Media sosial memiliki nilai *sig.* sebesar 0,001 dan lebih kecil dibandingkan 0,05 sehingga media sosial berpengaruh terhadap minat berinvestasi.

Pembahasan

Hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah motivasi berpengaruh positif terhadap minat investasi pada mahasiswa akuntansi di UKSW. Pengujian yang dilakukan dengan metode uji t menunjukkan nilai 0,000 dan kurang dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa motivasi memiliki pengaruh positif terhadap minat investasi. Hasil ini serupa dengan penelitian yang telah dilakukan oleh (Darmawan dan Japar, 2019). Motivasi yang dimiliki seseorang untuk mendapatkan keuntungan di masa mendatang mendorong minat mereka dalam melakukan investasi, karena tidak sedikit yang telah melakukan hal tersebut dan menghasilkan profit yang besar di kemudian hari. Seringnya dilakukan seminar oleh *Investor Club* dapat membantu meningkatkan motivasi mahasiswa dan pada akhirnya mendorong minat mahasiswa untuk melakukan investasi. Tujuan motivasi investasi muncul dengan adanya reaksi-reaksi yang mendorong untuk mencapai tujuan, maka semakin besar motivasi untuk berinvestasi maka semakin kuat minat seseorang dalam melakukan investasi (Mastura *et al.*, 2020). Penelitian yang dilakukan oleh Rahmi *et al.*, (2022) dan Wulandari (2020) juga berpendapat bahwa motivasi berpengaruh terhadap minat investasi.

Hipotesis kedua adalah literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat investasi namun hasil penelitian menyatakan sebaliknya. Pada uji t yang dilakukan menghasilkan nilai *sig.* sebesar $0,170 > 0,05$ sehingga literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap minat investasi. Hal ini terjadi dikarenakan para responden berpendapat bahwa hanya dengan memiliki pemahaman mengenai literasi keuangan tidak cukup untuk meningkatkan minat mereka untuk berinvestasi. Responden berpendapat banyak faktor lain selain literasi keuangan yang dapat meningkatkan minat investasi mereka. Pada penelitian ini literasi keuangan memiliki nilai *mean* sebesar 31,64 dengan nilai maksimal sebesar 40. Artinya tingkat literasi mahasiswa sudah besar namun kenapa variabel literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap minat investasi. Hal ini dapat terjadi karena dari 92 responden hanya sebesar 26 responden yang telah melakukan investasi dan sisanya belum

pernah melakukan investasi. Tidak berpengaruhnya literasi keuangan terhadap minat investasi juga dapat terjadi karena tidak adanya akses ke produk investasi, adanya rasa takut dan ketidakpastian akan hasil yang diperoleh, keterbatasan uang yang dimiliki untuk melakukan investasi dan kurangnya keterampilan praktis untuk menganalisis pasar juga dapat menghalangi minat investasi seseorang. Hasil ini juga sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Viana *et al.*, (2021) yang menyatakan bahwa variabel literasi keuangan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku investasi, karena meskipun memiliki tingkat literasi yang tinggi seseorang belum tentu berani berinvestasi karena dapat berisiko. Literasi keuangan memiliki makna terkait keahlian untuk dapat menerapkan keterampilan dalam mengelola keuangan secara efektif, namun ketika berinvestasi dipasar modal hal ini bukan merupakan satu-satunya hal yang diperlukan (Taufiqoh *et al.*, 2019). Penelitian yang dilakukan Puspitasari *et al.*, (2021) juga sejalan dengan penelitian ini bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat berinvestasi seseorang.

Pada penelitian ini didapatkan bahwa media sosial memiliki pengaruh terhadap minat berinvestasi seseorang karena nilai sig pada uji t memiliki nilai $0,001 < 0,05$. Instagram *Investor Club* digunakan sebagai wadah untuk mencari informasi terkait perkembangan investasi, banyak pengalaman yang dibagikan oleh orang lain juga yang telah melakukan investasi dan mendapatkan profit yang menguntungkan. Penelitian yang dilakukan oleh Souisa *et al.*, (2023) juga sependapat dan memiliki hasil yang serupa. Karena mudahnya memperoleh informasi melalui media sosial membuat mahasiswa memperoleh informasi terkait investasi semakin mudah dan beragamnya informasi dapat digunakan sebagai referensi sehingga dapat meningkatkan minat investasi (Isticharoh dan Kardoyo, 2020). Hasil penelitian Apriliani dan Murtanto (2023) berpendapat bahwa media sosial berpengaruh terhadap minat berinvestasi karena calon investor sangat diuntungkan dengan adanya media sosial yang mempermudah memperoleh informasi terkait investasi.

6. KESIMPULAN

Penelitian yang dilakukan telah menjawab pertanyaan yang diajukan di awal, yang didapatkan dari jawaban para mahasiswa Akuntansi FEB UKSW angkatan 2020 hingga 2023. Penelitian dilakukan untuk melihat bahwa motivasi, literasi keuangan dan media sosial berpengaruh terhadap minat investasi mahasiswa sehingga dapat ditarik beberapa kesimpulan. Pertama, dari hipotesis pertama atau motivasi berpengaruh positif terhadap minat investasi dinyatakan bahwa hipotesis ini diterima. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji t di atas bahwa motivasi memiliki dampak positif terhadap minat investasi. Karena semakin banyak motivasi yang dimiliki seseorang untuk memperoleh keuntungan maka minat melakukan investasi juga akan semakin tinggi. Hipotesis kedua atau literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat investasi, pada uji t dapat dilihat bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap minat investasi. Hal ini dapat terjadi karena minat investasi dapat dimiliki seseorang tanpa harus memahami literasi keuangan dengan baik. Pada hipotesis ketiga atau media sosial berpengaruh positif terhadap minat investasi dapat diterima, karena dari uji yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa media sosial berpengaruh terhadap minat investasi. Media sosial memuat banyak informasi yang dapat dijadikan patokan seseorang sebelum melakukan investasi dan review dari orang lain juga mendorong minat investasi seseorang. Setelah melakukan uji koefisien determinasi diperoleh hasil sebesar 0,831 atau 83,1% sehingga dapat dikatakan bahwa

motivasi, literasi keuangan dan media sosial berpengaruh sebesar 83,1% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian.

Implikasi teoritis dalam penelitian ini ditemukan bukti empiris bahwa motivasi dan media sosial mempengaruhi minat investasi. Implikasi terapan dapat meningkatkan motivasi mahasiswa dalam proses belajar mengajar dan meningkatkan frekuensi penggunaan media sosial *Investor Club* Fakultas Ekonomika dan Bisnis UKSW untuk meningkatkan minat investasi di kalangan mahasiswa.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama yaitu penelitian ini masih memiliki sedikit referensi jurnal terkait beberapa topik yang dibahas sehingga penulis sedikit kesulitan untuk membandingkan hasil penelitian terdahulu. Kedua, adanya keterbatasan waktu sehingga penulis melakukan penghitungan sampel yang diperoleh menggunakan rumus *slovin* dengan tingkat kesalahan *error* 10%, sehingga hasil yang didapatkan masih kurang sempurna. Penggunaan responden yang berpusat pada mahasiswa yang belum melakukan investasi juga menyebabkan hasil yang kurang sempurna terkait topik yang dibahas. Selain itu hasil dari uji koefisien determinasi yang didapatkan menyatakan bahwa motivasi, literasi keuangan dan media sosial hanya berpengaruh sebesar 83,1% terhadap minat investasi, sehingga masih ada 26,9% variabel lain yang dapat mempengaruhi minat investasi.

Atas keterbatasan tersebut maka saran yang dapat penulis berikan yaitu, dapat memperluas lokasi penelitian dan populasi dari responden. Tidak hanya mahasiswa dari UKSW dapat juga dengan universitas lainnya selain itu responden juga dapat diperluas kepada para investor agar mendapatkan hasil yang lebih baik lagi. Ada beberapa variabel atau indikator penilaian yang berbeda yang dapat digunakan selain motivasi, literasi keuangan dan media sosial. Peneliti dapat menggunakan variabel lain sehingga akan semakin banyak referensi mengenai minat berinvestasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiningtyas, S., & Hakim, L. (2022). Pengaruh Pengetahuan Investasi, Motivasi, dan Uang Saku terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi di Pasar Modal Syariah dengan Risiko Investasi sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(1), 474. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i1.4609>
- Anggraeni, E., & Setiaji, K. (2018). Pengaruh Media Sosial dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Economic Education Analysis Journal*, 7(1), 172–180. <https://journal.unnes.ac.id/sju/eeaj/article/view/22868>
- Apriliani, A. F., & Murtanto. (2023). Pengaruh Pengetahuan Investasi, Literasi Keuangan, Efikasi Keuangan, Persepsi Risiko dan Teknologi Media Sosial Terhadap Minat Investasi. *Jurnal Investasi*, 9(3), 133–142. <https://doi.org/10.31943/investasi.v9i3.281>
- Bate'e, M. M. (2019). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Kaos Nias Gunungsitoli. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 2(2), 313–324. <https://doi.org/10.36778/jesya.v2i2.108>
- Binekasri, R. (2023). *Investor Naik 7%, Kok Transaksi Saham RI Malah Jeblok 29%?* CNBC. <https://www.cnbcindonesia.com/market/20230703154621-17-450804/investor-naik-7-kok-transaksi-saham-ri-malah-jeblok-29>
- CNBC Indonesia. (2023). *Pasar Modal di Indonesia Didominasi Pelajar, Ini Buktinya.*

- CNBC. <https://www.cnbcindonesia.com/market/20230722235027-17-456475/pasar-modal-di-indonesia-didominasi-pelajar-ini-buktinya>
- Darmawa, A., Kurnia, K., & Rejeki, S. (2019). Pengetahuan Investasi, Motivasi Investasi, Literasi Keuangan dan Lingkungan Keluarga Pengaruhnya Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Keuangan*, 08(02), 44–56. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.32639/jiak.v8i2.297>
- Darmawan, A., & Japar, J. (2019). Pengaruh Pengetahuan Investasi, Modal Minimal, Pelatihan Pasar Modal san Motivasi Terhadap Minat Investasi di Pasar Modal. *Majalah Neraca*, 10(2), 71–76.
- Fadila, N., Goso, Hamid, R. S., & Ukkas, I. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Financial Technology, Persepsi Risiko, dan Locus of Control Terhadap Keputusan Investasi Pengusaha Muda. *Owner(Riset & Jurnal Akuntansi)*, 6(2), 1633–1643. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i2.789>
- Faidah, F. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan dan Faktor Demografi Terhadap Minat Investasi Mahasiswa. *Journal of Applied Business and Economic*. <http://dx.doi.org/10.30998/jabe.v5i3.3484>
- Fitriasuri, & Simanjuntak, R. M. A. (2022). Pengaruh pengetahuan investasi, manfaat motivasi, dan modal minimal investasi terhadap keputusan investasi di Pasar Modal. *Owner*, 6(4), 3333–3343. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i4.1186>
- Harahap, S. B., Bustami, Y., & Syukrawati, S. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Investasi Saham Syariah. *Al Fiddhoh: Journal of Banking, Insurance, and Finance*, 2(2), 75–82. <https://doi.org/10.32939/fdh.v2i2.955>
- Hasanudin, Nurwulandari, A., & Caesariawan, I. (2022). Pengaruh literasi keuangan, efikasi keuangan, dan sikap keuangan terhadap keputusan investasi melalui perilaku keuangan. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(2), 581–597. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v5i2.2318>
- Isticharoh, & Kardoyo. (2020). Minat Investasi Diprediksi Dari Motivasi Diri, Pengetahuan Investasi, dan Teknologi Media Sosial. *Economic Education Analysis Journal*, 9(3), 904. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v9i3.42414>
- Kamil, H. H., & Tanno, A. (2022). Pengaruh Media Sosial Sebagai Sumber Informasi Dalam Pengambilan Keputusan Investor Berinvestasi, Latar Belakang Pendidikan dan Penghasilan Sebagai Variabel Kontrol. *Owner(Riset & Jurnal Akuntansi)*, 6(2), 1622–1637. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i2.568>
- Khumaini, S., & Nadiya, A. J. (2021). Pengaruh Motivasi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Berinvestasi Saham Di Pasar Modal Syariah. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 3(1), 1. <https://doi.org/10.31000/almaal.v3i1.4614>
- Ladamay, A. Z. F., Supriyanto, T., & Nugraheni, S. (2021). Pengaruh Media Sosial, Literasi Keuangan, Risiko, Imbalan Hasil, dan Religiusitas Terhadap Minat Berinvestasi Sukuk Generasi Z di Jakarta. *Islamic Economics Journal*, 7(2), 161–185. <https://doi.org/10.21111/iej.v7i2.6552>
- Maharani, B., & Hidayah, N. (2021). Peran Media Sosial dalam Pengambilan Keputusan Investasi. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, 8(2), 275–286. <https://doi.org/10.25105/jat.v8i2.9926>

- Mastura, A., Nuringwahyu, S., & Zunaida, D. (2020). Pengaruh Motivasi Investasi dan Pengetahuan Investasi dan Teknologi Informasi Terhadap Minat Berinvestasi Di Pasar Modal. *Jiagabi*, 9(1), 64–75. <https://jim.unisma.ac.id/index.php/jiagabi/article/view/6125>
- Ningtyas, M. N. (2019). Literasi Keuangan pada Generasi Milenial. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 13(1), 20–27. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v13i1.111>
- Nurmutia, E. (2023). *HUT Pasar Modal Indonesia: Jumlah Investor Terus Meningkat, Edukasi Perlu Digencarkan*. Liputan6. <https://www.liputan6.com/saham/read/5366584/hut-pasar-modal-indonesia-jumlah-investor-terus-meningkat-edukasi-perlu-digencarkan?page=4>
- Panjaitan, N. F. H., & Listiadi, A. (2021). Literasi Keuangan dan Pendapatan pada Keputusan Investasi dengan Perilaku Keuangan sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika*, 11(1), 142–155. <https://doi.org/10.23887/jiah.v11i1.32793>
- Puspitasari, V. E., Yetty, F., & Nugraheni, S. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Persepsi Imbal Hasil, dan Motivasi Terhadap Minat Investasi di Pasar Modal Syariah. *JIEFES*, 2(2), 122–141. <https://doi.org/10.47700/jiefes.v2i2.3292>
- Rahman, R. E. S. A., & Subroto, W. T. (2022). Pengaruh Motivasi dan Pengetahuan Terhadap Minat Investasi di Pasar Modal Pada Mahasiswa. *JPEKA: Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen Dan Keuangan*, 6(1), 41–54. <https://doi.org/10.26740/jpeka.v6n1.p41-54>
- Rahmi, R. A., Supriyanto, T., Nugrahaeni, S., Pembangunan, U., & Veteran, N. (2022). Analisis faktor pengaruh minat berinvestasi generasi Z pada reksadana syariah. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 8(1), 1-14. <http://dx.doi.org/10.29300/aij.v8i1.2907>
- Safryani, U., Aziz, A., & Triwahyuningtyas, N. (2020). Analisis Literasi Keuangan, Perilaku Keuangan, Dan Pendapatan Terhadap Keputusan Investasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 8(3), 319–332. <https://doi.org/10.37641/jiakes.v8i3.384>
- Santi, A. J. T. (2022). *Literasi Penting, Tak Sekadar Jumlah Investor*. Kompas. https://www.kompas.id/baca/ekonomi/2022/11/24/literasi-penting-tak-sekadar-jumlah-investor-1?status=sukses_login%3Fstatus_login%3Dlogin&status_login=login
- Saraswati, K. R. A., & Wirakusuma, M. G. (2018a). Pemahaman Atas Investasi Memoderasi Pengaruh Motivasi dan Risiko Investasi Pada Minat Berinvestasi. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 24, 1584. <https://doi.org/10.24843/eja.2018.v24.i02.p28>
- Saraswati, K. R. A., & Wirakusuma, M. G. (2018b). Pemahaman Atas Investasi Memoderasi Pengaruh Motivasi Dan Risiko Investasi Pada Minat Berinvestasi. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 24, 1584–1599. <https://doi.org/https://doi.org/10.24843/EJA.2018.v24.i02.p28>
- Sari, V. M., Putri, N. K., Arofah, T., & Suparlinah, I. (2021). Pengaruh Motivasi Investasi, Pengetahuan Dasar Investasi, Modal Minimal, dan Kemajuan Teknologi terhadap Minat Investasi Mahasiswa. *Jurnal Doktor Manajemen (JDM)*, 4(1), 88.

<https://doi.org/10.22441/jdm.v4i1.12117>

- Shafira, A. N. (2020). Pengaruh Pengetahuan Investasi dan Motivasi Investasi Terhadap Minat Investasi di Pasar Modal. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 3(3), 328–333. <https://doi.org/10.47065/jtear.v3i3.577>
- Sugiharti, H., & Maula, K. A. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa. *Accounthink : Journal of Accounting and Finance*, 4(2), 804–818. <https://doi.org/10.35706/acc.v4i2.2208>
- Sun, S., & Lestari, E. (2022). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan, Pengetahuan Investasi, Motivasi Investasi Dan Pendapatan Terhadap Keputusan Investasi Pada Masyarakat Di Batam. *Jurnal Akuntansi Unesa*, 10(03), 101–114. <https://doi.org/10.26740/akunesa.v10n3.p101-114>
- Suyanti, E., & Hadi, N. U. (2019). Analisis Motivasi Dan Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Investasi Mahasiswa di Pasar Modal. *Edunomic Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 7(2), 108. <https://doi.org/10.33603/ejpe.v7i2.2352>
- Taufiqoh, E., Diana, N., & Junaidi. (2019). Pengaruh Norma Subjektif, Motivasi Investasi, Pengetahuan Investasi, Persepsi Return dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi Saham di Pasar Modal (Studi Empiris Pada Mahasiswa Akuntansi FEB UNISMA dan UNIBRAW di Malang). *E-Jra*, 08(03), 12–28. <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jra/article/view/4043>
- Viana, E. D., Febrianti, F., Ratna, F., & Dewi. (2021). Literasi Keuangan , Inklusi Keuangan dan Minat Investasi Generasi Z di Jabodetabek. *JMO*, 12(3), 252–264. <https://doi.org/10.29244/jmo.v12i3.34207>
- Wahyuni, A. N., & Pramono, N. H. (2021). Pengaruh Faktor Demografi dan Faktor Psikologi Investor dalam Pengambilan Keputusan Investasi di Era Ekonomi Digital. *JABI (Jurnal Akuntansi Berkelanjutan Indonesia)*, 4(1), 73. <https://doi.org/10.32493/jabi.v4i1.y2021.p73-91>
- Wicaksono, M. P., & Wafiroh, N. L. (2022). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Dan Sosial Media Edukasi Saham Terhadap Keputusan Investasi (Studi Kasus Pada Mahasiswa Kota Malang). *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora*, 8(2), 200–206. <https://doi.org/10.29303/jseh.v8i2.57>
- Wulandari, A. (2020). Pengaruh Motivasi Investasi dan Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Investasi Mahasiswa di Pasar Modal. 1 (Februari), 5–24.