

PENGARUH PLATFORM MEDIA SOSIAL, PENGETAHUAN INVESTASI, PERSEPSI RISIKO, DAN RETURN TERHADAP MINAT GENERASI Z BERINVESTASI DI PASAR MODAL.

Ainurum Dien Suryani

ainurumdiens@gmail.com

Lailatul Amanah

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

ABSTRACT

This research examined the effect of social media platforms, investment knowledge, risk perception, and return on the investment interest of Generation Z in the capital market. The research was quantitative. Moreover, the data were primary taken from direct responses of respondents; through questionnaires. The data collection technique used purposive sampling, in which the sample was based on criteria given. The criteria was a student of STIESIA Surabaya in the 5th semester above and had already taken the course of portfolio investment analysis or management of financial institutions. In line with that, there were 98 respondents. Furthermore, the data analysis technique used multiple linear regression with SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) 25 version. The result showed that social media platforms had affected positively the investment interest of Generation Z in the capital market. However, the investment knowledge did not affect the investment interest of Generation Z in the capital market. Similarly, the risk perception did not affect the investment interest of Generation Z in the capital market. In contrast, the return had a positive effect on the investment interest of Generation Z in the capital market.

Keywords: social media platforms, investment knowledge, risk perception, return, investment interest

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh platform media sosial, pengetahuan investasi, persepsi risiko dan return terhadap minat generasi Z berinvestasi di pasar modal. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Data penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh dari jawaban langsung responden melalui kuisioner. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode purposive sampling dengan kriteria mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya semester 5 keatas yang sudah menempuh mata kuliah analisis investasi manajemen portofolio atau manajemen lembaga keuangan. Sehingga didapatkan sampel sebanyak 98 responden. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini analisis regresi linear berganda dengan bantuan program *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) versi 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa platform media sosial berpengaruh positif terhadap minat investasi mahasiswa. Pengetahuan investasi tidak berpengaruh terhadap minat investasi mahasiswa. Persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap minat investasi mahasiswa. Return berpengaruh positif terhadap minat investasi mahasiswa.

Kata Kunci: platform media sosial, pengetahuan investasi, persepsi risiko, return, minat investasi

PENDAHULUAN

Pada umumnya investasi merupakan aktivitas penanaman beberapa uang yang dimiliki oleh seseorang untuk dikembangkan dalam periode waktu di masa depan guna untuk mendapatkan keuntungan atau profit. Pada saat ini dimana teknologi sudah berkembang pesat seiring juga dengan berkembangnya dunia investasi, informasi-informasi mengenai investasi juga sangat mudah didapatkan dan masyarakat umum lebih mengenal dan mengetahui investasi pasar modal. Investasi memiliki urgensi yang signifikan bagi generasi Z, karena generasi Z memiliki masa depan yang panjang dan perlu mempersiapkan

keuangan mereka guna mendapatkan tujuan yang memiliki nilai yang relatif besar dengan jangka waktu yang panjang, seperti membeli rumah, pensiun dini, atau mempersiapkan pendidikan yang baik bagi anak mereka kelak. Melalui investasi yang bijak, generasi Z dapat membangun aset dan menciptakan sumber pendapatan pasif di masa depan. Maka dari itu, investasi merupakan instrumen yang memiliki potensi pengembalian yang lebih tinggi, seperti saham, properti, atau investasi dalam bisnis, menjadi penting bagi generasi Z untuk memaksimalkan pengembalian investasi mereka. Minat berinvestasi adalah sikap seseorang yang sangat ingin mengeksplorasi segala aspek yang tentunya berkaitan dengan investasi serta menerapkannya dalam praktik investasi (Pajar dan Pustikaningsih, 2017). Meskipun Bursa Efek Indonesia (BEI) menjelaskan bahwa perkembangan positif pada investor di pasar modal pada akhir maret 2021, dengan mencapai 2,17 juta investor saham yang meningkat 28,40% dibandingkan akhir 2020, minat masyarakat Indonesia terhadap investasi saham masih tergolong rendah. Dengan tingginya jumlah coffee shop yang tersebar di Surabaya, Vanko menyediakan tempat untuk bersantai bagi para pelanggan dengan nuansa *homey* dan tagline "*new vibes new experience*", nuansa yang baru dan pengalaman bagi pengunjung adalah hal yang diutamakan oleh kedai Vanko. Kedai Vanko merupakan tempat yang menyediakan berbagai jenis minuman kopi dan non kopi, serta kedai Vanko juga menyediakan makanan ringan yang dibuat khusus untuk dimakan sambil menikmati secangkir kopi sehingga memiliki rasa yang khas di lidah pelanggan. Kedai Vanko yang digunakan dalam penelitian ini beralamatkan di Jalan Cipunegara No.42, Surabaya. Kedai Vanko mulai beroperasi pada awal tahun 2020. Walau demikian Kedai Vanko mampu bersaing dengan beberapa *coffee shop* yang berdiri lebih dahulu, berikut adalah perbandingan Kedai Vanko dengan *coffee shop* lainnya:

Tabel 1
Data Latar Belakang Pendidikan Demografi Investor Individu April 2022

Jenjang Pendidikan	Presentase	Aset Yang Dikeluarkan
SMA	60,57%	Rp 198,77 triliun
S1	29,42%	Rp 533,94 triliun
D3	7,32%	Rp 40,79 triliun
S2	2,69%	Rp 116,35 triliun

Sumber : Demografi Investor KSEI April 2022

Dengan adanya data diatas ini, oleh karena itu, peneliti merasa tertarik untuk mengadakan studi lebih lanjut yang berjudul "Pengaruh Platform Media Sosial, Pengetahuan Investasi, Perspektif Risiko dan Return Terhadap Minat Generasi Z Berinvestasi di Pasar Modal" (studi kasus pada mahasiswa STIESIA Surabaya). Penelitian ini memiliki tujuan untuk memahami sejauh manakah minat mahasiswa STIESIA Surabaya yang sudah lulus pada mata kuliah Analisis investasi dan Manajemen Portofolio, serta Manajemen Keuangan dalam memahami ilmu tentang investasi, pasar modal, dan *financial management*.

Adanya teknologi dan platform media sosial telah membawa dampak signifikan dalam mempengaruhi perilaku dan pola pikir generasi Z. Media sosial menjadi sarana yang menjembatani tiap individu untuk mendapatkan informasi, hal ini menjadikan media sosial merupakan salah satu hal yang susah untuk dipisahkan dari kehidupan sehari-hari generasi Z pada saat ini. Para Generasi Z ini secara tidak langsung dapat dikatakan relatif aktif pada kegiatan media sosial pada zaman ini. Penelitian Putu dan Lucy (2021) menjelaskan pemanfaatan teknologi media sosial dengan benar dan sesuai yang diarahkan demi tujuan untuk menguasai pengetahuan terkait investasi bagi para mahasiswa generasi Z. Korelasi antara minat investasi dan penggunaan teknologi media sosial mahasiswa di pasar modal cenderung meningkat atau efektif. Penelitian Hazlina (2022) juga menyatakan pengaruh platform media sosial, pengetahuan investasi, persepsi risiko dan return berpengaruh positif terhadap minat generasi Z dalam berinvestasi di pasar modal.

Dalam kegiatan penanaman modal di pasar saham, memiliki pentingnya suatu pemahaman yang beraneka ragam penyebabnya lalu kemudian dapat mempengaruhi minat generasi Z dalam kegiatan menanamkan modal. Terdapat satu elemen yang dikatakan cukup relevan adalah pengetahuan investasi generasi Z. Mahasiswa merupakan generasi Z serta potensi dari generasi Z yang memiliki kemungkinan untuk berinvestasi karena memiliki potensi untuk berpartisipasi dalam perkembangan teknologi yang semakin canggih dan telah memiliki ilmu dasar pengetahuan tentang dunia investasi di bangku perkuliahan. Ilmu dasar pengetahuan tentang berinvestasi yang dimiliki oleh mahasiswa tersebut dinilai cukup penting karena dengan menggunakan media sosial, para mahasiswa generasi Z dapat memperoleh pemahaman tentang bagaimana cara berinvestasi yang benar dan aman, yang pada nantinya dapat menjadi pengetahuan dasar bagi mahasiswa generasi Z untuk dapat terhindar dari resiko serta situasi yang tidak diinginkan pada saat melakukan investasi.

Persepsi risiko dan return juga menjadi elemen krusial dalam pertimbangan untuk melakukan investasi bagi para generasi Z. Persepsi mereka tentang risiko dan potensi keuntungan dalam berinvestasi dapat mempengaruhi tingkat minat mereka untuk terlibat dalam pasar modal. Dengan begitu, beberapa orang masih enggan untuk berinvestasi karena mereka masih percaya bahwa investasi memiliki risiko yang tinggi dan kurang termotivasi untuk berinvestasi di pasar saham. Oleh sebab itu, dibutuhkan suatu program pendidikan yang secara khusus menekankan pada investasi, bekerjasama dengan institusi Pendidikan. Tujuan dari program ini adalah agar masyarakat, terutama para mahasiswa generasi Z dapat lebih memahami urgensi investasi dalam konteks zaman saat ini.

Return investasi diperoleh sebagai imbal balik dari modal yang ditanamkan dalam aktivitas investasi. Persepsi risiko atau risk perception dapat diartikan sebagai penilaian personal terhadap kondisi yang melibatkan potensi risiko. Penilaian ini dipengaruhi oleh karakteristik psikologis dan kondisi pribadi yang dimiliki oleh individu tersebut (Rosyidah dan Lestari, 2013). Adanya korelasi positif diantara tingkat risiko dan kemungkinan profit yang akan diperoleh dalam berinvestasi, yang dimana berarti dengan semakin tingginya tingkat risiko, diharapkan juga dapat meningkatkan tingkat *return* yang didapatkan. Minat untuk berinvestasi akan semakin besar seiring dengan potensi return yang lebih besar yang dapat diperoleh. Sesuai dengan latar belakang masalah yang telah dikemukakan dapat merumuskan masalah sebagai berikut: (1) Apakah Platform media sosial berpengaruh terhadap minat investasi pada Generasi Z mahasiswa STIESIA Surabaya?, (2) Apakah pengetahuan investasi berpengaruh terhadap minat investasi Generasi Z mahasiswa STIESIA Surabaya?, (3) Apakah persepsi risiko berpengaruh terhadap minat investasi Generasi Z mahasiswa STIESIA Surabaya?, (4) Apakah Return berpengaruh terhadap minat investasi Generasi Z mahasiswa STIESIA Surabaya?. Tujuan penelitian untuk mengetahui, menganalisis, dan menguji sebagai berikut : (1) Untuk mengetahui pengaruh Platform media sosial terhadap minat investasi Generasi Z mahasiswa STIESIA Surabaya. (2) Untuk mengetahui pengaruh Pengetahuan investasi terhadap minat investasi Generasi Z mahasiswa STIESIA Surabaya. (3) Untuk mengetahui pengaruh Persepsi risiko terhadap minat investasi Generasi Z mahasiswa STIESIA Surabaya. (4) Untuk mengetahui pengaruh Return terhadap minat investasi Generasi Z mahasiswa STIESIA Surabaya.

TINJAUAN TEORITIS

Minat Investasi Mahasiswa Generasi Z

Minat merupakan suatu kondisi dimana seseorang mampu mengidentifikasi atribut atau makna sementara dari suatu situasi yang terkait dengan harapan atau keinginan pribadi (Sardiman, 2016:76). Pada dasarnya investasi sendiri merupakan penanaman modal atau sumber daya pada waktu tertentu, yang diharapkan untuk memperoleh profit di kemudian hari. Individu yang berinvestasi dapat disebut sebagai investor. Dalam pengertian lain, seorang investor adalah individu atau entitas yang terlibat dalam kegiatan investasi dengan

cara membeli aset keuangan dan mengharapkan kenaikan nilai aset tersebut pada saat dijual. Minat investasi dapat diartikan sebagai suatu minat terhadap aktivitas investasi yang bertujuan untuk mendapatkan buah hasil yang telah dinanti selama kurun waktu terjadi. Seseorang dengan minat untuk berinvestasi akan berupaya untuk mencari dan memperoleh pengetahuan mengenai aspek-aspek investasi. Penelitian Stillman (2017) menjelaskan bahwa generasi Z merupakan generasi kerja terbaru, lahir antara tahun 1995 - 2012, disebut juga dengan generasi net atau internet. Pertumbuhan dan perkembangan pada generasi Z ini juga diiringi dengan pertumbuhan dan perkembangan pada teknologi sehingga kedua hal ini tidak dapat dipisahkan dengan mudah.

Platform Media Sosial

Platform merupakan suatu medium digital yang umumnya digunakan oleh individu untuk beragam tujuan. Saat ini wadah yang sering dipakai dalam dunia bisnis salah satunya yakni platform media sosial. Hal ini memungkinkan pengguna berinteraksi dan berbagi konten berupa teks, gambar, dan video. Ini merupakan wadah digital yang memberikan fasilitas bagi setiap individu untuk terlibat dalam kegiatan jejaring sosial. Dengan adanya platform media sosial ini memungkinkan setiap individu dapat dengan mudah mendapatkan berbagai informasi dan berkomunikasi dengan individu yang lain, sehingga hal ini sangat amat bermanfaat bagi kehidupan manusia walaupun masih terdapat hal-hal negatif di dalamnya.

Pengetahuan Investasi

Informasi terkait investasi merupakan salah satu panduan tentang cara memanfaatkan sebagian harta benda yang dimiliki oleh suatu individu guna untuk meraih keuntungan di kemudian hari. Pengetahuan tersebut bisa didapatkan dengan cara memberikan pelajaran yang bersumber dari berbagai literatur yang tersedia dan telah dikuasai oleh manusia (Darmawan *et al.*, 2019). Menurut Kusnawati (2011) variabel pengetahuan investasi memiliki beberapa indikator, yaitu : 1. Pengetahuan instrumen pasar modal, Pengetahuan risiko investasi, Pengetahuan tingkat pengembalian, Pengetahuan hubungan antara risiko investasi dan tingkat pengembalian (*return*), dan Pengetahuan umum tentang investasi di pasar modal. Sebelum terlibat dalam dunia investasi yang ada pada pasar modal, investor perlu terlebih dahulu untuk memahami dan menguasai ilmu dasar pengetahuan investasi sebagai landasan yang diperlukan, termasuk memahami bagaimana mengorganisir aktivitas pada saat investasi berlangsung serta memahami korelasi antara risiko suatu investasi dan *return* yang diharapkan. Untuk mengurangi risiko penipuan dan kerugian, pemahaman mendalam mengenai investasi sangat penting dikuasai terlebih dahulu saat seseorang hendak terlibat dalam dunia pasar modal. Di samping itu, pemahaman terkait investasi merupakan sesuatu yang harus dikuasai ketika seseorang ingin mencapai tingkat keuntungan yang didapatkan dari proses investasi yang optimal.

Persepsi Risiko

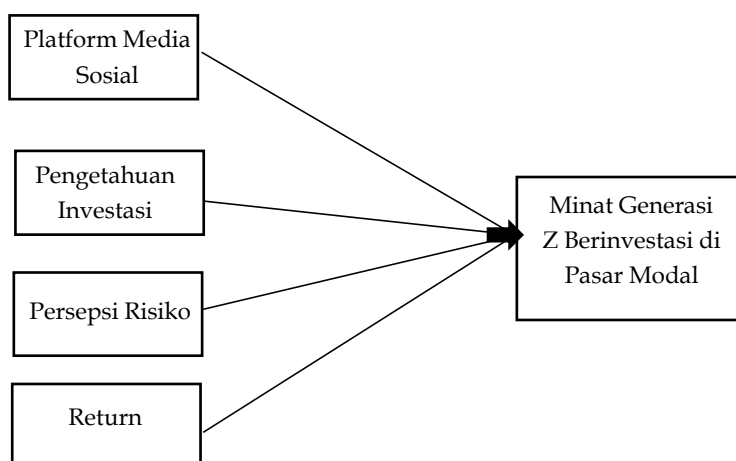
Pengalaman yang terbentuk melalui macam-macam indra yang terdapat pada manusia seperti misalnya penciuman, pendengaran, penglihatan, dan lain sebagainya, yang tercermin melalui pergantian sikap pada diri suatu individu juga biasa dikenal dengan sebutan persepsi risiko. Risiko merujuk pada suatu kenyataan bahwa hasil investasi aktual dapat berbeda dari yang diharapkan atau yang telah diprediksi. Menurut Husnan (2001) suatu kemungkinan yang buruk pada proses investasi dapat diartikan sebagai ketidakpastian atau kemungkinan bahwa hasil investasi akan menyimpang dari yang diharapkan, yang bisa berdampak baik atau buruk terhadap keuntungan. Semakin tinggi adanya perbedaan antara tingkat keuntungan yang didapatkan dengan tingkat keuntungan yang diharapkan, semakin tinggi suatu kemungkinan buruk pada proses investasi yang harus dihadapi oleh investor. Menurut

Picaully (2018) Persepsi risiko adalah suatu hal yang tidak pasti akan terjadi yang akan dihadapi oleh seseorang ketika mereka merasa buta akan konsekuensi dari keputusan pembelian yang akan mereka ambil. Dikutip dari Hartono dan Harjito (2002) risiko yang mungkin dihadapi oleh investor antara lain : Risiko Daya Beli, Risiko Bisnis, Risiko Tingkat Bunga, Risiko Pasar, dan Risiko Likuiditas.

Retrun

Investor yang menanamkan modal pada masa lalu dan menuai keuntungan atau laba pada masa kini, dengan nilai keuntungan yang tidak pasti dan dengan jangka waktu yang lama juga dapat disebut sebagai *return*. Return juga dapat diartikan sebagai ganti rugi dari biaya kesempatan (*opportunity cost*) dan risiko penurunan daya beli karena efek inflasi. Jogiyanto (2017) Mengindikasikan bahwa hasil investasi dapat berupa return realisasi, yang dihitung berdasarkan data historis yang telah terjadi, atau return ekspektasi yang belum terjadi namun diantisipasi terjadi di masa depan. Kedua hal tersebut memiliki korelasi yang positif, dimana yang berarti dengan semakin tingginya suatu tingkat risiko, maka pendapatan yang akan dimiliki juga akan semakin tinggi nilainya (*high risk high return*). *Return* investasi diperoleh dari dua elemen penting yang antara lain: *Yield* dan *Capital Gain*

Rerangka Konseptual



Gambar 1
Rerangka Konseptual

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Platform Media Sosial Terhadap Minat Investasi Generasi Z Berinvestasi Di Pasar Modal

Salah satu elemen yang mendorong peningkatan jumlah penanam modal di pasar modal adalah kenyamanan dan keamanan yang diberikan kepada pelanggan selama proses investasi berlangsung. Saat ini, generasi Z yang terlibat aktif dalam sektor digital mulai menunjukkan ketertarikan yang meningkat terhadap kegiatan berinvestasi di pasar modal. Data yang didapati oleh Bursa Efek Indonesia (BEI) menunjukkan bahwa kisaran antara 61 hingga 70% investor di pasar modal memiliki usia di bawah 41 tahun. Selain itu, beberapa perusahaan di BEI menawarkan saham dengan nilai yang terhitung rendah dan juga disertai dengan dukungan yang dapat mempermudah generasi Z untuk berinvestasi. Secara keseluruhan, peran internet di kalangan masyarakat semakin meningkat meskipun mereka juga berharap dapat menggunakan akses internet secara gratis.

H₁: Platform media sosial memiliki pengaruh positif terhadap minat mahasiswa generasi Z berinvestasi di pasar modal.

Pengaruh Pengetahuan Investasi terhadap Minat mahasiswa Generasi Z Berinvestasi di Pasar Modal

Pendidikan mengenai berinvestasi adalah pemahaman terkait informasi dan pengetahuan yang pernah diberikan, Memberikan manfaat kepada pelajar baik melalui institusi pendidikan tinggi maupun melalui pihak dari luar, mengenai investasi di pasar saham (Hermanto *et al.*, 2017). Ilmu dasar mengenai investasi melibatkan pengertian yang perlu dimiliki suatu individu mengenai berbagai faktor terkait investasi, bermula dari pemahaman tentang penilaian investasi, tingkat risiko, hingga tingkat pengembalian investasi (Pajar dan Pustikaningsih, *et al.*, 2017). Menurut Kusmawati (2011), ilmu yang cukup mengenai instrumen investasi dan metode untuk mengevaluasi kesalahan yang terdapat pada perusahaan menjadi sangat penting guna mencegah kerugian dan memaksimalkan keuntungan saat berinvestasi. Kusuma dan Hendra (2020) menegaskan bahwa terjadinya korelasi yang signifikan dan positif antara minat investasi dan pengetahuan investasi generasi Z. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa, dengan semakin tingginya tingkat pemahaman investasi pada calon investor, maka akan semakin meningkatkan kecenderungan mereka untuk terlibat dalam investasi yang terjadi pada pasar saham. Menurut kajian yang telah diselesaikan oleh Darson dan Sarwidji (2021) juga menghasilkan temuan yang sejalan, yaitu bahwa pengetahuan investasi memiliki dampak positif terhadap minat berinvestasi. Maka dari itu, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah demikian.

H₂: Pengetahuan investasi memiliki pengaruh positif terhadap minat mahasiswa generasi Z berinvestasi di pasar modal.

Pengaruh Persepsi Risiko terhadap Minat Investasi Generasi Z Berinvestasi di Pasar Modal

Dengan mengandalkan indera pendengaran, penciuman, penglihatan, dan lainnya, seseorang bisa mendapatkan suatu pengalaman yang tercermin dalam perubahan perilaku seseorang, diartikan sebagai persepsi. Sebaliknya, persepsi risiko mengacu pada tingkat ketidaktentuan yang didapati pada investor pada saat mereka merasa buta akan hal yang akan terjadi dari suatu perilaku untuk membeli suatu produk atau layanan atau biasa disebut keputusan berinvestasi (Theresia *et al.*, 2019). Darson dan Sarwidji (2021) dalam penelitian mereka menyatakan bahwa persepsi terhadap risiko memiliki dampak yang tidak signifikan terhadap minat berinvestasi. Sementara itu, temuan dari Titin dan rekan-rekannya (2020) dalam penelitian mereka menunjukkan bahwa persepsi terhadap risiko memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat generasi Z untuk melakukan investasi. Temuan yang diberikan oleh Alek dan koleganya (2021) dalam penelitian mereka menjelaskan bahwa persepsi terhadap risiko memiliki dampak terhadap minat mahasiswa untuk berinvestasi di pasar modal.

H₃: Risiko memiliki pengaruh positif minat terhadap mahasiswa generasi Z berinvestasi di pasar modal.

Pengaruh Return terhadap Minat Generasi Z Berinvestasi di Pasar Modal

Return investasi merujuk pada profit yang didapatkan dari hasil mengalokasikan modal pada aktivitas berinvestasi. Dua jenis *return* yang dapat diidentifikasi, yaitu melibatkan *realized return* dan *expected return*. mengacu pada keuntungan yang bisa dinilai berdasarkan data yang pernah terjadi dikenal sebagai *realized return*, sementara *expected return* sendiri merupakan keuntungan yang masih belum pernah tercapai tetapi diprediksi dapat terjadi di masa kemudian. Alek *et al.*, (2021) menyimpulkan bahwa *return* memiliki pengaruh positif terhadap minat mahasiswa untuk berinvestasi di pasar modal. Dalam hasil studi yang dilakukan oleh Wesley (2020), ditemukan bahwa return memiliki pengaruh parsial terhadap minat investasi mahasiswa di pasar modal. Sebaliknya, temuan dari penelitian oleh Alek dan koleganya (2021) menyatakan bahwa *return* memiliki pengaruh positif terhadap minat berinvestasi mahasiswa di pasar modal.

H₄: *Return* memiliki pengaruh positif terhadap minat generasi Z berinvestasi di pasar modal.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, dengan pendekatan korelasional. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini bersumber pada perolehan data sesuai syarat data dengan menggunakan alat analisis. Sedangkan tujuan pendekatan penelitian yang menggunakan metode korelasional untuk mendapati hubungan antara variabel satu dengan lainnya ditunjukkan oleh besarnya koefisien korelasi dan keberartian secara statistik.

Gambaran Populasi Penelitian

Populasi merujuk kepada serangkaian manusia, peristiwa, atau sesuatu yang memiliki ciri-ciri tertentu. Sugiyono (2015:135) berpendapat populasi dalam penelitian kuantitatif merupakan daerah penyearataan suatu objek/subjek dengan besaran dan karakteristik tertentu dimana peneliti menentukan dan menarik keseluruhan hasil kesimpulan. Pengambilan populasi pada penelitian ini ialah mahasiswa generasi Z dengan minat untuk berinvestasi di pasar modal yang jumlahnya tidak diketahui kepastiannya.

Teknik Pengambilan Sampel

Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *Accidental Sampling* serta penentuan sampel yang digunakan adalah dengan menggunakan *Purposive Sampling* yaitu suatu metode pengambilan sampel yang dilakukan dengan memperhitungkan kriteria atau karakteristik tertentu. Kriteria yang digunakan yaitu (1) Mahasiswa STIESIA Surabaya Program Studi S1 Akuntansi & Manajemen Semester V keatas yang belum aktif bertransaksi di pasar modal (2) Mahasiswa STIESIA Surabaya yang telah menempuh dan lulus mata kuliah Analisis Informasi Manajemen Portofolio dan Manajemen Keuangan.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang diterapkan pada penelitian ini adalah metode survei melalui distribusi kuesioner, menggunakan aplikasi google form secara daring, untuk mendapatkan sumber data primer dari responden yang telah dipilih berdasarkan kriteria tertentu.

Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini menggunakan dua yaitu variabel terikat dependen dan variabel bebas independen. Dalam penelitian ini variabel bebas independen yang diteliti adalah Pengaruh Platform Media Sosial (PMS), Pengetahuan Investasi (PI), Persepsi Risiko (PR), dan Return (R).

Definisi Operasional Variabel

Platform Media Sosial

Platform sendiri memiliki pengertian sebagai sesuatu tempat digital yang banyak digunakan oleh seseorang untuk berbagai kepentingan. Saat ini platform yang paling sering digunakan pada dunia bisnis salah satunya yakni *platform* media sosial. Variabel *platform* media sosial ini diukur dengan merujuk pada indikator-indikator sebagai berikut: Kemudahan akses informasi, Jenis aplikasi yang dipakai, Keyakinan informasi yang dihadirkan di platform media sosial, dan Kepercayaan pada informasi dari media sosial.

Pengetahuan Investasi

Pemahaman yang perlu dimiliki oleh seseorang terkait tentang berbagai hal-hal yang meliputi dunia investasi disebut sebagai pengetahuan investasi. Variabel pengetahuan investasi ini diukur dengan merujuk pada indikator-indikator sebagai berikut: Pentingnya pengetahuan dasar investasi, Sekolah pasar modal, Mata kuliah yang berkaitan dan pemahaman dasar investasi.

Persepsi Risiko

Ketika seseorang yang menanamkan modalnya di pasar saham dan mereka merasa tidak dapat melihat akan sesuatu hal buruk yang akan terjadi untuk kedepannya dapat disebut sebagai persepsi risiko. Variabel persepsi risiko ini dapat diukur dengan indikator-indikator sebagai berikut: Pemahaman mengenai risiko investasi, Potensi kerugian yang signifikan, Keyakinan untuk berinvestasi serta Analisis fundamental yang baik.

Return

Keuntungan atau pendapatan yang diperoleh oleh investor melalui penanaman modalnya di pasar saham merupakan pengertian dari *return*. Variabel *return* dapat diukur dengan indikator-indikator sebagai berikut: Keuntungan yang menarik, Risiko dan hasil, Pertimbangan keuntungan, Dividen serta Keuntungan modal.

Minat Investasi

Ketika seseorang ingin mempelajari segala hal dan mencari informasi terkait dengan kegiatan berinvestasi merupakan pengertian dari minat investasi. Beberapa indikator minat investasi yaitu sebagai berikut: Informasi tentang investasi, Potensi pengembalian hasil (*return*) yang menjanjikan serta Peluang investasi yang menarik.

Teknik Analisis Data

Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk memastikan bahwa alat ukur yang digunakan memiliki keandalan dan keabsahan yang memadai. Ini mengacu pada sejauh mana pernyataan atau butir pertanyaan pada kuesioner dapat digunakan untuk mengukur variabel yang dimaksud dengan cara yang akurat. Pelaksanaan uji signifikansi yaitu dengan membandingkan nilai *r* tabel. Apabila nilai *r* tabel hitung \geq nilai *r* tabel, maka kesimpulan dari indikator pertanyaan adalah valid

Uji Reliabilitas

Sitinjak dan Sugiarto (2006) menjelaskan bahwa uji reliabilitas merujuk pada kemampuan penggunaan instrumen dalam penelitian bermanfaat memberikan informasi yang konsisten dan dapat dipercaya. Uji reliabilitas bertujuan untuk mengevaluasi instrumen tersebut dapat menghasilkan data yang dapat diandalkan dan konsisten, sehingga memastikan bahwa hasil penelitian dapat dianggap akurat dan dapat dipercaya.

Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk mengetahui persamaan regresi di dalam penelitian ini dengan seberapa besar pengaruh variabel independen dan dependen yaitu Platform Media Sosial (PMS), Pengetahuan Investasi (PI), Persepsi Risiko (PR) dan *Return* (R) terhadap Minat Investasi Mahasiswa (MI). Penulis menggunakan aplikasi SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) Bentuk dari regresi linear berganda yang menjadi model penelitian ini yaitu sebagai berikut:

$$MI = \alpha + \beta_1 PMS + \beta_2 PI + \beta_3 PR + \beta_4 R + \epsilon$$

Keterangan :

MI	: Minat Investasi
α	: Konstanta
PMS	: Platform Media Sosial
PI	: Pengetahuan Investasi
PR	: Persepsi Risiko
R	: Return
$\beta_1 \beta_2 \beta_3 \beta_4$: Koefisien Regresi
ϵ	: Error

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2016:154-158) menyatakan uji normalitas digunakan untuk menguji dalam model regresi, distribusi norma yang dimiliki variabel pengganggu mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Uji normalitas dilakukan pertama sebelum melakukan uji asumsi klasik yang lainnya (Ghozali, 2018:160). Terdapat 2 cara pengujian asumsi klasik pada persamaan regresi yang dihasilkan dalam menilai data dari kualitas pelayanan, keamanan, dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan. Uji normalitas menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov* serta Analisis Grafik.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas memiliki tujuan untuk untuk menguji apakah sebuah model regresi terdapat korelasi antar variabel bebas. Untuk model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas (Ghozali, 2016:103) Menurut Ghozali (2016:103-105) adanya nilai *tolerance* dan VIF (*variance inflation Factor*) peneliti dapat menguji multikolinearitas dalam model regresi didalam penelitian ini. Untuk menunjukkan multikolinearitas melalui ketentuan sebagai berikut: jika nilai *tolerance* < 0,10 dan VIF > 10, maka disimpulkan adanya korelasi yang sangat besar diantara satu variabel bebas dengan variabel bebas lainnya, jika nilai *tolerance* > 0.10 dan VIF < 10, maka disimpulkan tidak ada multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas memiliki tujuan untuk menguji apakah didalam model regresi terjadi adanya ketidaksamaan *variance* dari residu suatu pengamatan yang lain (Ghozali, 2016:134). Apabila varian dari pengamatan satu ke pengamatan yang lain sama, maka hal ini disebut homoskedastisitas. Model regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas yaitu model regresi yang baik. Untuk mengetahui ada atau tidak heteroskedastisitas dapat dilihat dari grafik *scatterplot*. Dengan pengambilan keputusan : Jika ada pola tertentu, seperti titik - titik yang ada membentuk pola beraturan seperti bergelombang, melebar dan menyempit maka hal tersebut mengindikasikan bahwa telah terjadi heteroskedastisitas, jika tidak ada pola yang jelas, serta titik menyebar diatas maupun dibawah angka 0 pada Y, maka hal tersebut mengindikasikan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Kelayakan Model

Uji F

Uji F pada umumnya dilakukan untuk melihat apakah semua variabel bebas yang dimasukkan ke dalam suatu model memiliki pengaruh secara bersama terhadap variabel terkait (Ghozali, 2016:95). Penggunaan Uji F dilakukan untuk menguji kesesuaian model regresi linear berganda untuk mengukur kualitas pelayanan, keamanan dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan dengan membandingkan tingkat signifikan, dengan kriteria pengujian sebagai berikut : Jika nilai signifikan > 0,05 menunjukkan bahwa model regresi tidak layak

digunakan untuk analisis, jika nilai signifikan $\leq 0,05$ menunjukkan bahwa model regresi layak digunakan untuk analisis.

Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2016:95) Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk menggambarkan kekuatan asosiatif diantara variabel independen dan variabel dependen secara keseluruhan. Nilai kolerasi berkisar antara 0 dan 1 menjelaskan bahwa nilai 0 yaitu terjadinya hubungan yang sangat lemah dan nilai 1 menjelaskan terjadinya hubungan yang sangat kuat. Nilai kuadrat dari korelasi atau (R^2) mampu menjelaskan determinator variabel bebas setiap perubahan variabel bebas dalam variabel terkait. Analisis koefisien determinasi adalah analisis determinasi parsial digunakan untuk mengetahui kontribusi dari masing – masing variabel terhadap variabel terkait secara individu untuk memberikan pengaruh yang dominan.

Uji t

Uji statistik t digunakan untuk mengetahui seberapa jauh variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi independen (Ghozali, 2016:97). Dalam penelitian ini , uji t digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas pelayanan, keamanan, dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan. Untuk menguji hipotesis dalam penelitian dilakukan dengan membandingkan dengan sig-a untuk masing – masing variabel. Untuk memutuskan apakah hipotesis nilai ditolak atau diterima, maka kriteria untuk mengambil keputusan yakni: Jika nilai signifikan pada uji t $\leq 0,05$, maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, jika nilai signifikan pada uji t $> 0,05$, maka variabel independen berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel dependen.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menilai apakah suatu kuesioner atau instrumen pengukuran dapat dianggap sah atau tidak. Proses ini melibatkan perbandingan nilai korelasi (r) yang dihitung dari kuesioner dengan nilai korelasi yang tercatat dalam tabel statistik. Jika nilai korelasi yang dihitung (r hitung) lebih besar daripada nilai korelasi yang tertera dalam tabel (r tabel), hasilnya dapat disimpulkan bahwa setiap indikator pertanyaan dianggap valid. Hasil dari uji validitas data dapat dilihat pada tabel di bawah sebagai berikut :

Tabel 2 menerangkan bahwa telah diketahui jika seluruh pernyataan mengenai variabel Platform Media Sosial (PMS), Pengetahuan Investasi (PI), Persepsi Risiko (PR), Return (R) dan Minat Investasi Mahasiswa (MI) yang sebanyak 19 pernyataan menghasilkan nilai r hitung $> r$ tabel.

Tabel 2
Uji Validitas Data

Variabel	Item Pernyataan	Pearson Correlation	(r tabel)	Keterangan Validasi
Platform Media Sosial	PMS1	0,731	0,000	valid
	PMS2	0,846	0,000	valid
	PMS3	0,779	0,000	valid
Pengetahuan Investasi	PI1	0,823	0,000	valid
	PI2	0,822	0,000	valid
	PI3	0,712	0,000	valid
	PI4	0,740	0,000	valid
Persepsi Risiko	PR1	0,690	0,000	valid
	PR2	0,733	0,000	valid

	PR3	0,817	0,000	valid
	PR4	0,714	0,000	valid
Return	R1	0,797	0,000	valid
	R2	0,825	0,000	valid
	R3	0,776	0,000	valid
Minat Investasi	M1	0,754	0,000	valid
Mahasiswa	M2	0,761	0,000	valid
	M3	0,850	0,000	valid
	M4	0,809	0,000	valid
	M5	0,745	0,000	valid

Sumber : Data Sekunder, 2023 (diolah)

Uji Reliabilitas

Pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan metode pengukuran sekali, di mana hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan-pertanyaan lain yang terkait dengan jawaban yang diberikan. Salah satu metode statistik yang umum digunakan untuk menguji konsistensi internal adalah uji Cronbach's alpha. (Ghozali, 2016:48). Apabila variabel dapat dikatakan handal nilai cronbach's alpha lebih besar dari 0,6. Hasil uji reliabilitas *cronbach's alpha* dapat dilihat pada tabel di bawah sebagai berikut:

Tabel 3
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Hasil Uji	Koefisien <i>alpha</i>	Keterangan
Platform Media Sosial	0,690	> 0,6	Reliabel
Pengetahuan Investasi	0,777	> 0,6	Reliabel
Persepsi Risiko	0,707	> 0,6	Reliabel
Return	0,714	> 0,6	Reliabel
Minat Investasi Mahasiswa	0,859	> 0,6	Reliabel

Sumber : Data Sekunder, 2023 (diolah)

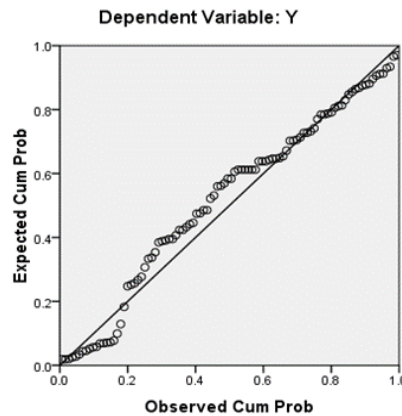
Tabel 3 menjelaskan hasil uji reliabilitas pada nilai cronbach's alpha untuk semua variabel menunjukkan nilai lebih besar dari 0,60 yang berarti bahwa butiran - butiran pertanyaan dari seluruh variabel dari penelitian ini seluruhnya reliable dan dapat digunakan dalam penelitian ini.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Hasil pengujian normalitas menyatakan bahwa data tersebut memiliki distribusi normal. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah variabel pengganggu dalam model regresi memiliki distribusi normal. Pentingnya uji normalitas terutama terkait dengan asumsi dalam uji t pada regresi, dimana asumsi tersebut mengharapkan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar, uji statistik seperti uji t menjadi tidak valid, terutama ketika jumlah sampel relatif kecil. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan Grafik Normal P-P Plot of regression standard dengan uji statistik non parametrik Kolmogorov-Smirnov untuk mengetahui apakah data tersebut berdistribusi normal. Grafik Normal P-P Plot of regression standard disajikan dalam gambar berikut:

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 2
Gambar P-Plot

Sumber: Data Sekunder, 2023 (diolah)

Uji normalitas pada Gambar 2 memperlihatkan bahwa data memiliki distribusi yang normal atau mendekati normal. Hal ini terlihat dari penyebaran data yang terdistribusi di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis tersebut. Dengan menggunakan uji *One Sample Kolmogorov - Smirnov Test* diketahui data sebagai berikut:

Tabel 4
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		98
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	1,77601133
Most Extreme Difference	Absolute	0,102
	Positive	0,090
	Negative	-0,102
Kolmogorov-Smirnov Z		1,010
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,260

a. Test distribution is Normal

Sumber: Data Sekunder, 2023 (diolah)

Tabel 4 menunjukkan bahwa besarnya Asymp.sig sebesar 0,260 sehingga dapat disimpulkan bahwa data pada model tersebut berdistribusi normal dan dapat digunakan dalam penelitian.

Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas ini dilakukan untuk mengetahui adanya problem multikolinearitas, maka dapat dilakukan dengan melihat nilai Tolerance dan VIF. Sebagaimana terlihat pada tabel dibawah sebagai berikut:

Tabel 5
Hasil Uji Multikolinearitas

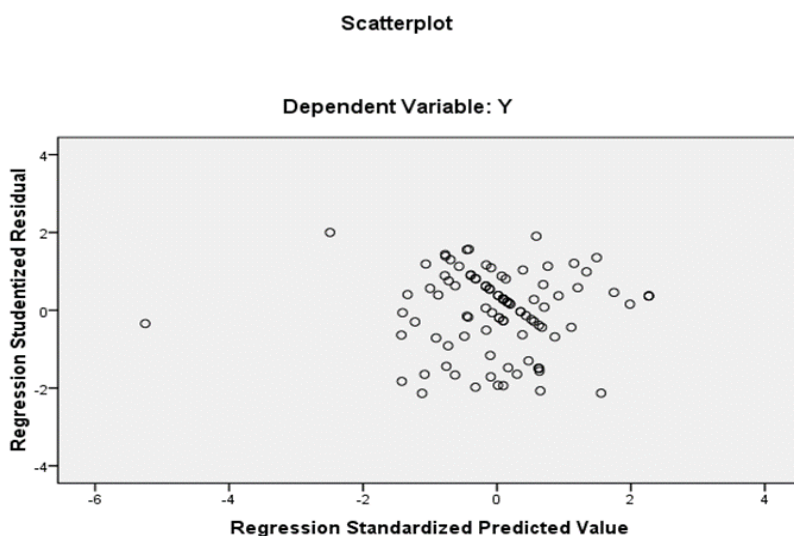
Variabel	Collinearity Statistic		Keterangan
	Tolerance	VIF	
(Constant)			
PMS	0,799	1,251	Tidak terjadi multikolinearitas
PI	0,554	1,804	Tidak terjadi multikolinearitas
PR	0,509	1,963	Tidak terjadi multikolinearitas
R	0,481	2,078	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: Data Sekunder, 2023 (diolah)

Berdasarkan hasil uji pada tabel 5 diketahui bahwa tolerance variabel platform media sosial, pengetahuan investasi, persepsi risiko dan return memiliki nilai lebih dari 0,01. Sedangkan nilai VIF variabel platform media sosial, pengetahuan investasi, persepsi risiko dan return memiliki nilai kurang dari 10. Ini berarti dalam persamaan regresi tidak ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas atau bebas Multikolinearitas, sehingga variabel tersebut dapat digunakan dalam penelitian.

Uji Heteroskedastisitas

Hasil regresi yang baik adalah tidak heteroskedastisitas, sebagaimana yang terlihat pada gambar di bawah ini sebagai berikut:



Gambar 3
Grafik Scatterplot
Sumber: Data Sekunder, 2023 (diolah)

Gambar 3 mengindikasikan bahwa model persamaan regresi tidak menunjukkan adanya heteroskedastisitas, hal ini disebabkan oleh tidak adanya pola yang jelas dan titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y.

Tabel 6
Hasil Uji Glejser

Model	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,525	1,181		-1,291	0,200
PMS	-0,084	0,067	-0,140	-1,264	0,210
PI	0,021	0,068	0,041	0,306	0,760
PR	0,086	0,077	0,148	1,129	0,262
R	-0,077	0,086	-0,127	-0,889	0,376

a. Dependent Variable: Abs_RES

Sumber : Data Sekunder, 2023 (diolah)

Dari hasil data tabel diatas menunjukkan bahwa seluruh variabel independent memiliki hasil nilai signifikan $> 0,05$ yang menunjukkan bahwa tidak terjadinya gejala heterokedastisitas. Sehingga estimasi regresi linier berganda layak digunakan untuk interpretasi dan analisis lebih lanjut.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda ini bertujuan untuk meneliti bagaimana pengaruh masing – masing variabel bebas Platform Media Sosial (PMS), Pengetahuan Investasi (PI), Persepsi Risiko (PR) dan Return (R) terhadap variabel terikat Minat Investasi Mahasiswa (MI). Dengan menggunakan metode SPSS, hasil uji regresi berganda pada penelitian ini dapat diketahui seperti pada tabel dibawah ini:

Tabel 7
Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-0,016	1,842		-0,009	0,993
PMS	0,582	0,113	0,372	5,165	0,000
PI	0,133	0,117	0,098	1,132	0,261
PR	0,166	0,128	0,117	1,297	0,198
R	0,644	0,148	0,404	4,351	0,000

a. Dependent Variable: MI

Sumber : Data Sekunder, 2023 (diolah)

Dari data tabel 7 di atas persamaan regresi dapat diartikan sebagai berikut :

$$MI = -0,016 + 0,582PMS + 0,133 PI + 0,166 PR + 0,644 R + \varepsilon$$

Uji Kelayakan Model

Uji F

Hasil uji F dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 8
Hasil Uji F
ANOVA^a

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	487,602	4	121,901	37,053	0,000 ^b
	Residual	305,959	93	3,290		
	Total	793,561	97			

a. Dependent Variable: Minat Investasi Mahasiswa

b. Predictors: (Constant), Return, Platform Media Sosial, Pengetahuan Investasi, Persepsi Risiko

Sumber : Data Sekunder, 2023 (diolah)

Dari hasil pengolahan data pada Tabel 8 di atas, terlihat bahwa nilai F sebesar 37,053 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Hal ini mengindikasikan bahwa secara bersamaan, variabel Return, Platform Media Sosial, Pengetahuan Investasi, dan Persepsi Risiko memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat Investasi Mahasiswa.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengukur sejauh mana kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Hasil nilai koefisien korelasi berganda dan determinasi berganda dalam penelitian ini seperti yang terdapat pada tabel berikut ini:

Tabel 9
Hasil Uji Determinasi (R²)
Model Summary

Model	R	R square	Adjusted R Square	Std. Error Of the Estimate
1	0,784 ^a	0,614	0,598	1,814

a. Predictors : (Constant), R, PMS, PI, PR

b. Dependent Variable: Minat Investasi Mahasiswa

Sumber : Data Sekunder, 2023 (diolah)

Berdasarkan data yang tertera dalam tabel 9 di atas, dapat diidentifikasi bahwa hasil uji determinasi menunjukkan nilai Adjusted R Square sekitar 0,598 atau setara dengan 59.8%. Dari nilai tersebut, dapat disimpulkan bahwa return, platform media sosial, pengetahuan investasi, persepsi risiko sebagai variabel bebas mampu menjelaskan sebanyak 59.8% dari variasi minat investasi mahasiswa. Sebanyak 40.2% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji t

Hasil pengujian uji t dari setiap variabel bebas dilakukan dengan menggunakan program SPSS, dapat terlihat pada tabel berikut:

Tabel 10
Hasil Pengujian Hipotesis (Uji t)
Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Kesimpulan Hipotesis
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	-0,016	1,842		-0,009	0,993	
PMS	0,582	0,113	0,372	5,165	0,000	Diterima
PI	0,133	0,117	0,098	1,132	0,261	Ditolak
PR	0,166	0,128	0,117	1,297	0,198	Ditolak
R	0,644	0,148	0,404	4,351	0,000	Diterima

a. Dependent Variable : Minat Investasi Mahasiswa

Sumber : Data Sekunder, 2023 (diolah)

Pada Tabel 10 Nilai Sig variabel bebas *Platform Media Sosial* pada uji t adalah $0,000 \leq 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa H_1 diterima. Sehingga variabel *Platform Media Sosial* berpengaruh positif signifikan terhadap *Minat Investasi Mahasiswa*. Nilai Sig variabel bebas *Pengetahuan Investasi* pada uji t adalah $0,261 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa H_2 ditolak. Sehingga variabel *Pengetahuan Investasi* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Minat Investasi Mahasiswa*. Nilai Sig variabel bebas *Persepsi Risiko* pada uji t adalah $0,198 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa H_3 ditolak. Sehingga variabel *Persepsi Risiko* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Minat Investasi Mahasiswa*. Nilai Sig variabel bebas *Return* pada uji t adalah $0,000 \leq 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa H_4 diterima. Sehingga variabel *Return* berpengaruh positif signifikan terhadap *Minat Investasi Mahasiswa*.

Pembahasan

Pengaruh Platform Media Sosial Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi di Pasar Modal

Hasil pengujian menunjukkan variabel *Platform Media Sosial* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Minat Investasi Mahasiswa*. Platform media sosial berperan sebagai perantara di internet yang memungkinkan mahasiswa untuk menemukan informasi terkait cara berinvestasi di pasar modal. Platform ini membantu mahasiswa untuk mampu mendalami pengetahuan mereka tentang investasi, sehingga mereka dapat membuat rencana investasi mereka di pasar modal.. Adanya platform media sosial juga sangat berguna bagi para mahasiswa yang memiliki minat untuk berinvestasi karena pada platform media sosial tersedia begitu banyak aplikasi yang menyediakan simulator untuk berinvestasi. Berdasarkan hasil uji hipotesis yang tercantum pada tabel 10 menunjukkan hasil platform media sosial mempunyai dampak positif dan signifikan pada minat investasi mahasiswa. Ini menunjukkan bahwa semakin banyaknya informasi terkait investasi di media sosial akan menyebabkan semakin tingginya minat investasi mahasiswa di pasar modal. Hasil yang didapat dari penelitian ini sepakat dengan penelitian Luthfiyah (2021) dan Firdhausa *et al .*, (2021) yang menyatakan bahwa Platform Media Sosial berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal. Hasil yang telah diperoleh menjelaskan bahwa pengaruh media sosial terhadap minat berinvestasi di pasar modal bagi mahasiswa generasi Z dapat membantu para mahasiswa yang memiliki keinginan untuk berinvestasi supaya lebih mengenal pasar modal sehingga dapat menentukan dan memilih hal yang benar sehingga membuat calon investor untuk berani menentukan keputusannya.

Pengaruh Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi di Pasar Modal

Hasil pengujian menunjukkan variabel *Pengetahuan Investasi* tidak memiliki pengaruh terhadap minat investasi mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa semakin banyak pengetahuan tentang investasi yang sudah diterima oleh mahasiswa tidak mempengaruhi keputusan mahasiswa untuk berminat berinvestasi. Hal ini bisa juga dikarenakan oleh

berbagai faktor misalnya keterbatasan dalam dana untuk mulai berinvestasi. Hal ini didukung dengan hasil riset sebelumnya yang telah dijalankan oleh Burhanudin *et al.*, (2021) dan Malik (2017) yang menerangkan pengaruh pengetahuan investasi tidak berpengaruh signifikan pada minat berinvestasi bagi para mahasiswa. Temuan tersebut menunjukkan bahwa pengetahuan investasi di pasar modal belum sepenuhnya memberikan dampak yang signifikan terhadap minat investasi para mahasiswa. Kondisi ini mungkin disebabkan oleh persepsi calon investor bahwa edukasi atau sosialisasi yang dilakukan oleh pihak Bursa Efek Indonesia mengenai berinvestasi di pasar modal belum cukup menarik atau persuasif.

Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi di Pasar Modal

Hasil pengujian menunjukkan variabel persepsi risiko tidak memiliki pengaruh terhadap minat investasi mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa semakin banyaknya pengetahuan yang didapat seputar risiko berinvestasi oleh mahasiswa tidak berdampak apapun pada keputusan mahasiswa untuk berinvestasi. Kondisi ini bisa juga disebabkan oleh generasi Z tidak takut terhadap risiko yang akan diterima jika mereka berinvestasi. Hasil penelitian ini didukung oleh hasil penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa pengaruh persepsi risiko tidak signifikan terhadap minat berinvestasi mahasiswa di pasar modal yang dilakukan oleh Wardani *et al.*, (2017) dan Listyani *et al.*, (2019). Observasi tersebut menunjukkan bahwa generasi Z atau mahasiswa yang terlibat dalam investasi di pasar modal tampaknya memiliki kecenderungan untuk tidak merasa khawatir dan bersedia mengambil risiko dalam aktivitas investasi mereka. Oleh karena itu, perubahan dalam pengaruh persepsi risiko tidak secara signifikan mempengaruhi minat mahasiswa untuk berinvestasi di pasar modal. Hasil penelitian ini juga didukung dengan pernyataan Raditya *et al.*, (2014), yang mana bahwa seseorang cenderung mengabaikan risiko, jika hal yang dipertaruhkan memiliki nilai yang sedikit. Begitu juga sebaliknya, apabila nilainya besar, maka dapat dipastikan setiap orang akan berusaha semaksimal mungkin untuk menekan risiko.

Pengaruh Return Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi di Pasar Modal

Hasil pengujian menunjukkan variabel *Platform* Media Sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Investasi Mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa keuntungan besar yang diperoleh dalam berinvestasi semakin meningkatkan minat mahasiswa untuk berinvestasi. *Return* atau keuntungan dalam konteks investasi adalah hasil positif yang diperoleh seseorang dari aktivitas investasi. Keuntungan ini dapat dinyatakan dalam bentuk nilai uang yang dihasilkan selama periode waktu tertentu. Hal ini juga dijelaskan dalam penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Alek *et al.*, (2021) dan Burhanuddin *et al.*, (2021) yang menyatakan bahwa *Return* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi mahasiswa di pasar modal. Hal ini menandakan semakin tingginya *return* pada pasar modal maka akan meningkatkan minat para mahasiswa untuk berinvestasi.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Bersumber dari temuan analisa, terdapat hasil ringkasan akhir dari penelitian yang telah dijalankan yakni: (1) Penggunaan *platform* media sosial secara positif dan signifikan mempengaruhi minat investasi mahasiswa. Dikarenakan semakin banyaknya informasi mengenai investasi pasar modal yang diperoleh dari media sosial dapat meningkatkan minat mahasiswa generasi Z untuk terlibat dalam investasi di pasar modal. (2) Pengetahuan investasi tidak mempengaruhi minat mahasiswa untuk terlibat dalam investasi di pasar modal. (3) Risiko tidak mempengaruhi minat generasi Z dalam berpartisipasi dalam investasi di pasar modal. (4) *Return* berpengaruh positif signifikan pada minat generasi Z untuk terlibat dalam investasi di pasar modal. Fakta ini menandakan bahwa semakin besar hasil yang

diperoleh dari investasi, akan meningkatkan ketertarikan (minat) generasi Z untuk terlibat dalam investasi di pasar modal.

Keterbatasan

Penelitian ini telah diusahakan dan dilaksanakan sesuai dengan prosedur, namun demikian masih ditemukan sejumlah keterbatasan yang terkandung pada konteks penelitian ini yakni : (1) Keterbatasan waktu yang dipergunakan dalam menjalankan penelitian melalui teknik pengumpulan data memakai angket berbentuk google forms dikarenakan kondisi para responden yang memiliki waktu terbatas karena sedang dalam waktu perkuliahan. (2) Penelitian ini hanya terbatas mengambil sampel mahasiswa aktif STIESIA Surabaya semester lima ke atas yang telah mengambil materi ajar mengenai analisis investasi, manajemen & portofolio serta manajemen keuangan. (3) Penelitian ini hanya terbatas pada empat variabel yakni *platform* media sosial (PMS) , pengetahuan investasi (PI) , persepsi risiko (PR) serta *return* (R). Tentunya ada banyak aspek lain yang memiliki potensi untuk mempengaruhi minat generasi Z berinvestasi di pasar modal seperti halnya motivasi, pengaruh modal awal dan masih banyak lagi.

Saran

Bersumber dari temuan analisa serta analisis yang dilakukan peneliti, masukan yang bisa diutarakan yakni: (1) Bisa dikembangkannya hasil dalam penelitian oleh peneliti selanjutnya dengan menambahkan variabel lain , sehingga bisa dijadikan referensi dan wawasan untuk peneliti selanjutnya. (2) Bagi mahasiswa dapat lebih meningkatkan lagi pemahaman dan edukasi terkait pasar modal dan investasi supaya bisa menyeleksi jenis investasi yang legal maupun ilegal serta lebih paham tentang kerugian dan keuntungan sebelum memutuskan untuk berinvestasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Alek, W., E. Nilda, dan S. Nevia 2021. Pengaruh Ekspektasi Return, dan Resiko Investasi Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Di Galery Invetasi Syariah IAIN Kerinci . *E-Journal Al-Fiddoh*, 2(2).
- Arika, A. 2021. Pengaruh Kualitas Sumber Daya Manusia, Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Pengendalian Internal Terhadap Keandalan Laporan Keuangan (Studi Pada RSUD Ngimbang Kabupaten Lamongan). *Sekolah Tinggi Ilmu Akuntansi Indonesia (STIESIA)*. Surabaya.
- Darmawan, A., K. Kurnia, dan S. Rejeki. 2019. Pengetahuan Investasi, Motivasi investasi, Literasi Keuangan dan Lingkungan Keluarga Pengaruhnya Terhadap Minat Investasi di Pasar Modal. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 8(2).
- Darson dan Sarwidji. 2021. Pengaruh Motivasi, Persepsi Resiko dan Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Berinvestasi Di Masa Pandemi Covid-19. *E-Journal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(3), 641-648.
- Jogiyanto, H. M. 2017. *Analisis dan Desain (Sistem Informasi Pendekatan Terstruktur Teori dan Praktek Aplikasi Bisnis)*. Andi. Yogyakarta.
- Kusuma, A. dan Hendra. 2020. Pengaruh Kemajuan Teknologi Informasi dan Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Investasi Generasi Milenial Di Pasar Modal. *E-Journal Bussines Manajement*, 16(2), 81-95.
- Luthiyah, A. 2021. Pengaruh Platform Media Sosial Terhadap Minat Generasi Milenial dalam Berinvestasi di Pasar Modal. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(3), 10869-10875.
- Hazlina, N. 2022. *Pengaruh Platform Media Sosial, Pengetahuan Investasi, Persepsi Resiko dan Return Terhadap Minat Generasi Milenial Berinvestasi di Pasar Modal (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Uin Suska Riau)*. Universitas Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

- Pajar dan Pustikaningsih. 2017. Pengaruh Motivasi Investasi dan Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Investasi di Pasar Modal pada Mahasiswa FE Universitas Negeri Yogyakarta. *Jurnal Profita Edisi 1*.
- Picaully, M. R. 2018. Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Niat Pembelian Gadget Di Shopee Indonesia. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 18(1), 31–40.
- Putu., dan S. M. Lucy. 2021. Pengaruh Pemahaman Investasi, Penggunaan Teknologi Media Sosial, dan Hubungan Pertemanan Terhadap Minat Investasi Generasi Milenial di Pasar Modal. *E-Journal Akuntansi Prpofesi*, 12(2).
- Rosyidah, S. M. dan W. Lestari. 2013. Religiusitas dan persepsi risiko dalam pengambilan keputusan investasi pada perspektif gender. *Journal of Business Banking*, 3(2), 189–200.
- Sardiman, A. 2016. *Interaksi dan Motivasi Belajar-Mengajar (Edisi pertama)*. Rajawali Pers.
- Sitinjak, J. R. T. dan Sugiarto. 2006. *LISREL*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Stillman, D. dan J. Stillman. 2017. *Generasi Z : Memahami Karakter Generasi Baru yang Akan Mengubah Dunia Kerja*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung.