

PERAN SOCIAL MEDIA INFLUENCER, PENGETAHUAN INVESTASI, RETURN INVESTASI DAN UANG SAKU TERHADAP MINAT INVESTASI PADA GENERASI Z DI KABUPATEN SIDOARJO

Faizal Fajar Firmansyah¹; Sriyono²; Detak Prapanca³

Fakultas Bisnis, Hukum dan Ilmu Sosial, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo,
Kab. Sidoarjo^{1,2,3}

Email : faizalfajarf@umsida.ac.id¹; Sriyono@umsida.ac.id²; d.prapanca@umsida.ac.id³

ABSTRAK

Tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah *social media influencer*, pengetahuan investasi, *return* investasi, dan uang saku berpengaruh terhadap minat investasi pada generasi Z di Kab Sidoarjo, metode dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik purposive sampling dengan kriteria tertentu yang telah dipenuhi. Populasi penelitian ini yakni generasi Z yang berdomisili di Kabupaten Sidoarjo dan sampel yang digunakan berjumlah 100 orang yang mewakili populasi dengan kriteria terpenuhi. Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dengan menyebarkan kuisioner secara *online*. Teknik analisis data meliputi pengujian asumsi standar dan analisis linier berganda, dalam pengujian hipotesis digunakan uji R^2 dan uji t. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh positif antara *social media influencer*, pengetahuan investasi, *return* investasi, dan uang saku terhadap minat investasi. Dengan (nilai t tabel $> 1,671$) dan secara parsial *social media influencer* memiliki dampak sangat kuat terhadap minat investasi pada generasi Z di Kabupaten Sidoarjo.

Kata kunci : *Social Media Influencer*; Pengetahuan Investasi; *Return* Investasi; Uang Saku; Minat Investasi

ABSTRACT

The purpose of this research is to find out whether social media influencers, investment knowledge, investment returns, and pocket money influence investment interest in generation Z in Sidoarjo Regency. The method in this research uses quantitative methods with purposive sampling techniques with certain criteria that have been met. The population of this research is generation Z who live in Sidoarjo Regency and the sample used is 100 people who represent the population whose criteria are met. The data used in this research was collected by distributing questionnaires online. Data analysis techniques include testing standard assumptions and multiple linear analysis, in hypothesis testing the R^2 test and t test are used. The results of this research show that there is a positive influence between social media influencers, investment knowledge, investment returns, and pocket money on investment interest. With (t table value > 1.671) and partially social media influencers have a very strong impact on investment interest in generation Z in Sidoarjo Regency.

Keywords : *Social Media Influencers*; *Investment Knowledge*; *Investment Returns*; *Pocket Money*; *Investment Interest*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi tidak dapat dihindari dalam kehidupan ini. Perkembangan teknologi bukanlah hal yang baru di zaman modern saat ini, teknologi terus berkembang setiap harinya. Oleh karena itu, perkembangan teknologi disebut-sebut membawa banyak kemudahan bagi penggunaannya di seluruh dunia. Saat ini perekonomian suatu negara semakin pesat persaingannya, diiringi dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih sehingga membawa manfaat, salah satunya adalah di bidang investasi. Kegiatan investasi ini merupakan sesuatu yang baru bagi masyarakat Indonesia, khususnya bagi generasi Z. Di era pandemi, masyarakat bergantung pada ponsel pintar karena dapat memenuhi kebutuhannya melalui perdagangan online dan investasi di pasar modal, khususnya saham. Selama pandemi, jumlah investor di pasar modal meningkat karena masyarakat menginginkan lebih banyak pendapatan dari rumah. Kemudahan berinvestasi juga menjadi daya tarik masyarakat, terutama generasi Z yang identik dengan smartphone dan internet. Saat ini berinvestasi di pasar modal dapat dilakukan melalui layanan perdagangan online yang dapat diakses melalui smartphone atau ponsel pintar (Cahya, 2019).

Sejak pemerintah membuka perdagangan saham telah menarik minat masyarakat khususnya generasi Z untuk berinvestasi pada aset yang dapat dianggap sebagai tren investasi baru. Khususnya untuk meningkatkan kesadaran masyarakat khususnya generasi Z tentang investasi di pasar modal Indonesia, Bursa Efek Indonesia gencar melakukan kegiatan edukasi dan peningkatan kesadaran pasar modal di perguruan tinggi di seluruh Indonesia (Susanti dkk., 2023). Akses yang lebih mudah terhadap informasi pasar keuangan diharapkan akan meningkatkan minat investor saat ini atau calon investor untuk berinvestasi. Kebutuhan akan kecepatan dan ketepatan dalam perdagangan saham sangat penting untuk membantu seluruh pemangku kepentingan, terutama investor, dalam menganalisis dan mengambil keputusan dengan lebih cepat (Cahya, 2019). Kemudahan ini akan berdampak pada meningkatnya minat berinvestasi, terutama di kalangan generasi Z yang melek teknologi. Berdasarkan hasil survei Manulife Investor Sentiment Index (MISI) tahun 2023, tercatat kesadaran masyarakat Indonesia dalam berinvestasi di pasar saham meningkat seiring berkembangnya Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG), yang memiliki tren positif (<http://id.beritasatu.com/>).

Indeks berikut ini merupakan survei berdasarkan data Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) mengenai jumlah investor di pasar modal berdasarkan umur. Hingga Agustus 2023, terdapat sekitar 11,5 juta investor individu di pasar modal Indonesia.

Data dari gambar 1 menunjukkan bahwa 57,04% dari mereka berusia 30 tahun ke bawah dan 23,27% diantaranya berusia 31- 40 tahun. Kemudian investor berusia 41-50 tahun sebanyak 11,36%, berusia 51-60 tahun sebanyak 5,44%, dan berusia di atas 60 tahun sebanyak 2,88%. Hal ini menunjukkan investor di pasar keuangan didominasi generasi Z dan milenial. Meski memiliki proporsi terbesar, investor generasi muda memiliki nilai aset terendah. Total aset investor berusia 30 tahun kebawah hanya mencapai Rp 50,51 triliun pada Agustus 2023. Pada periode yang sama, total aset investor berusia 31-40 tahun mencapai Rp 112,92 triliun, dan investor berusia 41-50 tahun memiliki total aset sebesar Rp 173,15 triliun. Tingginya data pada generasi Z yang menunjukkan bahwa minat investasi sudah mulai meningkat di kalangan muda. Meningkatnya jumlah investor dipasar modal Indonesia adalah salah satunya juga dipengaruhi oleh media sosial, hal ini dimungkinkan karena banyaknya konten di media sosial yang menginspirasi masyarakat untuk berinvestasi, dan masyarakat mulai membuat konten digital terkait investasi sebagai upaya untuk menarik minat masyarakat untuk berinvestasi (Susanti dkk., 2023).

Minat investasi merupakan perasaan adanya ketertarikan yang kuat pada diri seseorang untuk melakukan kegiatan investasi (Asih dkk., 2023). Besarnya keinginan seseorang untuk berinvestasi maka akan menimbulkan sikap yang mendorongnya untuk berinvestasi, dan sikap tersebut mempengaruhi niat berinvestasi mahasiswa.

Sosial media menjadi suatu platform yang juga sering digunakan oleh generasi Z untuk mencari informasi juga berkomunikasi. Social media influencer dianggap mampu mempengaruhi minat investasi pada generasi Z (Fauzianti, 2022). Dengan banyaknya keunggulan dalam penggunaan social media seperti lebih cepat dalam mendapatkan informasi dan tentunya dengan biaya yang lebih murah, karena social media juga digunakan seperti sebagai sarana untuk melakukan kegiatan edukasi (Mahendrayani, 2021). Mayoritas orang memandang influencer social media sebagai sumber informasi terpercaya ketika mencari berbagai informasi produk keuangan. Influence adalah kemampuan untuk mempengaruhi dan bisa mengubah opini dari seseorang. Hal ini termasuk hal yang penting karena memiliki pengaruh dalam beberapa hal, sehingga

dengan apa yang dicuapkan bisa berpengaruh yang bersifat opini maupun publik (Gunanti & Mahyuni, 2022). Dengan perannya yang sangat penting bisa dipergunakan untuk memberikan informasi mengenai pentingnya investasi serta dapat memberikan pengaruh pada minat investasi dipasar modal, terutama di generasi Z yang mahir dalam memakai teknologi, karena seseorang akan percaya dengan influencer social media dan memiliki kemungkinan untuk terpengaruh jika pendapat influencer social media sama dengan topik yang ingin dicari tahu.

Generasi Z mempunyai peran penting dalam memajukan dan meneruskan bangsa Indonesia. Demi mencapai hal tersebut, generasi ini harus dibekali dengan pengalaman, pengetahuan, dan pembelajaran literasi yang cukup. Pada masa ini terdapat banyak fenomena yang menyatakan masih banyak individu yang tidak dapat mengelola aktivitas keuangannya karena tingkat perilaku gaya hidup di Indonesia yang masih tergolong tinggi. Adapun dari hasil penelitian (Leki, 2022) Pengetahuan yang cukup mengenai cara berinvestasi yang baik, dan benar, akan mempengaruhi kecenderungan investasi mereka. Pengetahuan investasi merupakan pemahaman dari seseorang mengenai dunia investasi, meliputi pertimbangan investasi, tingkat risiko, dan tingkat hasil investasi (Maharani & Saputra, 2021).

Generasi Z pada tahun 2023 sekarang ada juga yang berada di fase bekerja maupun perkuliahan yakni Mahasiswa. Ada beberapa orang yang menjalaninya sebagai mahasiswa juga pekerja sehingga mereka memiliki uang saku dari orang tua dan uang saku dari hasil pekerjaan mereka sendiri. Sebagai seorang generasi Z juga memiliki banyak pengeluaran untuk mendapatkan atau memenuhi apa yang diinginkannya, dan cenderung kesulitan dalam mengatur keuangannya, pengeluaran terbesar setelah belanja konsumsi adalah pengeluaran untuk berbelanja atau keinginan lainya yang menimbulkan masalah pada pengelolaan keuangan. Pada hakikatnya mendapatkan keuntungan dari berinvestasi di pasar modal, namun masih terdapat kendala yang harus diatasi, terutama bagi investor yang belum berpengalaman atau pemula dan belum memahami cara melakukan investasi yang benar serta risiko yang dihadapi. Kesuksesan keuangan memang tidak mudah dan salah satu solusinya adalah generasi Z harus mengenal dan mempelajari ilmu investasi (Darmawan dkk., 2019). Karena berinvestasi merupakan cara yang tepat untuk mengamankan dan melindungi masa depan serta melindungi nilai uang dari inflasi. Faktor yang mempengaruhi minat investasi pada gen

Z adalah pengetahuan investasi, dan uang saku (Sridayani dkk., 2023). Uang saku adalah suatu hal yang penting bagi seorang untuk menjalankan aktivitas. Mengambil langkah keputusan penting bagi mahasiswa dalam mengelola keuangannya untuk menjalankan aktivitas dan biaya hidup (Noviyanti & Masdiantini, 2022). Uang saku merupakan sejumlah uang yang diperoleh dari orang tua kepada anaknya, sebagainya yang memiliki tujuan untuk memberikan sejumlah nominal uang untuk memenuhi sebagian kebutuhan atau keinginan seseorang. Jumlah Uang Saku dapat mempengaruhi pengeluaran seseorang.

Pada era sekarang, keadaan perekonomian terus mengalami perubahan karena setiap harinya mengalami peningkatan dan pertumbuhan. Hal ini menyadarkan masyarakat bahwa mereka perlu menambah modal. Selain mempunyai pendanaan dari uang saku dan juga pendapatan lainnya, tentunya masyarakat juga ingin mempunyai pendanaan di luar uang saku. Salah satu cara mendapatkan uang di luar uang saku adalah dengan berinvestasi. Diharapkan dengan melakukan investasi maka jumlah yang diinvestasikan mampu menghasilkan keuntungan yang diharapkan. Apapun jenis investasinya bertujuan mendapatkan imbalan atau hasil dari investasi atau penanaman modal tersebut (Felisiah & Natalia, 2023). Return Investasi adalah hasil yang diperoleh dari investasi pada suatu investasi. Return dapat berupa pendapatan aktual (pendapatan yang telah terjadi) atau pendapatan yang diharapkan (pendapatan yang belum terjadi tapi sudah diharapkan atau diperhitungkan terjadi di masa depan atau yang akan datang) (Dewi dkk., 2022).

Penelitian terdahulu. Terdapat hasil dari penelitian sebelumnya menunjukkan social media influencer dapat mempengaruhi minat investasi (Fauzianti, 2022). Selain itu pada hasil penelitian menurut (Suyanti & Hadi, 2019) bahwa pengetahuan investasi memiliki pengaruh positif pada minat investasi, namun hasil dari penelitian (Lubis, 2019) menunjukkan pengetahuan investasi tidak berpengaruh pada minat investasi.

Adapun penelitian dari (Yuliati dkk., 2020) bahwa return investasi secara simultan berpengaruh signifikan pada minat investasi, sebaliknya menurut penelitian (Widati dkk., 2022) menunjukkan return investasi tidak berpengaruh signifikan pada minat investasi.

Menurut penelitian (Soemarsono & Sofianti, 2021) menunjukkan uang saku memiliki pengaruh terhadap minat investasi. Tetapi menurut (Sridayani dkk., 2023)

menyatakan bahwa uang saku terdapat pengaruh tetapi tidak signifikan pada minat investasi.

Berdasarkan latar belakang penelitian terdahulu, penelitian ini dilatar belakangi oleh Research GAP, dimana Research Gap adalah perbandingan adanya kesimpulan antara hasil riset dari riset satu dengan yang lainnya tidak konsisten. Gap tersebut terkait dengan faktor yang berpengaruh pada minat investasi generasi Z. Berdasarkan fenomena yang diuraikan diatas penelitian ini pengembangan dari beberapa penelitian terdahulu dengan hasil yang berbeda beda, penelitian ini mengambil variabel independen yang berbeda dari penelitian terdahulu sehingga juga ingin membuktikan seberapa pengaruhnya terhadap variabel dependen, dan didalam penelitian ini mencoba untuk mengisi kesenjangan tersebut dan memberi pemahaman lebih kuat terkait mengenai faktor yang mempengaruhi minat investasi. Maka penulis tertarik dan akan melakukan penelitian dengan judul “Peran Social Media Influencer, Pengetahuan Investasi, Return Investasi, dan Uang Saku Terhadap Minat Investasi Pada Generasi Z Di Kabupaten Sidoarjo”.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah social media influencer, pengetahuan investasi, return investasi, dan uang saku berpengaruh terhadap minat investasi pada generasi Z di Kabupaten Sidoarjo.

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Social Media Influencer

Social media influencer adalah seseorang yang mempunyai tingkat ketenaran dan keahlian tertentu di media sosial, dan bergerak sebagai pihak ketiga untuk mendeskripsikan, menyampaikan dan merekomendasikan topik atau informasi tertentu melalui media sosial untuk dapat mempengaruhi pengikutnya (Gunanti & Mahyuni, 2022). Di sisi lain, influencer media sosial juga mempengaruhi atas pengikutnya. Alasan pengaruh mereka adalah karena para pengikutnya tidak hanya mengevaluasi dan mengagumi gagasan dan tindakan mereka, namun diri mereka sendiri juga menirunya.

H₁ : Social media influencer berpengaruh terhadap minat investasi

Pengetahuan Investasi

Pengetahuan investasi ilmu atau pengetahuan terkait investasi yang bersifat sangat penting bagi calon investor tujuannya untuk menghindari penipuan (Fauzianti, 2022). Pengetahuan investasi merupakan pemahaman yang perlu Anda miliki tentang berbagai

aspek dalam berinvestasi, mulai dari pengetahuan dasar seperti penilaian investasi, tingkat risiko, dan hasil investasi (Hasanudin Hasanudin dkk., 2021). Diperlukan pengetahuan yang cukup tentang investasi pasar modal untuk dapat menganalisis dampak dari produk investasi.

H₂ : Pengetahuan investasi berpengaruh terhadap minat investasi

Return Investasi

Return Investasi adalah hasil yang diperoleh dari investasi pada suatu investasi. Pengembalian return bisa berupa capital gain atau dividen, ataupun kerugian seperti capital loss. Return dapat berupa pendapatan aktual (pendapatan yang telah terjadi) atau pendapatan yang diharapkan (pendapatan yang belum terjadi tapi sudah diharapkan atau diperhitungkan terjadi di masa depan atau masa yang akan datang) (Yusuf dkk., 2021). Dalam hal ini, tingginya keuntungan atau return yang diperoleh dari suatu investasi akan sebanding dengan tingginya tingkat risiko. Oleh karena itu, investor hendaknya mengumpulkan informasi terkait pasar modal untuk meminimalkan risiko yang ditimbulkan akibat keputusan investasinya (Nurwulandari dkk., 2022). Jika tidak ada keuntungan yang didapatkan dari investasi, maka investor tidak akan berinvestasi (Dewi dkk., 2022).

H₃ : Return investasi berpengaruh terhadap minat investasi

Uang Saku

Uang saku adalah uang yang dikumpulkan atau diberikan dari orang tua, untuk bantuan, atau beasiswa dan untuk membantu memenuhi kebutuhan seseorang (Sridayani dkk., 2023). Uang saku ialah sejumlah uang yang didapat dari orang tua kepada anaknya, maupun yang didapat dari hasil bekerja yang digunakan dalam periode waktu tertentu. Adapun indikator penentuan uang saku yaitu hubungan uang saku serta motif konsumsi.

H₄ : Uang saku berpengaruh terhadap minat investasi

Minat Investasi

Minat investasi ialah perasaan adanya ketertarikan yang kuat pada diri seseorang untuk melakukan kegiatan investasi. Dalam arti lain, minat berinvestasi diartikan sebagai keinginan kuat suatu individu untuk mempelajari seluruh aspek investasi hingga pada tingkat praktik yaitu berinvestasi (Sridayani dkk., 2023). Ciri-ciri orang yang berminat berinvestasi dapat diketahui dari upaya yang dilakukannya dalam mencari bentuk investasi, kelebihan dan kekurangannya, serta keberhasilan investasinya.

Kemudian berinvestasi pada jenis investasi yang diteliti atau menambah proporsi atau bobot investasi yang ada (Hasanudin Hasanudin dkk., 2021). Semakin besarnya keinginan seseorang untuk berinvestasi maka semakin kuat pula sikapnya terhadap investasi di pasar modal, dan sikap tersebut akan mempengaruhi minat investasi seseorang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yakni metode yang berfokus pada analisis data angka/numerik. Sesuai dengan judul penelitian ini maka digunakan explanatory research yaitu penelitian yang bertujuan menjelaskan adanya pengaruh atau peran variabel social media influencer pada minat investasi, variabel pengetahuan investasi pada minat investasi, variabel return investasi pada minat investasi, dan juga variabel uang saku pada minat investasi dengan menggunakan uji hipotesis. Metode yang digunakan dalam pengumpulan data adalah menggunakan data primer sehingga termasuk dalam penelitian primary research dimana pengumpulan data dilakukan secara langsung, bukan tergantung pada data yang didapat oleh penelitian terdahulu (Sari & Sriyono, 2021).

Data penelitian ini diperoleh dari hasil survei, di mana survei dilakukan di Kabupaten Sidoarjo. Survei merupakan data yang didapatkan dari hasil kuisisioner. Populasi penelitian ini adalah Generasi Z di Kabupaten Sidoarjo. Di dalam penelitian ini menggunakan teknik non probability sampling dengan purposive sampling, artinya pengambilan sampel ini dengan pertimbangan dan kriteria tertentu (Wiyono & Asyik, 2023). Sampel penelitian ini menggunakan kriteria sebagai berikut 1. Generasi Z di Kabupaten Sidoarjo, 2. Gen Z yang memahami tentang investasi di pasar modal, 3. Memiliki usia 17-26 tahun. Lokasi pada penelitian ini berada di Kab Sidoarjo, Jawa Timur, Indonesia. Dikarenakan pada penelitian ini jumlah populasi tidak diketahui atau tak terhingga maka menggunakan rumus Lemeshow.

Dari perhitungan yang telah dilakukan, didapatkan hasil sebesar 96.04, jadi dibulatkan menjadi 100. Maka dalam penelitian ini sampel yang digunakan berjumlah 100 orang. Data penelitian ini menggunakan data primer melalui kuisisioner secara online yang dibagikan kepada responden, dan studi kepustakaan. Instrumen kuisisioner diukur dengan skala likert yakni digunakan untuk mengukur pendapat, dan persepsi dari responden dalam menjawab kuisisioner, setelah itu oleh peneliti dilakukan tabulasi data,

pada skala likert terdapat lima kategori jawaban yaitu : {SS} sangat setuju dengan nilai 5, {S} setuju dengan nilai 4, {N} netral dengan nilai 3, {TS} tidak setuju dengan nilai 2, {STS} sangat tidak setuju dengan nilai 1. Dilakukan dengan pengujian instrumen data “pengkajian validitas dan reliabilitas”, pengkajian asumsi klasik, pengkajian normalitas, pengujian autokorelasi, pengujian heteroskedastisitas, pengujian multikolonieritas serta pengujian linearitas” dan pengujian hipotesis menggunakan pengujian parsial “T”, pengujian koefisien korelasi berganda “R” serta pengujian koefisien determinasi berganda “R²” serta di ukur melalui program aplikasi SPSS statistic versi 26.

HASIL PENELITIAN DAN DISKUSI

Profil Responden

Penghimpunan data ini dilakukan secara online dan sibarkan secara acak dan dengan kriteria tertentu antara lain, 1. Generasi Z di Kabupaten Sidoarjo, 2. Generasi Z yang memahami tentang investasi di pasar modal, 3. Memiliki Usia 17-26 tahun. Melalui proses screening, diperoleh sebanyak 100 responden yang memenuhi persyaratan. Karakteristik tersebut bisa dilihat pada tabel 2 sebagai berikut :

Uji Validitas

Uji validitas suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keaslian suatu instrument dapat dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila instrument tersebut menjalankan fungsi ukurannya. Keefektifan suatu instrumen dapat ditentukan dengan mengkorelasikan skor setiap pertanyaan. Pemeriksaan validasi dilakukan dengan mempertimbangkan hal-hal berikut: (apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, dengan ukuran signifikan $\alpha = 0,05$, maka H_0 ditolak. Yang artinya instrumen penelitian tersebut valid. Dan apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ dengan taraf $\alpha = 0,05$ maka H_0 diterima, yang artinya instrumen penelitian tidak valid (Janna & Herianto, 2024). Untuk r_{tabel} pada penelitian di nilai R- Tabel dengan uji 2 sisi dan jumlah data (n) = 100 nilai $r_{tabelnya}$ yaitu 0,1946.

Dari hasil tabel 3 menunjukkan bahwa nilai variabel Social Media Influencer (X1). Pengetahuan Investasi (X2), Return Investasi (X3), Uang Saku (X4), dan Minat Investasi (Y) menunjukkan bahwa $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan dengan ukuran signifikan $< 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan yang telah digunakan dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana tingkat kepercayaan dari sebuah pengukuran (Firdaus & Ifrochah, 2022). Uji reliabilitas dikatakan reliabel jika nilai Cronbach's alpha r hitung $> r$ tabel, jika r hitung $< r$ tabel maka dikatakan tidak reliabel atau tidak valid.

Hasil dari tabel 4 menunjukkan bahwa variabel Social Media Influencer (X1) menunjukkan nilai Cronbach's alpha $0,933 > 0,60$, jadi data dikatakan valid dan reliabel. Pada variabel Pengetahuan Investasi (X2) menunjukkan nilai Cronbach's alpha $0,909 > 0,60$, jadi data dikatakan valid dan reliabel. Pada variabel Return investasi (X3) menunjukkan nilai Cronbach's alpha $0,825 > 0,60$, jadi data dikatakan valid dan reliabel. Pada variabel Uang Saku (X4) menunjukkan nilai Cronbach's alpha $0,805 > 0,60$, jadi data dikatakan valid dan reliabel. Dan pada variabel Minat Investasi (Y) menunjukkan nilai Cronbach's alpha $0,853 > 0,60$, jadi data dikatakan valid dan reliabel.

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data dalam model regresi variabel residu memiliki distribusi normal. Pengujian dilakukan dengan uji Kolmogorov-Smirnov. Suatu data berdistribusi normal jika nilai Asymp.Sig. (2-tailed) $> 0,05$ (Slamet & Thara, 2020).

Hasil dari tabel 5 menunjukkan bahwa pada uji normalitas bisa juga diyakinkan dengan menggunakan uji One-Sampel Kolmogorov-Smirnov Test, pada uji ini dikatakan valid dan signifikan karena data menunjukkan nilai dari Asymp. Sig. (2-tailed) $0,37 > 0,05$. Dapat dikatakan valid dan berdistribusi normal.

Pada gambar 2 menunjukkan bahwa titik-titik tidak menjauh dari garis horizontal melainkan berada di bagian garis horizontal tersebut, dapat disimpulkan bahwa pengujian ini berdistribusi normal.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas yaitu adanya ketidak samaan varian dan residual untuk semua pengamatan pada model regresi (Mahendrayani, 2021). Persyaratan yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala heteroskedastisitas.

Pada gambar 3 menunjukkan bahwa titik-titik dalam gambar tidak berkumpul, melainkan semua titik- titik tersebut menyebar maka dapat dikatakan bahwa pada penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen atau tidak (Sadad dkk., 2022). Hasil yang diharapkan dalam pengujian multikolinearitas adalah tidak terjadinya korelasi antar variabel independen. Pengujian dapat dikatakan valid apabila nilai VIF (Variance Inflation Factor) lebih kecil dari 10 maka tidak ada masalah pada multikolinearitas.

Hasil dari tabel 6 menunjukkan bahwa nilai dari masing masing variabel pada kolom VIF menunjukkan bahwa berdistribusi tidak ada masalah karena hasil multikolinearitas variabel Social Media Influencer $5,058 < 10$, nilai dari Pengetahuan Investasi $6,232 < 20$, nilai dari Return Investasi $3,841 < 10$, dan variabel Uang Saku $2,819 < 10$. Yang memiliki arti model regresi tidak terkena gejala multikolinearitas. Dan koefisien korelasi variabel di bawah 0,8.

Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan hasil dari olah data pada tabel 6 kolom unstandardized Coefficients pada bagian B maka diketahui nilai koefisien regresi masing-masing variabel dapat disusun persamaan regresinya, berikut :

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3 X_3 + b_4X_4 + e$$

$$Y = (0,169) + 0,155 + 0,237 + 0,154 + 0,293 + e$$

Dari persamaan regresi linear berganda di atas, dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta (a) memiliki nilai sebesar 0,169 menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independen dan dependen. Hal ini menunjukkan bahwa jika variabel independen yang meliputi Social Media Influencer (X1), Pengetahuan Investasi (X2), Return Investasi (X3), dan Uang Saku (X4) bernilai 0 persen atau tidak mengalami perubahan, maka nilai Minat Investasi adalah 0,169.
2. Nilai koefisien regresi untuk variabel Social Media Influencer (X1) memiliki nilai positif sebesar 0,155. Hal ini berarti jika social media influencer mengalami kenaikan 1 %, maka minat investasi akan naik sebesar 0,155 dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan. Tanda positif

menunjukkan bahwa pengaruh yang searah antara variabel independen dan dependen.

3. Nilai koefisien regresi untuk variabel Pengetahuan Investasi (X2) memiliki nilai positif sebesar 0,237. Hal ini berarti jika pengetahuan investasi mengalami kenaikan 1 %, maka minat investasi akan naik sebesar 0,237 dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan. Tanda positif menunjukkan bahwa pengaruh yang searah antara variabel independen dan dependen.
4. Nilai koefisien regresi untuk variabel Return Investasi (X3) memiliki nilai positif sebesar 0,154. Hal ini berarti jika social media influencer mengalami kenaikan 1 %, maka minat investasi akan naik sebesar 0,154 dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan. Tanda positif menunjukkan bahwa pengaruh yang searah antara variabel independen dan dependen.
5. Nilai koefisien regresi untuk variabel Uang Saku (X4) memiliki nilai positif sebesar 0,293. Hal ini berarti jika uang saku mengalami kenaikan 1 %, maka minat investasi akan naik sebesar 0,293 dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan. Tanda positif menunjukkan bahwa pengaruh yang searah antara variabel independen dan dependen.

Uji T

Pada uji t penelitian ini dilakukan untuk menguji hipotesis penelitian mengenai pengaruh dari masing-masing variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat.

Keterangan :

$$Df = n - k = 100 - 4 = 96 \quad \alpha = 5\% = 0,05$$

Sehingga nilai Df = 96 dan alpha sebesar 0,05 t tabel sebesar 1,671

Hasil uji t pada penelitian ini menunjukkan tingkat signifikansi parsial positif dari variabel independen yakni Social Media Influencer (X1), Pengetahuan Investasi (X2), Return Investasi (X3), Uang saku (X4), dan variabel dependen Minat Investasi (Y), dapat ditinjau dari hasil signifikansi terhadap variabel sebagai berikut :

H1 : Social Media Influencer (X1)

Pada tabel 7 menunjukkan bahwa variabel social media influencer berpengaruh signifikan dan positif terhadap variabel minat investasi dengan nilai t hitung signifikansi

pada variabel social media influencer sebesar 2,933 nilai t tabel 1,671 dan pada nilai signifikansi 0,004.

H2 : Pengetahuan Investasi (X2)

Pada tabel 7 menunjukkan bahwa variabel pengetahuan investasi berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap variabel minat investasi dengan nilai t hitung signifikansi pada variabel pengetahuan investasi sebesar 3,889 nilai t tabel 1,671 dan pada nilai signifikansi 0,000.

H3 : Return Investasi (X3)

Pada tabel 7 menunjukkan bahwa variabel return investasi berpengaruh signifikan dan positif terhadap variabel minat investasi dengan nilai t hitung signifikansi pada variabel return investasi sebesar 1,749 nilai t tabel 1,671 dan pada nilai signifikansi 0,084.

H4 : Uang Saku (X4)

Pada tabel 7 menunjukkan bahwa variabel uang saku berpengaruh signifikan dan positif terhadap variabel minat investasi dengan nilai t hitung signifikansi pada variabel uang saku sebesar 2,826 nilai t tabel 1,671 dan pada nilai signifikansi 0,006.

Uji Koefisien Korelasi Berganda

Berdasarkan hasil dari tabel 8 menyatakan bahwa koefisien determinasi (Adj R) adalah 0,839, sedangkan koefisien determinasi berganda (R²) adalah 0,845, nilai (R) 0,919 maka dapat disimpulkan bahwa variabel lisocial media influencer, pengetahuan investasi, return investasi, dan uang saku terhadap minat investasi masing masing nilai individu R sebesar 91,9 % dan sisanya 8,1 % dijelaskan oleh variabel lainnya, nilai R Square 84,5 % dan sisanya 14,5 % dijelaskan oleh variael lain, dan untuk nilai Adj R Square 83,9 % dan sisanya 16,1 % dijelaskan oleh variabel lain.

Pembahasan

Hipotesis pertama Social Media Influencer Terhadap Minat Investasi

Hasil dari analisis data menunjukkan bahwa variabel Social Media Influencer (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian (Fauzianti, 2022) yang berjudul “Pengaruh Modal Awal Investasi, Pengetahuan Investasi, dan Social Media Influencer Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Akuntansi Universitas Tidar”. Hal ini menunjukkan bahwa media social sering dipakai oleh Generasi Z sebagai media untuk hiburan, edukasi, hingga mencari

informasi, dengan adanya social media influencer yang mengedukasi maupun memberikan informasi mengenai pengalaman atau ilmu tentang berinvestasi di pasar modal dan berperan dalam minat investasi pada gen Z di Kabupaten Sidoarjo. Karena Sosial media menjadi suatu platform yang juga sering digunakan oleh generasi Z untuk mencari informasi juga berkomunikasi. Social media influencer dianggap mampu mempengaruhi minat investasi pada generasi Z. Dengan adanya kecepatan dan kemudahan dalam mendapatkan informasi jika menggunakan social media sebagai sarana mencari informasi.

Hipotesis Kedua Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Investasi

Hasil dari analisis data menunjukkan bahwa variabel Pengetahuan Invetasi (X2) berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap minat investasi. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian (Suyanti & Hadi, 2019) yang berjudul “Analisis Motivasi dan Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Di Pasar Modal”. Hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan investasi berperan dalam minat investasi pada gen Z di Kabupaten Sidoarjo dimana Pengetahuan yang cukup mengenai cara berinvestasi yang baik, dan benar, akan mempengaruhi kecenderungan investasi mereka. Pengetahuan investasi merupakan pemahaman dari seseorang mengenai dunia investasi, meliputi pertimbangan investasi, tingkat risiko, dan tingkat hasil investasi (Maharani & Saputra, 2021). Pengetahuan dan wawasan tentang investasi diperlukan bagi seseorang yang akan berinvestasi guna menghindari kerugian juga memhamai mana investasi yang baik. Karena pengetahuan dasar juga sangat diperlukan untuk berinvestasi seperti return, risiko, dan jenis investasi yang akan membantu seseorang dalam memilih investasi.

Hipotesis Ketiga Return Investasi Terhadap Minat Investasi

Hasil dari analisis data menunjukkan bahwa variabel Return Invetasi (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian (Yuliati dkk., 2020) yang berjudul “Pengaruh Motivasi Investasi, Modal Miimal Investasi, Pengetahuan Investasi, dan Return Investasi Terhadap Minat Investasi di Pasar Modal”. Hal ini menunjukkan bahwa return investasi berperan dalam minat investasi pada gen Z di Kabupaten Sidoarjo dimana pada era sekarang, keadaan perekonomian terus mengalami perubahan karena setiap harinya mengalami peningkatan dan pertumbuhan. Hal ini menyadarkan masyarakat bahwa mereka perlu menambah modal. Selain mempunyai pendanaan dari uang saku dan juga

pendapatan lainnya, tentunya masyarakat juga ingin mempunyai pendanaan di luar uang saku. Salah satu cara mendapatkan uang di luar uang saku adalah dengan berinvestasi. Diharapkan dengan melakukan investasi maka jumlah yang diinvestasikan mampu menghasilkan keuntungan yang diharapkan. Apapun jenis investasinya bertujuan mendapatkan imbalan atau hasil dari investasi atau penanaman modal tersebut (Felisiah & Natalia, 2023).

Hipotesis Keempat Uang Saku Terhadap Minat Investasi

Hasil dari analisis data menunjukkan bahwa variabel Uang Saku (X4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi.. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian (Soemarsono & Sofianti, 2021) yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan Investasi, Motivasi, dan Uang Saku terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi di Pasar Modal Syariah dengan Risiko Investasi sebagai Variabel Intervening “.Hal ini menunjukkan uang saku berperan dalam minat investasi pada gen Z di Kabupaten Sidoarjo. Karena Uang saku adalah suatu hal yang penting bagi seorang untuk menjalankan aktivitas. Mengambil langkah keputusan penting bagi seseorang dalam mengelola keuangannya untuk menjalankan aktivitas dan biaya hidup (Noviyanti & Masdiantini, 2022). Pengelolaan uang saku dirasa juga sangat penting bagi seseorang karena dengan uang saku tersebut mereka dapat mengalokasikan dana mereka ke pengeluaran konsumsi rutin maupun tidak. Dan jumlah uang saku akan mempengaruhi motif konsumsi seseorang karena dengan uang saku mereka dapat merencanakan hal atau apa saja yang ingin dilakukannya termasuk berinvestasi.

KESIMPULAN

Hasil dari penelitian juga pembahasan pada penelitian ini adalah dapat disimpulkan bahwa Social Media Influencer, Pengetahuan Investasi, Return Investasi, dan Uang Saku secara parsial berpengaruh positif terhadap Minat Investasi pada generasi Z di Kabupaten Sidoarjo. Influencer media sosial mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi generasi Z di Kabupaten Sidoarjo . Hal ini menegaskan bahwa generasi Z semakin mempercayai influencer media sosial dari sudut pandang investasi, sehingga meningkatkan minat untuk berpartisipasi di pasar modal Indonesia. Apalagi generasi milenial tertarik berinvestasi di pasar modal Indonesia, bukan karena idolanya adalah influencer media sosial, namun generasi Z dalam penelitian ini tertarik berinvestasi di pasar modal Indonesia, sehingga Anda akan lebih

tertarik untuk berinvestasi. Investasi dan berbagi keahlian juga pengalaman investasinya dengan pengikutnya. Pada pengetahuan Investasi memiliki hasil yang paling dominan dimana Pengetahuan investasi juga berperan dalam minat investasi pada gen Z di Kabupaten Sidoarjo dimana Pengetahuan yang cukup mengenai cara berinvestasi yang baik, dan benar, akan mempengaruhi kecenderungan investasi mereka. Pada return investasi pada Gen Z Sidoarjo bahwa saat melakukan investasi memiliki harapan timbal balik atau hasil yang menguntungkan saat melakukan investasi di pasar modal. Dan untuk Uang saku pada gen Z di Kabupaten Sidoarjo melihat dengan jumlah uang saku yang mereka miliki mempengaruhi motif pengeluaran mereka. Untuk penelitian berikutnya diharapkan mampu menambah variabel lainnya atau juga memilih subjek permasalahan yang memiliki perbedaan sehingga dapat menjadikan penemuan serta bertambahnya komprehensif.

TERIMA KASIH

Terima kasih kepada semua pihak yang terlibat atas bantuannya sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik. Peneliti menyadari tanpa adanya bantuan dari berbagai macam pihak maka penelitian ini akan sulit untuk terselesaikan. Semoga hasil dari penelitian ini mampu memberikan manfaat serta gambaran juga pengetahuan baru di bidang investasi.

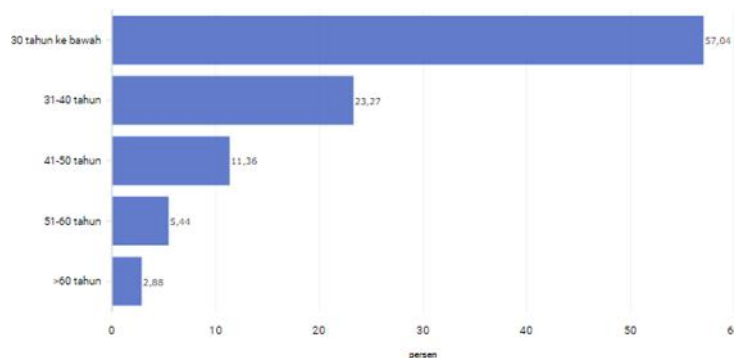
DAFTAR PUSTAKA

- Asih, K. L., Wahyuningsih, E. S., Muntahanah, S., Harsuti, H., & Nirmala, N. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Kemajuan Teknologi Informasi, Modal Minimal Dan Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Berinvestasi Di Pasar Modal. *SEMINAR NASIONAL LPPM UMMAT*, 2. <http://journal.ummat.ac.id/index.php/semnaslppm/article/view/14401>
- Cahya, B. T. (2019). Pengaruh Motivasi dan Kemajuan Teknologi Terhadap Minat Investasi Saham. *Al-Masharif: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Keislaman*, 7(2), 192–207.
- Darmawan, 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 Dan Keuangan*, 8(2), 44–56.
- Dewi, L. G. K., Herawati, N. T., & Wati, L. P. E. A. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Efikasi Keuangan dan Return Investasi Terhadap Minat Investasi Mata Uang Kripto Pada Mahasiswa di Provinsi Bali. *Jurnal Akuntansi Profesi*, 13(3), 649–659.
- Fauzianti, A. (2022). Pengaruh Modal Awal Investasi, Pengetahuan Investasi, Sosial Media Influencer Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Akuntansi Universitas Tidar. *Jurnal Sinar Manajemen*, 9(1), 26–35.
- Felisiah, E., & Natalia, E. Y. (2023). Analisis Pengetahuan Investasi, Return Investasi dan Motivasi Investasi Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Akuntansi Kota Batam. *eCo-Buss*, 6(1), 287–300.

-
- Firdaus, R. A., & Ifrochah, N. (2022). Pengaruh Pengetahuan Investasi Dan Motivasi Investasi Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Politeknik Keuangan Negara Stan Di Pasar Modal. *JURNAL ACITYA ARDANA*, 2(1), 16–28.
- Gunanti, A. I. I. P., & Mahyuni, L. P. (2022). Minat investasi generasi milenial di bursa efek Indonesia. *INOVASI*, 18(3), 425–437.
- Hasanudin Hasanudin, Andini Nurwulandari, & Ronika Kris Safitri. (2021). PENGARUH PENGETAHUAN INVESTASI, MOTIVASI DAN PELATIHAN PASAR MODAL TERHADAP KEPUTUSAN INVESTASI YANG DIMEDIASI OLEH MINAT INVESTASI. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 5(3). <https://doi.org/10.31955/mea.v5i3.1575>
- Janna, N. M., & Herianto, H. (2024). *Konsep Uji Validitas Dan Reliabilitas Dengan Menggunakan SPSS*. <https://doi.org/10.31219/osf.io/v9j52>
- Leki, R. (2022). FAKTOR–FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT INVESTASI CIVITAS AKADEMIKA STIE PANCASETIA BANJARMASIN DI PASAR MODAL INDONESIA. *KINDAI*, 18(3), 456–466.
- Lubis, P. K. D. (2019). Influence of knowledge investment and investment motivation against the interest of investing in the stock market on economic education status of students of state university of Medan. *Journal of Physics: Conference Series*, 1387(1), 012064. <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1742-6596/1387/1/012064/meta>
- Maharani, A., & Saputra, F. (2021). Relationship of investment motivation, investment knowledge and minimum capital to investment interest. *Journal of Law, Politic and Humanities*, 2(1), 23–32.
- Mahendrayani, P. Y. (2021). *Pengaruh Pemahaman Investasi, Penggunaan Teknologi Media Sosial Dan Hubungan Pertemanan Terhadap Minat Investasi Generasi Milenial Di Pasar Modal* [PhD Thesis, Universitas Pendidikan Ganesha]. <https://repo.undiksha.ac.id/6887/>
- Noviyanti, P. E., & Masdiantini, P. R. (2022). Pengaruh Pengetahuan Investasi, Literasi Keuangan, Efikasi Keuangan, Uang Saku dan Sosialisasi Pasar Modal Terhadap Minat Berinvestasi Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 Akuntansi Universitas Pendidikan Ganesha). *Jurnal Akuntansi Profesi*, 13(3), 723–733.
- Nurwulandari, A., Hasanudin, H., & Raihan, R. (2022). The Effect Of Investment Knowledge, Return, And Social Media On Capital Market Investment And The Progress Of The Millennium Generation In The Jabodetabek Region. *Jurnal Ekonomi*, 11(02), 1107–1115.
- Sadad, S., Rusliani, H., & Orinaldi, M. (2022). PENGARUH PENGETAHUAN PASAR MODAL SYARIAH DAN MODAL MINIMAL TERHADAP MINAT BERINVESTASI SAHAM (Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN Jambi). *Manajemen Keuangan Syariah*, 2(2), 101–113.
- Sari, H. M. K., & Sriyono, S. (2021). Strategi Menarik Kaum Milenial Untuk Investasi Di Sektor Keuangan: Langkah Apa Yang Harus Dilakukan? *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 6(1), 86–99.
- Slamet, M. R., & Thara, F. B. (2020). Pengaruh Pengetahuan dan Kompatibilitas Terhadap Minat Berinvestasi di Pasar Modal Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Batam. *Journal of Applied Managerial Accounting*, 4(1), 122–131.
- Soemarsono, A. A., & Sofianti, U. D. (2021). Perspektif Hukum Mengenai Penggunaan Securities Crowdfunding pada Masa Pemulihan Ekonomi Akibat Pandemi. *Jurnal Hukum Lex Generalis*, 2(8), 607–626.
-

- Sridayani, A. I., Kumalasari, F., & Bay, A. Z. (2023). Pengaruh Pengetahuan Investasi dan Uang Saku terhadap Minat Berinvestasi pada Reksadana. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 4(1), 143–151.
- Susanti, S. N., Hermawan, N. A., & Pattihahuan, A. (2023). Kemajuan Teknologi Dan Pemahaman Terhadap Minat Generasi Z Dalam Berinvestasi Di Pasar Modal. *Jurnal Pijar*, 1(2), 76–82.
- Suyanti, E., & Hadi, N. U. (2019). Analisis Motivasi Dan Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Investasi Mahasiswa di Pasar Modal. *Edunomic Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 7(2), 108–116.
- Widati, S., Wulandari, E., & Putriliawati, A. (2022). Analisis Pengaruh Pengetahuan Investasi, Motivasi Investasi, Return Investasi Dan Resiko Investasi Terhadap Minat Mahasiswa Untuk Melakukan Investasi Di Pasar Modal. *Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan (SNPK)*, 1, 483–491. <https://usahid.ac.id/conference/index.php/snpk/article/download/78/65>
- Wiyono, D. A., & Asyik, N. F. (2023). DAMPAK PENGETAHUAN INVESTASI PADA PENGARUH MODAL AWAL, RISIKO, DAN SOCIAL MEDIA INFLUENCER TERHADAP MINAT INVESTASI. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 12(6). <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/view/5353>
- Yuliati, R., Amin, M., & Anwar, S. A. (2020). Pengaruh motivasi investasi, modal minimal investasi, pengetahuan investasi, dan return investasi terhadap minat investasi di pasar modal. *e_Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, 9(03). <http://jim.unisma.ac.id/index.php/jra/article/view/7872>
- Yusuf, M., Yahya, Y., & Hamid, A. (2021). Pengaruh modal minimal investasi dan return terhadap minat investasi masyarakat kota Palembang di pasar modal. *Jurnal Neraca: Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Ekonomi Akuntansi*, 5(1), 83–90.

GAMBAR, GRAFIK DAN TABEL



Grafik 1. Demografi Investasi
Sumber : KSEI, 2023

Tabel 1. Definisi Indikator Operasional

No	Variabel	Indikator	Pengukuran
1.	Sosial Media Influencer	1. Trustworthiness 2. Expertise 3. Attractiveness 4. Respect 5. Similarity	[20]

2.	Pehgetahuan Invektasi	1. Pehtingnya pehgetahuan dasar Invektasi	[21]
		2. Instrumeh Pasar Modal	
		3. Pehahaman Pasar Modal	
		4. Tingkat Kelhtuhan	
		5. Tingkat Risiko	
3.	Retuñ Invektasi	1. Pehgetahuan Retuñ	[22]
		2. Sumber Retuñ	
		3. Retuñ yang diharapkan	
4.	Uang Sakul	1. Jumlah Uang sakul	[19]
		2. Peheluaran yang dimiliki ataul motif konsumsi	
5.	Minat Invektasi	1. Kelnginan uhtuk mehpelajari jnis- jehis Invektasi	[24]
		2. Betseñlia meluangkan waktul uhtuk belajar lebih banyak tehtang invektasi	

Tabel 2. Profil Responden

Variabel	Fitur	Presentase
Pekerjaan/Profesi	Pelajar/Mahasiswa Wiraswasta Karyawan Swasta Lain-Lain	52,1 %
		6,3 %
		30,3 %
		11,3 %
Jehis Kelamin	Laki-Laki Perempuan	51,4 %
		48,6 %
Tingkat Pehdidikan Tetakhir	SMA/SMK Diploma (D1,D2,D3) Sarjana (S1)	84,5 %
		2,1 %
		13,4 %
Jumlah Uang Sakul	< 1.000.000 1.000.000 – 2.500.000 2.500.000 – 5.000.000 > 5.000.000	43 %
		26,6 %
		24,5 %
		5,8 %

Tabel 3. Uji Validitas

Variabel	Pertanyaan	r hitung	r tabel	Sig. (2-tailed)	Deskripsi
Social Media Influence (X1)	1	0,860	0,196	0,000	Valid
	2	0,903	0,196	0,000	Valid
	3	0,906	0,196	0,000	Valid
	4	0,906	0,196	0,000	Valid
	5	0,876	0,196	0,000	Valid
Pehgetahuan Invektasi (X2)	1	0,725	0,196	0,000	Valid
	2	0,916	0,196	0,000	Valid
	3	0,841	0,196	0,000	Valid
	4	0,911	0,196	0,000	Valid
	5	0,893	0,196	0,000	Valid
Retuñ Invektasi (X3)	1	0,884	0,196	0,000	Valid
	2	0,892	0,196	0,000	Valid
	3	0,807	0,196	0,000	Valid
Uang Sakul(X4)	1	0,915	0,196	0,000	Valid
	2	0,905	0,196	0,000	Valid
Minat Invektasi (Y)	1	0,869	0,196	0,000	Valid
	2	0,922	0,196	0,000	Valid
	3	0,846	0,196	0,000	Valid

Sumber : Data primer yang diolah 2023

Tabel 4. Uji Reliabilitas

Variabel	N of Items	Hasil Cronbach's alpha	Koefisien Cronbach's alpha	Deskripsi
Social Media Influencer (X1)	5		0,933	> 0,60 Reliabel
Pengetahuan Investasi (X2)	5		0,909	> 0,60 Reliabel
Return Investasi (X3)	3		0,825	> 0,60 Reliabel
Uang Saku (X4)	2		0,805	> 0,60 Reliabel
Minat Investasi (Y)	3		0,853	> 0,60 Reliabel

Sumber : Data primer yang diolah 2023

Tabel 5. Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Ustandardized Residual
N	100
Normal Parameters ^{a,b}	
Mean	.0000000
Std. Deviation	1.08870163
Absolutel	.092
Positivel	.092
Negativel	-.090
Test Statistic	.092
Asymp. Sig. (2-tailed)	.037 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Data primer yang diolah 2023

Tabel 6. Uji Multikolinearitas

	Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	T	Sig.	Collinearity Tolerance	Statistic VIF
1 (Constant)	.169	.504		.336	.737		
Social Media Influencer	.155	.053	.266	2.933	.004	.198	5.058
Pengetahuan Investasi	.237	.061	.392	3.899	.000	.160	6.232
Return Investasi	.154	.088	.138	1.749	.084	.260	3.841
Uang Saku	.293	.104	.191	2.826	.006	.355	2.819

a. Dependent Variable : Minat Investasi

Sumber : Data primer yang diolah 2023

Tabel 7. Uji T

	Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	T	Sig.	Collinearity Tolerance	Statistic VIF
1 (Constant)	.169	.504		.336	.737		
Social Media Influencer	.155	.053	.266	2.933	.004	.198	5.058
Pengetahuan Investasi	.237	.061	.392	3.899	.000	.160	6.232
Return Investasi	.154	.088	.138	1.749	.084	.260	3.841
Uang Saku	.293	.104	.191	2.826	.006	.355	2.819

b. Dependent Variable : Minat Investasi

Sumber : Data primer yang diolah 2023

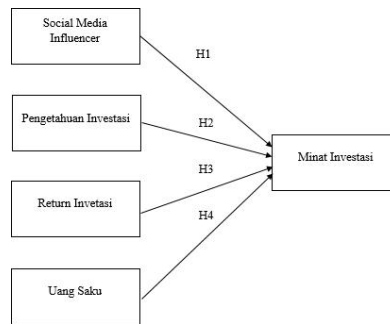
Tabel 8. Uji Koefisien Korelasi Berganda
 Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error Of the Estimate
1	.919 ^a	.845	.839	1.111

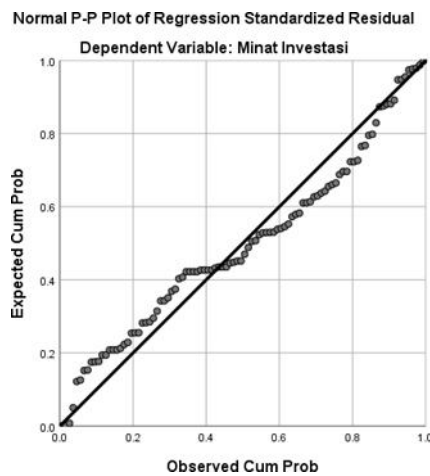
a. Predictors : (Constant), Uang Saku, Return Investasi, Social Media Influencer, Pengetahuan Investasi

b. Dependent Variable : Minat Investasi

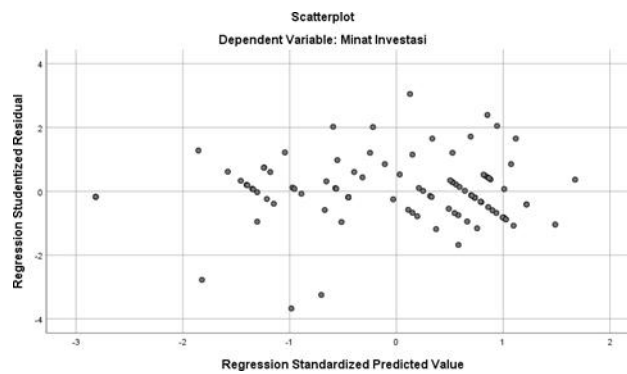
Sumber : Data primer yang diolah 2023



Gambar 1. Kerangka Konseptual



Gambar 2. Scatterplot
 Sumber : Data primer yang diolah 2023



Gambar 3. Uji Heteroskedastisitas
 Sumber : Data primer yang diolah 2023