

DETERMINAN MINAT INVESTASI MAHASISWA DI YOGYAKARTA

Kintami¹; Yola Andesta Valenty²

Fakultas Ekonomi dan Sosial, Universitas Amikom, Yogyakarta^{1,2}

Email : kintami03@students.amikom.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh pengetahuan investasi, *influencer*, norma subjektif, *herding behavior*, persepsi kontrol perilaku, dan persepsi risiko terhadap minat berinvestasi di kalangan mahasiswa Yogyakarta. Populasi penelitian mencakup 604.611 mahasiswa. Penentuan ukuran sampel dilakukan berdasarkan rumus Slovin dengan tingkat error 10%. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling* dengan metode *convenience sampling*. Kriteria responden ialah mahasiswa yang sedang menempuh pendidikan di Yogyakarta, berusia antara 18 hingga 25 tahun, sampel diperoleh sebanyak 144 mahasiswa yang didapatkan melalui penyebaran kuesioner menggunakan google formulir. Data dianalisis menggunakan teknik *Structural Equation Modeling Partial Least Squares* (SEM-PLS) dengan bantuan *software SmartPLS* versi 3.0. Temuan penelitian mengungkapkan bahwa semua variabel telah memenuhi kriteria uji validitas dan reliabilitas, serta seluruh hipotesis penelitian diterima. Keenam variabel independen memiliki dampak positif yang signifikan, serta memiliki daya penjas sebesar 52,3% terhadap variasi minat investasi mahasiswa, hal tersebut ditunjukkan oleh nilai R Square 0,523. Adapun sisanya sebesar 47,7% merupakan kontribusi dari variabel-variabel lain di luar penelitian

Kata Kunci : Pengetahuan Investasi; *Influencer*; Minat Investasi

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of investment knowledge, influencers, subjective norms, herding behavior, perceived behavioral control, and risk perception on investor interest among Yogyakarta students. The study population included 604,611 students. Sample size was determined based on the Slovin formula with a 10% error rate. The sampling technique used non-probability sampling with a convenience sampling method. The respondent criteria were students currently studying in Yogyakarta, aged between 18 and 25 years. A sample of 144 students was obtained through a questionnaire distributed using Google Forms. Data were analyzed using Structural Equation Modeling Partial Least Squares (SEM-PLS) techniques with the help of SmartPLS software version 3.0. The research findings revealed that all variables met the validity and reliability test criteria, and all research hypotheses were accepted. The independent variables had a significant positive impact and had an explanatory power of 52.3% on the variation in student investment interest, as indicated by the R Square value of 0.523. The remaining 47.7% was contributed by other variables outside the study.

Keywords : Investment Knowledge; Influencer; Investment Interest

PENDAHULUAN

Dalam era revolusi industri 4.0, perkembangan teknologi mengalami peningkatan pesat dan telah mengubah hampir seluruh aspek kehidupan manusia. Digitalisasi yang meluas ke berbagai sektor, termasuk keuangan, perdagangan, dan komunikasi, memberikan kemudahan dalam mengakses informasi serta melakukan berbagai aktivitas ekonomi secara lebih efisien (Mahadevi & Asandimitra, 2021). Perkembangan ini mendorong lahirnya inovasi dalam layanan keuangan berbasis teknologi, termasuk dompet elektronik, perbankan seluler, serta instrumen

investasi daring. Melalui kemajuan ini, masyarakat semakin mudah untuk melakukan berbagai aktivitas keuangan, termasuk kegiatan untuk berinvestasi.

Secara umum, investasi dapat diartikan sebagai aktivitas menanamkan aset atau modal yang dilakukan oleh individu maupun perusahaan dalam kurun waktu tertentu, dengan tujuan demi mencapai profitabilitas yang lebih optimal pada masa yang akan datang (Finthariasari et al., 2020). Investasi ini dapat dilakukan melalui pasar modal maupun transaksi logam mulia. Pasar modal menawarkan berbagai instrumen investasi, mulai dari saham dan obligasi hingga reksa dana. Saat ini, investasi di pasar modal merupakan strategi yang banyak dipilih dan sangat populer. Di Indonesia, Bursa Efek Indonesia (BEI) hadir sebagai pusat perdagangan yang menyediakan akses ke beragam opsi investasi tersebut (Putri et al., 2024). Selain itu, terdapat berbagai platform investasi digital yang telah tersedia, seperti profits anywhere, bareksa, dan stockbit yang memudahkan masyarakat untuk terjun ke dunia investasi pasar modal.

Salah satu upaya untuk meningkatkan jumlah investor adalah dengan menargetkan kalangan mahasiswa, khususnya mahasiswa yang mempelajari bidang ekonomi, bisnis, dan sosial (Negara & Febrianto, 2020). Mahasiswa memiliki bekal ilmu pengetahuan yang diperoleh dalam perkuliahan, sehingga mahasiswa memiliki potensi untuk menerapkan ilmu tersebut secara langsung dalam praktik investasi di dunia nyata (Negara & Febrianto, 2020). Menurut Susanto (2025) terdapat 15.500.000 investor yang terlibat dalam investasi di pasar modal, di mana 21,8% dari jumlah tersebut adalah mahasiswa. Berdasarkan temuan survei Financial Fitness Index 2022 yang diselenggarakan oleh OCBC NISP bekerja sama dengan NielsenIQ Indonesia, tercatat bahwa sekitar 78% generasi muda Indonesia belum memiliki pemahaman yang memadai mengenai cara kerja serta potensi kerugian dari investasi, dan hanya sekitar 9% responden yang telah memiliki portofolio investasi, baik dalam bentuk instrumen pasar modal seperti saham dan reksa dana, maupun dalam bentuk tabungan berjangka (Novita, 2022).

Dikutip dari Pandangan Jogja (2024) di wilayah Yogyakarta terdapat 249.938 investor dengan persentase 26,33% merupakan investor berusia 18-25 tahun, 24,69% berusia 26-30 tahun dan sisanya 48,98% diatas 30 tahun. Bagi sebagian besar mahasiswa, khususnya wilayah Yogyakarta, investasi masih dianggap sebagai sesuatu yang mahal dan sulit untuk dilakukan. Rendahnya pemahaman mengenai investasi, menyebabkan mahasiswa enggan mendalami lebih jauh mengenai manfaat maupun risikonya (Khafiyya, 2025). Kondisi ini menunjukkan pentingnya edukasi mengenai investasi, sehingga terdorong minat agar masyarakat, terutama mahasiswa tertarik menanamkan modal yang dimiliki untuk meningkatkan kesejahteraan di masa depan.

Sejumlah peneliti telah membahas mengenai beberapa variabel independen yang memengaruhi minat investasi, hasil yang diperoleh menunjukkan temuan yang beragam dan

tidak konsisten. Pada variabel independen pengetahuan investasi, hasil penelitian yang dilakukan oleh Bayu et al., (2024), Atma & Widodoatmodjo (2021) serta Ulfa & Suarmanayasa (2023) menyatakan bahwa pengetahuan investasi memiliki hasil positif signifikan. Sebaliknya, hasil berbeda ditemukan dalam penelitian Amrul & Wardah, (2020) yang menyimpulkan pengetahuan investasi tidak memiliki pengaruh terhadap tingginya minat investasi. Temuan serupa diungkapkan oleh Putri et al., (2024) serta Widhiastuti & Novianda (2024) yang menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan tidak memberikan kontribusi yang signifikan terhadap minat individu untuk berinvestasi. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Nurfajriati et al., (2023) mengemukakan pengetahuan investasi memberikan dampak negatif pada minat investasi.

Selanjutnya variabel independen yang turut mempengaruhi minat investasi adalah *influencer*. Menurut Trisnaningsih et al., (2022), Bastomi & Nurhidayah (2023), dan Wiyono & Asyik (2024) menyimpulkan bahwa *influencer* memberikan pengaruh positif yang signifikan pada minat investasi. Namun, Cindiyasari et al., (2024) menemukan bahwa variabel influencer tidak memiliki pengaruh pada minat investasi.

Fokus penelitian untuk variabel independen ke tiga, adalah norma subjektif. Penelitian dilakukan oleh Ainiyah et al., (2023), Ulfa & Suarmanayasa (2023), dan Bayu et al., (2024) mengemukakan norma subjektif memiliki pengaruh positif yang signifikan bagi minat investasi. Sementara itu, Salisa (2020) menyatakan bahwa norma subjektif tidak berpengaruh bagi minat investasi.

Untuk pembahasan variabel independen ke empat ialah *herding behavior*. Penelitian Harahap & Hascaryani (2024) menunjukkan bahwa *herding behavior* memberikan dampak positif bagi minat investasi, hal tersebut sejalan dengan temuan Hakim & Rahmawati (2023). Namun, hasil berbeda ditunjukkan oleh Rona et al., (2023) yang menyatakan bahwa *herding behavior* tidak memiliki pengaruh terhadap bagi investasi.

Persepsi kontrol perilaku yang dirasakan oleh individu juga termasuk kedalam variabel independen. Beberapa penelitian yang menunjukkan bahwa persepsi kontrol perilaku memberikan dampak positif yang signifikan bagi minat investasi ialah Sjahrudin et al., (2023), Kartikasari & Muzakki (2024), Wulandini & Wibowo (2025), serta Salisa (2020). Akan tetapi, temuan yang berbeda diungkapkan oleh Lioera et al., (2022) dan Arif et al., (2023) yang menyatakan bahwa persepsi kontrol perilaku memberikan dampak negatif pada minat investasi.

Peneliti juga meneliti mengenai persepsi risiko. Penelitian yang dilakukan oleh Bastomi & Nurhidayah (2023) mengemukakan bahwa persepsi risiko memberikan dampak positif dan signifikan bagi minat investasi. Temuan ini didukung oleh beberapa penelitian, diantaranya Ulfa & Suarmanayasa (2023), Nurfajriati et al., (2023), serta Salisa, (2020). Sedangkan hasil penelitian yang berbeda disajikan oleh Atma & Widodoatmodjo (2021) dan Wiyono & Asyik

(2024) yang menunjukkan bahwa persepsi risiko memberikan dampak negatif bagi minat berinvestasi. Perbedaan temuan yang telah dipaparkan sebelumnya menunjukkan adanya celah penelitian yang perlu dikaji lebih lanjut, khususnya pada mahasiswa sebagai calon investor potensial.

Berdasarkan temuan diatas, penelitian ini memfokuskan kajian pada enam variabel independen, yaitu pengetahuan investasi, *influencer*, norma subjektif, *herding behavior*, persepsi kontrol perilaku, dan persepsi risiko, dalam mempengaruhi minat investasi mahasiswa. Penelitian ini memiliki nilai kebaruan, karena meneliti enam variabel independen sekaligus yang mempengaruhi minat investasi. Fokus penelitian diarahkan pada minat investasi mahasiswa, khususnya mahasiswa yang berada di Yogyakarta.

Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh pengetahuan investasi, *influencer*, norma subjektif, *herding behavior*, persepsi kontrol perilaku, dan persepsi risiko dalam membentuk minat investasi. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dengan memperkaya kajian literatur mengenai perilaku investasi, khususnya pada kalangan mahasiswa. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi institusi pendidikan, regulator pasar modal, serta penyedia platform investasi digital dalam merancang strategi edukasi dan kebijakan yang efektif guna meningkatkan minat investasi mahasiswa. Selain itu, peningkatan minat investasi diharapkan dapat mendorong perilaku investasi aktual dan membentuk kebiasaan pengelolaan keuangan yang lebih baik di kalangan mahasiswa.

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Theory Planned Behavior

Berdasarkan *Theory of Planned Behavior*, niat individu dalam melakukan suatu perilaku menjadi faktor prediktif utama untuk terealisasinya perilaku tersebut. Dengan kata lain, semakin kuat niat individu, semakin tinggi pula potensi perilaku tersebut dilakukan (Ajzen, 1991). Teori ini menjelaskan bahwa niat berperilaku dipengaruhi oleh tiga komponen utama, yakni sikap terhadap perilaku, norma subjektif, serta kontrol perilaku. Sikap terhadap perilaku atau *attitude toward the behavior* merupakan penilaian seseorang mengenai konsekuensi perilaku yang akan dilakukan, baik dalam bentuk penilaian positif maupun negatif. Sikap ini muncul dari kepercayaan individu tentang hasil yang mungkin ditimbulkan dari tindakan tersebut. Norma subjektif atau *Subjective norms* menggambarkan persepsi seseorang memandang ekspektasi dari lingkungan sekitarnya terkait keputusan untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku. Persepsi kontrol perilaku atau *Perceived behavioral control* merepresentasikan keyakinan subjektif seseorang terkait tingkat kemudahan atau kompleksitas dalam merealisasikan suatu tindakan tertentu, Persepsi tersebut tidak muncul begitu saja, melainkan dibentuk oleh rekam jejak pengalaman sebelumnya, dukungan sumber daya yang

dimiliki, hingga antisipasi terhadap potensi hambatan. Konsep tersebut mirip dengan *self-efficacy* atau keyakinan diri terhadap kemampuan untuk mengendalikan perilaku. Ketiga faktor diatas dapat memengaruhi pembentukan niat seseorang. Dalam konteks investasi, misalnya, seseorang akan memiliki intensi berinvestasi jika memiliki niat untuk berinvestasi, merasakan adanya pengaruh dukungan atau tekanan sosial untuk berinvestasi, serta yakin akan kemampuan mengendalikan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan investasinya.

Minat investasi

Minat investasi dapat dipahami sebagai motivasi yang muncul dalam diri seseorang untuk memulai aktivitas investasi (Pajar & Pustikaningsih, 2017). Minat ini terbentuk dari hasil interaksi antara faktor eksternal dan internal. Dari sisi eksternal, pengaruh yang berasal dari figur publik atau *influencer* yang dipercaya dapat memberikan dorongan kuat dalam membentuk ketertarikan terhadap investasi, norma subjektif sebagai tekanan sosial yang mempengaruhi minat investasi, dan kecenderungan mengikuti apa yang dilakukan orang lain yang disebut sebagai *herding behavior*. Sementara itu, faktor internal juga memegang peranan penting, terutama melalui pengetahuan yang dimiliki individu, persepsi kontrol perilaku, serta bagaimana individu memandang dan memahami risiko yang terkait dengan investasi tersebut. Minat investasi menjadi aspek terpenting sebagai tahap awal sebelum individu mengambil keputusan investasi secara aktual. Oleh karena itu, pemahaman terhadap faktor-faktor yang memengaruhi minat berinvestasi menjadi sangat penting dalam meningkatkan partisipasi investasi, khususnya di kalangan mahasiswa sebagai calon investor potensial.

Pengetahuan Investasi

Pengetahuan investasi tidak hanya berfokus pada penguasaan konsep dasar investasi, namun juga mencakup pemahaman yang komprehensif mengenai proses dan mekanisme investasi. Pengetahuan tersebut tidak hanya sebatas pada penguasaan konsep mendasar tentang investasi, tetapi juga mencakup pemahaman mendalam tentang bagaimana mekanisme investasi bekerja, termasuk skema insentif yang ditawarkan oleh berbagai instrumen investasi. Selain itu, individu dengan tingkat pengetahuan investasi yang memadai, juga mampu mengidentifikasi serta mengevaluasi manfaat serta peluang keuntungan yang dapat diperoleh dari kegiatan investasi yang dilakukan (Safitri & Hapsari, 2022).

Beberapa peneliti seperti Bayu et al. (2024), Atmaja & Widoatmodjo (2021), serta Ulfa & Suarmanayasa (2023) mengemukakan pengetahuan investasi memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat investasi. Dalam penelitian Ulfa & Suarmanayasa (2023), menyatakan bahwa aktivitas pembelajaran, seperti perkuliahan, pelatihan, dan seminar, berperan dalam meningkatkan pengetahuan yang pada akhirnya mendorong perubahan perilaku dan minat individu. Namun, hasil berbeda dikemukakan oleh Amrul & Wardah (2020), Putri et al. (2024),

serta Widhiastuti & Novianda (2024) yang menyatakan bahwa pengetahuan investasi tidak memiliki pengaruh terhadap minat investasi. Bahkan, Nurfajriati et al. (2023) menemukan bahwa pengetahuan investasi berdampak negatif terhadap minat investasi. Menurut Amrul & Wardah (2020), pembelajaran teori belum cukup untuk menumbuhkan minat mahasiswa untuk berinvestasi, diperlukan praktik secara langsung agar ketertarikan dan pemahaman mahasiswa dapat meningkat. Perbedaan temuan ini mengindikasikan bahwa pengaruh pengetahuan investasi terhadap minat investasi bersifat kontekstual, dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti karakteristik responden, metode pembelajaran, dan tingkat pengetahuan serta pemahamannya. Dengan demikian, masih terdapat research gap mengenai sejauh mana pengetahuan investasi mampu mendorong minat investasi mahasiswa

Influencer

Influencer merupakan seseorang yang memiliki pengaruh besar di dunia maya, khususnya melalui media sosial atau berbagai platform digital lainnya (Cindiyasari et al., 2024). *Influencer* mampu membentuk opini, memengaruhi perilaku, serta menarik perhatian banyak orang melalui konten yang dibagikan. Dengan jumlah pengikut yang banyak, seorang *influencer* sering kali dijadikan panutan oleh para pengikutnya dalam berbagai hal, seperti *influencer* yang bergerak dalam bidang keuangan, memberikan pemahaman mengenai tentang berbagai topik keuangan, termasuk pengelolaan hutang, investasi, perencanaan keuangan, serta hal-hal lainnya. *Influencer* di bidang keuangan umumnya menekankan pada pembagian cerita pribadi, serta menyediakan edukasi dan data yang dapat memotivasi calon investor untuk membuat keputusan keuangan yang lebih bijak.

Penelitian Trisnaningsih et al. (2022), Bastomi & Nurhidayah (2023), serta Wiyono & Asyik (2024) menunjukkan bahwa *influencer* memiliki pengaruh positif signifikan pada minat investasi. *Influencer* berperan penting dalam membentuk pandangan dan minat terhadap investasi di pasar modal. Kepercayaan yang dimiliki serta kemampuan *influencer* dalam menyampaikan informasi, pengalaman, dan testimoni mampu memengaruhi perilaku pengikutnya serta memperkuat sikap positif terhadap berbagai produk investasi (Bastomi & Nurhidayah, 2023). Sebaliknya, Cindiyasari et al. (2024) menemukan bahwa *influencer* tidak memiliki pengaruh terhadap minat investasi. Hal ini dapat terjadi karena *influencer* tidak selalu berhasil membentuk perilaku pengikutnya dan adanya kerja sama yang berbayar dengan pihak tertentu membuat sebagian pengikut meragukan kejujuran dan pemahaman *influencer* dalam mempromosikan investasi (Cindiyasari et al., 2024). Kontradiksi temuan tersebut menunjukkan adanya research gap terkait efektivitas *influencer* dalam memengaruhi minat investasi, khususnya pada kelompok mahasiswa.

Norma Subjektif

Norma subjektif menjadi salah satu faktor penting dalam membentuk niat investor, dengan menyoroti nilai dari tekanan atau pengaruh sosial yang dialami. Norma subjektif merupakan persepsi individu terhadap adanya tekanan sosial dari lingkungan sekitar, seperti keluarga, teman, atau masyarakat, yang mendorong atau mengharuskan seseorang untuk melakukan perilaku tertentu. Dalam hal ini, individu merasa bahwa orang-orang penting di sekitarnya mengharapkan dirinya untuk bertindak sesuai dengan standar atau aturan sosial yang berlaku. Tekanan ini dapat memengaruhi keputusan dan tindakan individu, karena ingin diterima, dihargai, atau tidak ingin mengecewakan pihak lain (Ajzen, 1991).

Penelitian dilakukan oleh Ainiyah et al., (2023), Kartikasari & Muzakki (2024), Ulfa & Suarmanayasa (2023), Wulandini & Wibowo (2025), dan Bayu et al., (2024) mengemukakan norma subjektif memiliki pengaruh positif yang signifikan bagi minat investasi. Ketika mahasiswa melihat lingkungan sekitarnya memiliki pandangan positif terhadap investasi di pasar modal serta memperoleh keuntungan dari aktivitas investasi, maka kondisi tersebut berpotensi membentuk sikap positif dan meningkatkan minat mahasiswa untuk melakukan investasi (Ulfa & Suarmanayasa, 2023). Berbeda dengan penelitian Salisa (2020) yang menemukan norma subjektif tidak memiliki pengaruh bagi minat berinvestasi. Menurut Salisa (2020) ajakan dari orang terdekat tidak selalu membuat seseorang tertarik untuk berinvestasi. Meskipun ada saran yang diberikan, keputusan akhir tetap bergantung pada individu, sehingga tekanan lingkungan tidak secara langsung meningkatkan minat seseorang dalam berinvestasi. Perbedaan hasil tersebut menunjukkan bahwa tekanan sosial tidak selalu menjadi faktor dominan, sehingga terdapat research gap mengenai peran norma subjektif dalam membentuk minat investasi mahasiswa, terutama pada individu dengan tingkat kemandirian pengambilan keputusan yang tinggi.

Herding Behavior

Herding behavior menggambarkan kecenderungan investor untuk mengabaikan analisis rasional dan informasi pribadi yang dimiliki, lalu mengikuti keputusan atau tindakan investasi yang dilakukan oleh mayoritas investor lain (Puspawati & Yohanda, 2022). Dalam situasi ini, investor cenderung bertindak secara kolektif, bukan berdasarkan pertimbangan individu yang logis. Perilaku ini sering kali muncul karena adanya tekanan sosial, rasa takut tertinggal (fear of missing out atau FOMO), atau keyakinan bahwa keputusan banyak orang pastilah benar. Dengan demikian, *herding behavior* dapat dipahami sebagai perilaku yang mengikuti investor lain dalam pengambilan keputusan.

Penelitian Harahap & Hascaryani (2024) menunjukkan bahwa *herding behavior* memberikan dampak positif bagi minat investasi. Menurut Harahap & Hascaryani (2024),

mahasiswa cenderung menunjukkan perilaku herding dengan mengabaikan informasi maupun penilaian pribadi dan mengikuti keputusan investasi pihak lain yang dianggap lebih berpengalaman serta memiliki pengetahuan yang lebih baik. Meski begitu, penemuan berbeda disampaikan oleh Rona et al., (2023), yang mengatakan bahwa *herding behavior* tidak memberikan dampak pada minat investasi, hal tersebut dikarenakan responden penelitian berasal dari kalangan generasi milenial yang memiliki pengetahuan, analisis teknikal dan fundamental untuk melakukan investasi. Perbedaan temuan tersebut mengindikasikan adanya research gap terkait pengaruh *herding behavior* terhadap minat investasi, khususnya pada mahasiswa yang memiliki informasi dan pengalaman investasi yang berbeda-beda.

Persepsi Kontrol Perilaku

Persepsi kontrol dapat diartikan sebagai penilaian individu terhadap sejauh mana suatu tindakan dalam investasi dapat dilakukan dengan mudah atau justru menghadapi kesulitan (Sjahrudin et al., 2023). Persepsi kontrol mencerminkan ekspektasi individu terhadap potensi hambatan maupun peluang yang mungkin akan ditemui selama proses investasi (Ajzen, 1991). Individu akan lebih berpotensi menunjukkan niat yang kuat untuk berinvestasi apabila merasa memiliki kontrol atas situasi tersebut, yaitu ketika meyakini mampu mengatasi hambatan-hambatan yang ada, seperti kurangnya pemahaman investasi, keterbatasan dana, atau risiko kerugian. Keyakinan ini biasanya muncul karena adanya faktor pendukung, seperti pengalaman sebelumnya, literasi keuangan yang baik, akses terhadap teknologi, serta dukungan sosial atau lingkungan.

Beberapa penelitian yang menunjukkan bahwa persepsi kontrol perilaku memberikan dampak positif yang signifikan bagi minat investasi ialah Sjahrudin et al., (2023), Kartikasari & Muzakki (2024), Wulandini & Wibowo (2025), serta Salisa (2020). Tingginya persepsi kontrol perilaku menunjukkan bahwa individu memiliki keyakinan dan kemampuan yang kuat untuk melaksanakan suatu tindakan, termasuk dalam aktivitas investasi. Persepsi ini terbentuk dari dukungan sumber daya yang memadai, adanya peluang, serta penguasaan keterampilan yang relevan dalam pengambilan keputusan investasi (Wulandini & Wibowo, 2025). Terdapat penelitian yang menunjukkan hasil berbeda, diungkapkan oleh Lioera et al., (2022) dan Arif et al., (2023) yang menyatakan bahwa persepsi kontrol perilaku tidak berpengaruh terhadap minat investasi. Menurut Arif et al., (2023) faktor internal seperti keyakinan dan kontrol diri tidak memberikan kontribusi nyata dalam membentuk minat seseorang untuk berinvestasi. Banyak mahasiswa yang belum sepenuhnya menyadari pentingnya investasi, sehingga ketertarikan akan investasi biasanya muncul setelah mendapat dorongan dari orang lain atau pengaruh faktor eksternal. Ketidakkonsistenan hasil tersebut menunjukkan adanya research gap terkait peran persepsi kontrol perilaku dalam membentuk minat investasi mahasiswa.

Persepsi risiko

Persepsi risiko menggambarkan bagaimana individu menilai atau memandang suatu keadaan yang mengandung risiko, di mana penilaian tersebut dipengaruhi oleh faktor psikologis serta kondisi saat pengambilan keputusan (Lestari, 2013). Risiko merujuk pada situasi ketidakpastian yang dapat menyebabkan kerugian atau dampak negatif akibat suatu tindakan atau kejadian, terutama dalam konteks investasi. Dalam dunia investasi, persepsi risiko sering kali diartikan sebagai kemungkinan terjadinya kerugian ketika hasil yang diperoleh tidak sesuai dengan ekspektasi atau harapan investor (Wulandari et al., 2020). Dengan kata lain, risiko mencerminkan potensi ketidaksesuaian antara hasil investasi yang diharapkan dan hasil nyata yang diterima, yang dapat mempengaruhi keputusan dan strategi investasi seseorang.

Penelitian yang dilakukan oleh Bastomi & Nurhidayah (2023) mengemukakan bahwa persepsi risiko memberikan dampak positif dan signifikan bagi minat investasi. Temuan ini didukung oleh beberapa penelitian, diantaranya Ulfa & Suarmanayasa (2023), Nurfajriati et al., (2023), serta Salisa, (2020). Risiko investasi dipandang sebagai sesuatu yang dapat dikendalikan melalui pengetahuan dan pemahaman yang memadai, sehingga hal ini mendorong minat untuk menanamkan modal di pasar saham dengan tujuan memperoleh keuntungan (Bastomi & Nurhidayah, 2023). Pada penelitian yang dilakukan oleh Atma & Widoatmodjo (2021) dan Wiyono & Asyik (2024) menunjukkan hasil yang berbalik, dimana persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap minat investasi. Setiap investasi selalu memiliki potensi kerugian. Dalam prinsip investasi, tingginya risiko yang ditanggung sebanding dengan besarnya return yang diharapkan, dan sebaliknya. Namun, ketika risiko dianggap terlalu tinggi, mahasiswa cenderung kurang berminat untuk berinvestasi karena adanya rasa takut mengalami kerugian (Wiyono & Asyik 2024). Perbedaan tersebut menunjukkan adanya research gap mengenai bagaimana persepsi risiko memengaruhi minat investasi, khususnya pada mahasiswa dengan tingkat toleransi risiko yang berbeda.

Berdasarkan kajian literatur, terlihat bahwa hasil penelitian terdahulu mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat investasi masih menunjukkan ketidakkonsistenan. Selain itu, sebagian besar penelitian hanya menguji variabel tertentu secara terpisah dan belum banyak yang mengintegrasikan faktor individual dan sosial dalam satu kerangka *Theory of Planned Behavior*, khususnya dengan memasukkan variabel sosial modern seperti *influencer* dan *herding behavior*. Oleh karena itu, penelitian ini memfokuskan kajian pada enam variabel independen, yaitu pengetahuan investasi, *influencer*, norma subjektif, *herding behavior*, persepsi kontrol perilaku, dan persepsi risiko, dalam memengaruhi minat investasi mahasiswa di Yogyakarta.

Pengembangan Hipotesis

Pengetahuan Investasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Investasi Mahasiswa

Pengetahuan investasi termasuk kedalam komponen sikap dalam *Theory Planned Behavior*, pengetahuan investasi berperan dalam membentuk perilaku individu. Seperti yang dikemukakan oleh Tandio & Widanaputra (2016) bahwa keputusan seseorang untuk menjadi investor tidak muncul begitu saja, tetapi harus ada kesadaran dan minat untuk bertindak. Penelitian oleh Bayu et al., (2024) mengindikasikan bahwa tingkat pengetahuan investasi memiliki hubungan positif dan signifikan dengan minat investasi. Hasil tersebut selaras dengan temuan yang diperoleh dari penelitian Atmaja & Widoatmodjo (2021) serta Ulfa & Suarmanayasa (2023). Tingkat pengetahuan investasi yang lebih tinggi akan mendorong minat berinvestasi yang lebih kuat. Dengan merujuk pada pembahasan di atas, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H1: Pengetahuan investasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi mahasiswa.

Influencer berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Investasi Mahasiswa

Menurut Freberg et al., (2011) *influencer* adalah pihak ketiga yang dapat memengaruhi keputusan konsumen karena keahlian, pengetahuan, posisi, atau hubungannya dengan audiens. Dalam konteks investasi, influencer keuangan dapat memotivasi atau membujuk mahasiswa untuk tertarik berinvestasi melalui konten-konten edukatif dan promosi di media sosial. Sejalan dengan *Theory Of Planned Behavior*, niat seseorang untuk melakukan suatu perilaku ditentukan oleh tiga komponen utama, termasuk norma subjektif sebagai salah satu faktor yang berperan penting. Norma subjektif menggambarkan pandangan individu terhadap pengaruh dan tekanan sosial dari orang di sekitarnya, termasuk figur yang dianggap penting, terkait apakah suatu perilaku sebaiknya dilakukan atau tidak (Ajzen, 1991). Penelitian Trisnaningsih et al., (2022) menyatakan bahwa *influencer* memiliki dampak positif yang signifikan terhadap minat investasi. Hasil tersebut konsisten dengan temuan Widhiastuti & Noviana, (2024) serta Wiyono & Asyik, (2024), menunjukkan bahwa semakin tinggi pengaruh *influencer*, maka minat berinvestasi akan semakin meningkat. Dengan merujuk pada pembahasan di atas, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H2: *Influencer* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi mahasiswa.

Norma Subjektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Investasi Mahasiswa

Dalam *Theory Planned Behavior*, norma subjektif termasuk kedalam salah satu komponen utama dalam mempengaruhi minat seseorang. Norma subjektif merujuk pada pandangan seseorang terhadap tekanan sosial yang dirasakan dari pihak-pihak penting dalam

kehidupannya saat melakukan tindakan tertentu. Tekanan ini berkaitan dengan harapan sosial yang dipelajari melalui pengalaman dan interaksi dengan lingkungan sekitar. Keyakinan normatif membentuk norma subjektif, di mana keyakinan tersebut berkaitan dengan ekspektasi dari pihak lain terhadap perilaku seseorang. (Ajzen, 1991). Penelitian dilakukan oleh Ainiyah et al., (2023), Ulfa & Suarmanayasa (2023) Bayu et al., (2024) mengemukakan bahwa norma subjektif berdampak positif signifikan bagi minat untuk berinvestasi. Berdasarkan hasil riset sebelumnya, norma subjektif yang lebih kuat akan meningkatkan ketertarikan seseorang terhadap investasi. Dengan merujuk pada pembahasan di atas, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H3: Norma subjektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi mahasiswa.

***Herding Behavior* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Investasi Mahasiswa**

Herding behavior adalah bias perilaku dimana individu memiliki kecenderungan untuk mengikuti keputusan orang lain tanpa melakukan analisis atau pertimbangan pribadi yang mendalam. Bias ini sering muncul karena tekanan sosial, ketidakpastian informasi, atau keinginan untuk menghindari risiko kesalahan dalam pengambilan keputusan (Afriani & Halmawati, 2019). *Herding behavior* berkaitan dengan salah satu komponen *Theory Planned Behavior*, yakni norma subjektif. Dimana niat seseorang untuk melakukan suatu perilaku, muncul dari tekanan sosial sesuai dengan harapan orang lain. Sejalan dengan penelitian Harahap & Hascaryani (2024), *herding behavior* terbukti memberikan dampak positif pada minat berinvestasi. Hal tersebut sejalan dengan temuan Hakim & Rahmawati (2023). Dari data penelitian tersebut, terlihat bahwa semakin kuat pengaruh *herding behavior*, semakin besar pula minat untuk berinvestasi. Dengan merujuk pada pembahasan di atas, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H4: *Herding behavior* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi mahasiswa.

Persepsi Kontrol Perilaku berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Investasi Mahasiswa

Berdasarkan *Theory of Planned Behavior* yang diperkenalkan oleh Ajzen (1991), persepsi kontrol perilaku adalah pandangan seseorang tentang sejauh mana individu memiliki kontrol saat akan menjalankan tindakan. Pandangan tentang kontrol perilaku memengaruhi motivasi seseorang untuk melaksanakan suatu kegiatan, apabila seseorang merasa memiliki kontrol yang tinggi, besar kemungkinan niat yang akan timbul. Beberapa penelitian seperti Sjahrudin et al., (2023) Kartikasari & Muzakki (2024), Wulandini & Wibowo (2025), serta Salisa (2020) menunjukkan bahwa persepsi control terhadap perilaku memiliki dampak yang positif signifikan bagi minat dalam berinvestasi. Hasil dari penelitian terdahulu menunjukkan bahwa semakin tinggi pengaruh persepsi kontrol perilaku, maka minat berinvestasi akan

semakin meningkat. Dengan merujuk pada pembahasan di atas, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H5: Persepsi kontrol perilaku berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi mahasiswa.

Persepsi Risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Investasi Mahasiswa

Persepsi risiko memiliki fungsi yang mirip dengan persepsi kontrol perilaku pada *Theory Of Planned Behavior*, yang merujuk pada pandangan individu tentang seberapa mudah atau sulit melakukan suatu tindakan tertentu. Ketika individu telah mengetahui risiko tertentu, maka individu akan lebih mampu untuk mengelola risiko tersebut. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Bastomi & Nurhidayah, (2023) persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi. Temuan ini didukung oleh beberapa penelitian lain, diantaranya Ulfa & Suarmanayasa (2023), Nurfajriati et al., (2023), serta Salisa, (2020). Sehingga dapat disimpulkan semakin tinggi pengaruh persepsi risiko, maka minat berinvestasi akan semakin meningkat. Dengan merujuk pada pembahasan di atas, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H6: Persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi mahasiswa.

METODE PENELITIAN

Metode adalah suatu cara kerja yang dapat digunakan untuk memperoleh sesuatu. Sedangkan metode penelitian dapat diartikan sebagai tata cara kerja di dalam proses penelitian, baik dalam pencarian data ataupun pengungkapan fenomena yang ada (Zulkarnaen, W., et al., 2020). Penelitian ini melibatkan populasi mahasiswa yang berlokasi di Yogyakarta, dengan total populasi menurut Bapperida Daerah Istimewa Yogyakarta (2024) sebanyak 604.611 mahasiswa. Sampel terdiri dari mahasiswa yang tengah menempuh pendidikan di Yogyakarta, dengan batasan usia 18 sampai 25 tahun. Pemilihan sampel tersebut didasarkan pada jumlah populasi yang cukup besar, dengan begitu tidak memungkinkan untuk meneliti seluruhnya. Maka dari itu, mahasiswa berusia 18–25 tahun dipilih sebagai sampel karena kelompok usia ini termasuk dalam tahap usia produktif yang memiliki keterpaparan tinggi serta ketertarikan terhadap berbagai layanan keuangan berbasis teknologi modern (Fitrayanti & Muchran, 2025). Selain itu, rentang usia tersebut juga mewakili mayoritas populasi mahasiswa di Yogyakarta sehingga dianggap paling relevan untuk menggambarkan perilaku, preferensi, serta karakteristik akademik mahasiswa, sejalan dengan konsep emerging adulthood yang menempatkan usia 18–25 tahun sebagai fase pembentukan perilaku, termasuk dalam perilaku keuangan (Arnett, 2000). Jumlah sampel ditentukan melalui Rumus Slovin, dengan persamaan:

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

Dimana:

n : jumlah sampel

N : jumlah populasi

e^2 : persentase kesalahan sampel, $e = 0,1$ (10%)

$n = 604.611 / (1 + 604.611 \cdot (0,1)^2) = 99,98$ (dibulatkan menjadi 100)

Pada penelitian yang dilakukan, jumlah sampel yang ditetapkan paling sedikit 100 mahasiswa pada tingkat kesalahan sebesar 10% (0,1). Akan tetapi, jumlah responden yang digunakan sebanyak 144 mahasiswa, jumlah yang dianggap cukup mewakili populasi sebanyak 604.611 mahasiswa. Penggunaan jumlah sampel yang lebih besar diharapkan dapat meningkatkan keandalan serta ketepatan hasil penelitian. Data penelitian dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner menggunakan Google Formulir dengan memanfaatkan media sosial seperti Instagram dan WhatsApp, secara berantai dari satu responden ke responden lainnya melalui teman, kerabat, dan komunitas. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menerapkan metode *non-probability* sampling dengan teknik *convenience sampling*. Menurut Rachman et al., (2024) teknik ini menekankan pada kemudahan dalam pemilihan responden, di mana sampel terdiri dari individu yang bersedia mengisi kuesioner. Skala pengukuran diukur menggunakan Skala Likert lima poin, yang meliputi kategori sangat tidak setuju (1), tidak setuju (2), netral (3), setuju (4), dan sangat setuju (5). Analisis data diterapkan menggunakan metode SEM-PLS (Structural Equation Modeling Partial Least Squares), dengan dukungan dari perangkat lunak SmartPLS versi 3.0.

Dalam pengujian validitas, indikator reflektif dinilai memiliki validitas yang kuat jika korelasi dengan konstruk yang diukur melebihi 0,70. Adapun indikator reflektif yang menunjukkan validitas cukup berada dalam kisaran 0,50 hingga 0,60. Validitas konvergen juga bisa dilihat dari nilai Average Variance Extracted (AVE) pada masing-masing konstruk. Konstruk dinyatakan valid jika AVE-nya melebihi 0,50 (Sugiono et al., 2020). Untuk pengujian reliabilitas dilihat dari nilai composite reliability dan cronbach's alpha, dapat dinilai reliabel apabila memiliki nilai di atas 0,70 (Sugiono et al., 2020). Pada pengujian hipotesis, dua analisis utama yang diterapkan adalah uji-t dan uji R-square (R^2). Uji-t dilakukan dengan membandingkan nilai t-hitung terhadap t-tabel, di mana:

Jika $t_{hit} > t_{tab}$, maka terdapat perbedaan yang signifikansi (H_0 ditolak)

Jika $t_{hit} < t_{tab}$, maka tidak terdapat perbedaan yang signifikansi (H_0 diterima)

Selain itu, hasil uji-t juga dinyatakan signifikan apabila nilai t- statistic lebih dari 1,96 dan memiliki nilai P-Value yang kurang dari 0,05. Selanjutnya, koefisien jalur (path coefficients) dikatakan bernilai positif jika berada pada rentang 0 sampai 1, dan negatif di rentang -1 sampai dengan 0 (Nuryadi et al., (2017). Secara umum, R-square dengan nilai 0,67 mencerminkan pengaruh kuat, 0,33 menunjukkan pengaruh sedang, dan 0,19 menandai pengaruh lemah (Sahir, 2022).

HASIL PENELITIAN DAN DISKUSI

Dari hasil pengujian validitas yang tercantum dalam Tabel 2, terlihat bahwa nilai Average Variance Extracted (AVE) untuk semua konstruk melebihi ambang batas minimum 0,50. Nilai-nilai tersebut meliputi *Herding Behavior* 0,677, *Influencer* 0,610, Minat Investasi 0,687, Norma Subjektif 0,665, Pengetahuan Investasi 0,630, Persepsi Kontrol Perilaku 0,679, dan Persepsi Risiko 0,665. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semua indikator telah memenuhi kriteria validitas konvergen.

Pada pengujian reliabilitas dilihat dari tabel 3, nilai Cronbach's Alpha seluruh variabel berada di atas 0,70. Nilai-nilai tersebut mencakup *Herding Behavior* 0,880, *Influencer* 0,841, Minat Investasi 0,885, Norma Subjektif 0,832, Pengetahuan Investasi 0,804, Persepsi Kontrol Perilaku 0,882, dan Persepsi Risiko 0,833, maka dipastikan bahwa semua variabel memiliki tingkat reabilitas yang tinggi dan dapat dikatakan reliabel.

Tabel 4 menampilkan nilai R square untuk Minat Investasi sebesar 0,523 berada pada kategori moderat. Dalam analisis pada pengujian ini menunjukkan bahwa variabel pengetahuan investasi, *Influencer*, Norma Subjektif, *Herding Behavior*, Persepsi Kontrol Perilaku, dan Persepsi Risiko berhasil menjelaskan variasi pada Minat Investasi hingga 52,3%, dengan 47,7% sisanya berasal dari variabel eksternal yang tidak diteliti. Nilai nilai tersebut kerangka penelitian ini memiliki kemampuan yang cukup kuat.

Tabel 5 menunjukkan hasil uji-t, diketahui bahwa variabel pengetahuan investasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi, dengan nilai t-statistic sebesar 2,580 dan koefisien jalur 0,181, menyatakan hipotesis pertama (H1) diterima. Selanjutnya, variabel *influencer* juga terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi, ditunjukkan oleh nilai t-statistic 2,009 dan koefisien jalur 0,122, dapat disimpulkan hipotesis kedua (H2) diterima. Hasil serupa ditunjukkan oleh variabel norma subjektif, yang berpengaruh positif terhadap minat investasi dengan nilai t-statistic 2,613 dan koefisien jalur 0,109, sehingga hipotesis ketiga (H3) dapat diterima. Sementara itu, *herding behavior* juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan, yang mendukung diterimanya hipotesis keempat (H4) dengan nilai t-statistic 2,799 dan koefisien jalur 0,154. Selain itu, variabel persepsi kontrol perilaku memiliki nilai t-statistic sebesar 2,891 dengan koefisien jalur 0,152, yang menandakan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi, sehingga hipotesis kelima (H5) diterima. Terakhir, persepsi risiko juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan dengan nilai t-statistic 2,058 dan koefisien jalur 0,154, maka hipotesis keenam (H6) dinyatakan diterima.

Hasil penelitian mengindikasikan bahwa peningkatan pengetahuan investasi dapat mendorong minat dalam berinvestasi pada mahasiswa. Hal ini sejalan dengan komponen sikap atau *attitude* dalam *Theory of Planned Behavior*, dimana pemahaman yang baik tentang risiko,

manfaat, dan mekanisme investasi membentuk penilaian positif terhadap perilaku investasi. Ketika mahasiswa merasa paham dan mampu membaca peluang, rasa percaya diri mereka meningkat sehingga mendorong munculnya niat untuk mulai berinvestasi. Penerapan praktik secara langsung dalam pembelajaran portofolio investasi memungkinkan mahasiswa memahami hasil investasi secara nyata, seperti perolehan capital gain dan pembagian dividen akan membantu meningkatkan minat mahasiswa untuk melakukan investasi. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Bayu et al., (2024), Atmaja & Widodoatmodjo (2021) serta Ulfa & Suarmanayasa (2023), yang menunjukkan bahwa pemahaman mengenai pengetahuan dalam berinvestasi memberikan dampak yang positif terhadap minat investasi.

Pengaruh *influencer* terbukti mampu meningkatkan minat investasi mahasiswa. Penemuan tersebut menguatkan konsep norma subjektif dalam *Theory of Planned Behavior*, yang menegaskan bahwa keputusan individu sangat tergantung pada pengaruh figur atau pihak yang dianggap penting. Dalam konteks digital, *influencer* dianggap sebagai rujukan terpercaya, sehingga konten edukasi maupun pengalaman investasi yang mereka bagikan mampu menciptakan dorongan sosial yang memperkuat niat berinvestasi. Meskipun sebagian *influencer* bekerja sama dan menerima bayaran dari pihak tertentu, pengaruh mereka terhadap kepercayaan pengikut tetap dapat terbentuk apabila *influencer* mampu menyampaikan informasi investasi secara mendalam dan transparan, seperti nominal yang diinvestasikan, keuntungan maupun kerugian yang diperoleh, adanya capital gain, serta pembagian dividen. Penyampaian informasi tersebut dapat meningkatkan kepercayaan pengikut terhadap investasi. Hal ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan Trisnarningsih et al. (2022), Bastomi & Nurhidayah (2023), serta Wiyono & Asyik (2024) yang menyatakan bahwa semakin tinggi pengaruh *influencer* maka akan mampu meningkatkan minat berinvestasi.

Hasil penelitian juga memperlihatkan bahwa dorongan dari lingkungan sosial, seperti teman, keluarga, maupun komunitas berperan dalam meningkatkan minat investasi. Hal tersebut sepenuhnya sesuai dengan komponen norma subjektif dalam *Theory of Planned Behavior*. Ketika mahasiswa merasa bahwa kelompok di sekitarnya mendukung aktivitas investasi, maka akan lebih berpotensi menunjukkan minat yang lebih besar untuk melakukan tindakan tersebut. Tekanan sosial yang bersifat positif membentuk persepsi bahwa berinvestasi adalah tindakan yang diharapkan secara sosial. Hasil ini didukung oleh penelitian Ainayah et al., (2023), Ulfa & Suarmanayasa (2023), dan Bayu et al., (2024).

Pengaruh *herding behavior* yang signifikan menggambarkan bahwa mahasiswa cenderung mengikuti perilaku investasi orang lain. Hal ini berkaitan dengan persepsi sosial dan konformitas, sebagaimana dijelaskan dalam konsep norma subjektif pada *Theory of Planned Behavior*. Perilaku mengikuti keputusan kelompok dapat dianggap sebagai bentuk internalisasi

tekanan sosial, sehingga ketika mayoritas teman atau lingkungan mulai berinvestasi, maka akan terdapat dorongan untuk melakukan hal yang sama. Dalam konteks mahasiswa, kecenderungan tersebut sering dipicu oleh fear of missing out (FOMO), yaitu rasa takut tertinggal dari orang lain, yang pada akhirnya mendorong mahasiswa untuk ikut berpartisipasi dalam aktivitas investasi meskipun belum sepenuhnya didasarkan pada pemahaman yang memadai. Hasil penelitian tersebut sama dengan hasil yang diperoleh Harahap & Hascaryani (2024) dan Hakim & Rahmawati (2023).

Persepsi kontrol perilaku yang tinggi terbukti memperkuat minat mahasiswa dalam berinvestasi. Hasil tersebut mendukung komponen *perceived behavioral control* yang dicetuskan dalam *Theory of Planned Behavior*, dimana semakin kuat keyakinan individu bahwa mereka mampu mengelola hambatan, seperti keterbatasan dana, risiko kerugian, atau kurangnya pengalaman, maka semakin besar niat mereka untuk berinvestasi. Mahasiswa yang merasa mampu mengendalikan situasi akan lebih percaya diri untuk mengambil keputusan finansial. Temuan ini menunjukkan kesesuaian dengan hasil penelitian Sjahrudin et al., (2023) Kartikasari & Muzakki (2024), Wulandini & Wibowo (2025), serta Salisa (2020), dimana persepsi kontrol perilaku yang tinggi dapat memperkuat minat pada investasi.

Persepsi risiko yang tepat juga ditemukan berpengaruh positif terhadap minat investasi. Beberapa penelitian yang mendukung temuan ini antara lain Bastomi & Nurhidayah (2023), Ulfa & Suarmanayasa (2023), Nurfajriati et al., (2023), serta Salisa (2020). Dapat disimpulkan semakin tinggi pengaruh persepsi risiko, maka minat berinvestasi akan semakin meningkat. Temuan ini menunjukkan bahwa mahasiswa yang memahami risiko bukan lagi menghindari investasi, melainkan justru mampu menilai dan mengelola risiko tersebut secara lebih rasional. Persepsi risiko yang sehat membuat individu lebih bijak dalam menilai potensi keuntungan dan kerugian. Bukan berarti risiko diabaikan, tetapi dihadapi dengan strategi dan pengetahuan yang cukup.

KESIMPULAN

Hasil penelitian membuktikan keenam variabel berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi mahasiswa di lingkup Yogyakarta. Nilai R Square sebesar 0,523 menunjukkan bahwa keenam variabel independen mampu menjelaskan 52,3% variasi minat investasi mahasiswa, sementara 47,7% sisanya berasal dari variabel eksternal yang tidak diteliti. Hasil ini menunjukkan bahwa peningkatan pengetahuan investasi, pengaruh sosial dari *influencer* dan lingkungan sekitar, perilaku herding yang tepat, serta persepsi positif terhadap kontrol perilaku dan risiko, secara keseluruhan dapat mendorong peningkatan minat mahasiswa untuk berinvestasi. Minat berinvestasi yang tinggi pada mahasiswa dapat mendorong perilaku aktual, seperti pembelian saham, dan emas digital. Hal tersebut sekaligus membentuk kebiasaan

finansial yang baik, karena individu akan melakukan *budgeting* rutin, serta pengelolaan terhadap risiko yang ada, sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan ekonomi jangka panjang. Penelitian ini turut mempertegas *Theory of Planned Behavior* yang menegaskan bahwa aspek sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku merupakan penentu kunci dalam terbentuknya niat, termasuk dalam konteks investasi. Dengan begitu, penelitian ini diharapkan dapat berfungsi sebagai referensi untuk penelitian berikutnya.

Terdapat beberapa kekurangan pada penelitian ini, diantaranya pembatasan pada wilayah Yogyakarta, serta desain penelitian yang bersifat *cross-sectional* atau hanya menggambarkan kondisi pada satu periode tertentu. Dengan adanya keterbatasan ini, peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas cangkupan responden, serta mempertimbangkan desain penelitian longitudinal untuk memperoleh hasil yang lebih komprehensif.

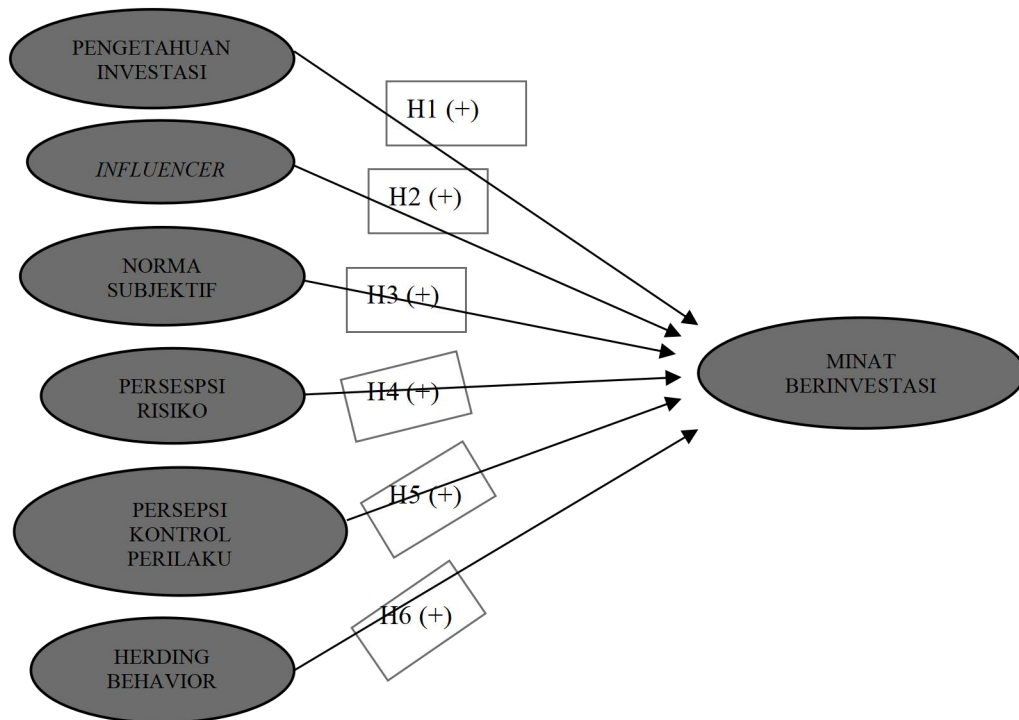
DAFTAR PUSTAKA

- Afriani, D., & Halmawati. (2019). Pengaruh Cognitive Dissonance Bias, Overconfidence Bias Dan Herding Bias Terhadap Pengambilan Keputusan Investasi. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 1(4), 1650–1665. [Http://Jea.Ppj.Unp.Ac.Id/Index.Php/Jea/Issue/View/14](http://Jea.Ppj.Unp.Ac.Id/Index.Php/Jea/Issue/View/14)
- Ainiyah, F., Yuliana, I., & Prajawati, M. (2023). Sikap Investasi Dan Norma Subjektif Terhadap Minat Investasi Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Moderasi. *Ekonomi Dan Bisnis*, 10(1), 35–51. <https://doi.org/10.35590/Jeb.V10i1.6284>
- Ajzen, I. (1991). The Theory Of Planned Behavior. *Organizational Behavior And Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Aren, S., & Hamamci, H. N. (2024). The Direct And Indirect Effects Of Financial Influencer Credibility On Investment Intention. *Croatian Review Of Economic, Business And Social Statistics*, 10(1), 57–69. <https://doi.org/10.62366/Crebss.2024.1.005>
- Arnett, J. J. (2000). Emerging Adulthood: A Theory Of Development From The Late Teens Through The Twenties. *American Psychologist*, 55(5), 469–480. <https://doi.org/10.1037/0003-066x.55.5.469>
- Atmaja, D. W., & Widodoatmodjo, S. (2021). Pengaruh Motivasi, Persepsi Risiko Dan Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Berinvestasi Di Masa Pandemi Covid-19.
- Bapperida Daerah Istimewa Yogyakarta. (2024). *Grafik Series Data Diy Tahun 2021 S/D 2025*. <https://bapperida.jogjapro.go.id/dataku/>.
- Bastomi, M., & Nurhidayah. (2023). Faktor Penentu Minat Investasi Di Pasar Modal Syariah: Studi Pada Generasi Z Kota Malang. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 7(2), 185–196. <https://doi.org/10.31294/widyacipta.v7i2.16255>
- Bayu, G. P., Mukhtar, S., & Sariwulan, T. (2024). Pengaruh Norma Subjektif Dan Pengetahuan Investasi Terhadap Keputusan Investasi Melalui Minat Investasi Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 3(3).
- Finthariasari, M., Febriansyah, E., & Pramadeka, K. (2020). Pemberdayaan Masyarakat Desa Pelangian Melalui Edukasi Dan Literasi Keuangan Pasar Modal Menuju Masyarakat Cerdas Berinvestasi. In *Www.Jurnalumb.Ac.Id* (Vol. 3, Issue 1). [Www.Jurnalumb.Ac.Id](http://www.jurnalumb.ac.id)
- Fitrayanti, H., & Muchran, M. (2025). *Cryptocurrency Investment Analysis For Students In Makassar City*.
- Freberg, K., Graham, K., Mcgaughey, K., & Freberg, L. A. (2011). Who Are The Social Media Influencers? A Study Of Public Perceptions Of Personality. *Public Relations Review*, 37(1), 90–92. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2010.11.001>
- Hakim, L., & Rahmawati, J. (2023). Pengaruh Herding Behaviour, Risk Tolerance Dan Iklan Proyek Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi Pada Crowdfunding Syariah Dengan

- Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(3), 2730–2749. <https://doi.org/10.47467/Alkharaj.V6i3.4672>
- Harahap, A. M., & Hascaryani, T. D. (2024). *Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Heading Behavior, Dan Religiusitas Pada Generasi Z Dan Milenial Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal Syariah*.
- Hati, S. W., & Harefa, W. S. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berinvestasi Di Pasar Modal Bagi Generasi Milenial (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Bisnis Politeknik Negeri Batam). In *Journal Of Business Administration* (Vol. 3, Issue 2).
- Kartikasari, M., & Muzakki, K. (2024). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Dalam Melakukan Investasi Pada Galeri Investasi Nahdlatul Ulama Sidoarjo* (Vol. 7, Issue 5). <http://jiip.stkipyapisdomp.ac.id>
- Keswani, S., Dhingra, V., & Wadhwa, B. (2019). Impact Of Behavioral Factors In Making Investment Decisions And Performance: Study On Investors Of National Stock Exchange. *International Journal Of Economics And Finance*, 11(8), 80. <https://doi.org/10.5539/ijef.V11n8p80>
- Khafiyya, M. (2025, January 16). *Mengapa Mahasiswa Di Yogyakarta Masih Ragu Untuk Investasi?* <https://kumparan.com/hayya-tanjung/mengapa-mahasiswa-di-yogyakarta-masih-ragu-untuk-investasi-24inqxwfyinn/full>
- Lestari, W. (2013). *Persepsi Risiko Dan Kecenderungan Risiko Investor Individu* (Vol. 17, Issue 1). <http://jurkubank.wordpress.com>
- Mahadevi, S. A., & Asandimitra, N. (2021). Pengaruh Status Quo, Herding Behaviour, Representativeness Bias, Mental Accounting, Serta Regret Aversion Bias Terhadap Keputusan Investasi Investor Milenial Di Kota Surabaya. In *Jurnal Ilmu Manajemen* (Vol. 9, Issue 2).
- Murni, Y., Azhar, R. A., & Sudarmaji, E. (2024). Igniting Employee Investment Interest: Unveiling The Impact Of Investment Knowledge, Minimal Capital, Return And Risk Of Investment, And Technological Advances. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*. <https://doi.org/10.17358/Jabm.10.1.137>
- Negara, A. K., & Febrianto, H. G. (2020). *Pengaruh Kemajuan Teknologi Informasi Dan Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Investasi Generasi Milenial Di Pasar Modal*.
- Novita, C. (2022, August 15). *78% Anak Muda Nyatakan Tak Paham Produk Investasi, Bank Ocbc Nisp Ajak Generasi Muda #Bangkitsehatfinansial Bersama Layanan Nyala*. <https://www.ocbc.id/id/tentang-ocbc-nisp/informasi/siaran-pers/2022/08/16/f-fi-2022>
- Nurfajriati, S., Zahara, A. E., & Siregar, E. S. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Dalam Melakukan Aktivitas Bertransaksi Di Pasar Modal Syariah. *Journal Of Economics And Business Management*, 2(1).
- Pajar, R. C., & Pustikaningsih, A. (2017). *Pengaruh Motivasi Investasi Dan Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal Pada Mahasiswa Fe Uny*.
- Pandangan Jogja. (2024). *Didominasi Anak Muda, Investasi Pasar Modal Di Diy Capai Rp 20,6 Triliun*. <https://kumparan.com/pandangan-jogja/didominasi-anak-muda-investasi-pasar-modal-di-diy-capai-rp-20-6-triliun-23vmsknefde?>
- Pandurugan, V., & Al Shammakhi, B. N. S. (2024). Modelling The Theory Of Planned Behaviour To Evaluate The Investment Intention Of Generation Z In The Speculative Market: Stocks, Forex And Cryptocurrencies. *Arab Gulf Journal Of Scientific Research*. <https://doi.org/10.1108/Agjsr-07-2023-0319>
- Putri, S. N. D., Junaidi, & Hidayati, I. (2024). Pengaruh Pengetahuan Investasi Dan Perilaku Keuangan Terhadap Minat Investasi Dengan Motivasi Investasi Sebagai Moderator. In *E Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi* (Vol. 13, Issue 02). <http://jim.unisma.ac.id/index.php/jra>
- Salisa, N. R. (2020). Faktor Yang Mempengaruhi Minat Investasi Di Pasar Modal: Pendekatan Theory Of Planned Behaviour (Tpb). *Jurnal Akuntansi Indonesia*, 9(2), 182–194.

- Singh, V., Khan, N. A., & Bhat, M. N. (2024). From Propensity To Action: Exploring Gender And Cognitive Influences On Informal Investment Intentions. *Future Business Journal*, 10(1), 122. <https://doi.org/10.1186/S43093-024-00413-6>
- Sjahruddin, H., Nugroho, A. P., Litamahuputtu, J. V., & Agustina, W. (2023). *Theory Of Planed Behavior Terhadap Niat Investasi Dengan Literasi Keuangan Sebagai Moderasi*. 7(2).
- Sobaih, A. E. E., & Elshaer, I. A. (2023). Risk-Taking, Financial Knowledge, And Risky Investment Intention: Expanding Theory Of Planned Behavior Using A Moderating-Mediating Model. *Mathematics*, 11(2). <https://doi.org/10.3390/Math11020453>
- Susanto, L. (2025). *Infografik: 15 Juta Investor Pasar Modal Harap-Harap Cemas*. <https://katadata.co.id/infografik/67e2e3da124b4/infografik-15-juta-investor-pasar-modal-harap-harap-cemas?>
- Tandio, T., & Widanaputra, A. A. G. P. (2016). *Pengaruh Pelatihan Pasar Modal, Return, Persepsi Risiko, Gender, Dan Kemajuan Teknologi Pada Minat Investasi Mahasiswa*.
- Trisnaningsih, Sihabudin, & Fauji, R. (2022). Pengaruh Influencer Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Investasi Mahasiswa. *Journal Of Business And Economics Research (Jbe)*, 3(2), 82–89. <https://doi.org/10.47065/Jbe.V3i2.1705>
- Ulfa, S. M., & Suarmanayasa, I. N. (2023). Pengaruh Norma Subjektif, Return, Risiko, Dan Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Undiksha. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(1).
- Widhiastuti, R. N., & Novianda, B. F. (2024). *Pengaruh Literasi Keuangan, Pengetahuan Investasi, Dan Motivasi Terhadap Minat Investasi Generasi Z Di Jabodetabek*. 13(1).
- Wiyono, D. A., & Asyik, N. F. (2024). *Dampak Pengetahuan Investasi Pada Pengaruh Modal Awal, Risiko, Dan Social Media Influencer Terhadap Minat Investasi Nur Fadjrih Asyik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (Stiesia) Surabaya*.
- Wulandini, W. P., & Wibowo, P. A. (2025). *Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku Terhadap Minat Investasi Produk Deposito Di Kalangan Mahasiswa Unisnu Jepara* (Vol. 6, Issue 1). <https://e-jurnal.nobel.ac.id/index.php/nmar>
- Zulkarnaen, W., Fitriani, I., & Yuningsih, N. (2020). Pengembangan Supply Chain Management Dalam Pengelolaan Distribusi Logistik Pemilu Yang Lebih Tepat Jenis, Tepat Jumlah Dan Tepat Waktu Berbasis Human Resources Competency Development Di KPU Jawa Barat. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 4(2), 222-243. <https://doi.org/10.31955/mea.vol4.iss2.pp222-243>

GAMBAR DAN TABEL



Gambar 1. Model Penelitian

Tabel 1. Variabel pengukuran dan definisi operasional

Variabel	Definisi	Indikator	Sumber
Pengetahuan Investasi (X1)	Pengetahuan investasi ialah kemampuan dalam memahami nilai, risiko dan keuntungan dari suatu investasi (Pajar & Pustikaningsih, 2017).	1. Platform investasi 2. Pengetahuan dasar 3. Analisis investasi 4. Keuntungan investasi 5. Manfaat investasi 6. Pengukuran risiko	Murni et al., 2024
Influencer (X2)	Menurut Freberg et al., (2011) <i>influencer</i> ialah pihak ketiga yang dapat memengaruhi keputusan audiens.	1. Pengaruh <i>influencer</i> 2. Kesamaan dengan <i>influencer</i> 3. Keahlian <i>influencer</i>	Aren & Hamamci, 2024
Norma Subjektif (X3)	Norma subjektif yaitu persepsi seseorang mengenai tekanan sosial dari orang yang dianggap penting terhadap suatu tindakan (Ajzen, 1991).	1. Keyakinan normatif 2. Motivasi untuk mematuhi	Pandurangan & Al Shammakhi, 2024
Herding Behavior (X4)	Herding behavior adalah kecenderungan investor mengabaikan analisis dan mengikuti keputusan mayoritas (Puspawati & Yohanda, 2022).	1. Keputusan membeli dan menjual dipengaruhi investor lain 2. Pilihan dan jumlah saham yang diperdagangkan 3. Kecepatan mengikuti keputusan investor lain	Keswani et al., 2019
Persepsi Kontrol Perilaku (X5)	Menurut Ajzen (1991) persepsi kontrol perilaku merupakan pandangan seseorang tentang kemampuan	1. Keyakinan terhadap keberlanjutan investasi 2. Keyakinan terhadap keberhasilan investasi 3. Kepercayaan dalam mengelola	Sobaih & Elshaer, 2023

	mengendalikan tindakan.	investasi	
Persepsi Risiko (X6)	Persepsi risiko merupakan penilaian individu terhadap situasi berisiko yang terbentuk dari aspek psikologis dan konteks pengambilan keputusan (Lestari, 2013).	4. Dukungan sosial 1. Menyukai tantangan 2. Kecenderungan mengambil risiko 3. Preferensi pribadi terhadap risiko secara luas. 4. keteguhan dalam mengambil risiko	Singh et al., 2024
Minat Investasi (Y)	Minat investasi diartikan sebagai dorongan dalam diri seseorang untuk mulai melakukan aktivitas investasi (Pajar & Pustikaningsih, 2017).	1. Pengetahuan dan informasi 2. Keuntungan pasar modal 3. Daya tarik investasi 4. Edukasi dan Pengembangan keterampilan	Hati & Harefa, 2019

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)
<i>Herding Behavior</i>	0.677
<i>Influencer</i>	0.610
Minat Investasi	0.687
Norma Subjektif	0.665
Pengetahuan Investasi	0.630
Persepsi Kontrol Perilaku	0.679
Persepsi Risiko	0.665

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
<i>Herding Behavior</i>	0.880	Reliabel
<i>Influencer</i>	0.841	Reliabel
Minat Investasi	0.885	Reliabel
Norma Subjektif	0.832	Reliabel
Pengetahuan Investasi	0.804	Reliabel
Persepsi Kontrol Perilaku	0.882	Reliabel
Persepsi Risiko	0.833	Reliabel

Tabel 4. Hasil Uji R Square

Variabel	R Square Adjusted
Minat Investasi	0.523

Tabel 5. Hasil Uji-T

Variabel	T Statistics	P Values	Original Sample
<i>Herding Behavior</i> -> Minat Investasi	2.799	0.005	0.154
<i>Influencer</i> -> Minat Investasi	2.009	0.045	0.122
Norma Subjektif -> Minat Investasi	2.613	0.009	0.109
Pengetahuan Investasi -> Minat Investasi	2.580	0.010	0.181
Persepsi Kontrol Perilaku -> Minat Investasi	2.891	0.004	0.152
Persepsi Risiko -> Minat Investasi	2.058	0.040	0.154