

## PENGETAHUAN INVESTASI, MINIMAL MODAL : PERAN INFLUENCER PADA MAHASISWA PENDIDIKAN EKONOMI UNNES 2023

Eva Nur Aisah<sup>1</sup>; Iva Sofi Gunawati<sup>2</sup>

Universitas Negeri Semarang, Semarang<sup>1,2</sup>

Email : evaaisah@students.unnes.ac.id<sup>1</sup>; isofi@mail.unnes.ac.id<sup>2</sup>

### ABSTRAK

Perkembangan pesat investor pasar modal Indonesia mencapai 14,8 juta *Single Investor Identification (SID)* pada 2024 didorong Gen Z dan milenial berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan (OJK), namun partisipasi mahasiswa masih rendah akibat keterbatasan pengetahuan investasi, hambatan modal awal, serta pengaruh *influencer* media sosial yang inkonsisten. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengetahuan investasi (X1), modal minimal (X2), dan peran *influencer* (X3) terhadap minat investasi (Y) mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Semarang (UNNES) angkatan 2023 berdasarkan *Theory of Planned Behavior* (TPB). Pendekatan kuantitatif digunakan dengan sampel 80 responden yang dipilih melalui purposive sampling dari populasi mahasiswa aktif yang telah mendapat materi investasi dan aktif di media sosial, instrumen skala Likert 1-5, serta analisis data melalui SPSS mencakup uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas), regresi linier berganda, uji t parsial, uji F simultan, dan koefisien determinasi. Hasil menunjukkan pengetahuan investasi berpengaruh positif signifikan, modal minimal berpengaruh positif signifikan terkuat, sementara peran *influencer* tidak signifikan secara parsial, meskipun ketiganya berpengaruh simultan dengan Adjusted R-square 47,3%, menyiratkan keterbatasan modal bukan penghalang utama jika didukung pengetahuan dan aksesibilitas.

Kata Kunci: Minat Investasi; Pengetahuan Investasi; Modal Minimal; Peran *Influencer*; *Theory Of Planned Behavior*

### ABSTRACT

The rapid growth of capital market investors in Indonesia reached 14.8 million *Single Investor Identifications (SID)* in 2024, driven by Gen Z and millennials according to data from the Financial Services Authority (OJK), yet student participation remains low due to limited investment knowledge, initial capital barriers, and inconsistent social media influencer impacts. This study aims to analyze the influence of investment knowledge (X1), minimum capital (X2), and influencer role (X3) on investment interest (Y) among 2023 cohort students of the Economics Education Program at Universitas Negeri Semarang (UNNES) based on the *Theory of Planned Behavior (TPB)*. A quantitative approach was employed with a sample of 80 respondents selected via purposive sampling from the active student population exposed to investment materials and active on social media, using a 1-5 Likert scale instrument, and data analysis via SPSS including validity, reliability, classical assumption tests (normality, multicollinearity, heteroscedasticity), multiple linear regression, partial t-tests, simultaneous F-tests, and coefficient of determination. Results indicate that investment knowledge has a significant positive effect, minimum capital shows the strongest significant positive effect, while the influencer role is not significant partially, though all three variables simultaneously influence investment interest with an Adjusted R-square of 47.3%, implying that capital limitations are not the primary barrier when supported by knowledge and accessibility.

Keywords : Investment Interest; Investment Knowledge; Minimum Capital; Influencer Role; *Theory Of Planned Behavior*

## PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan teknologi digital membuka akses yang lebih luas ke berbagai instrumen keuangan, menjadikan minat investasi semakin penting bagi kalangan muda. Menurut Widiarti et al. (2024), minat investasi adalah hasrat seseorang guna mengalokasikan dana mereka dengan harapan memperoleh untung di masa depan. Bagi kalangan mahasiswa, hal ini penting untuk membentuk pola pikir keuangan yang matang serta kesiapan merencanakan masa depan finansial (Rizkynanda & Rahayuningsih, 2025). Oleh karena itu, menumbuhkan minat investasi sejak dini di kalangan mahasiswa dapat membantu mereka menjadi generasi yang lebih sadar akan pentingnya pengetahuan investasi dan berpotensi meningkatkan kesejahteraan ekonomi mereka di masa mendatang.

Minat investasi krusial bagi mahasiswa saat ini, khususnya pada pendidikan tinggi untuk kemandirian ekonomi masa depan, mengingat rendahnya partisipasi generasi muda. Kampus sebaiknya terapkan metode sistematis seperti pelatihan, *workshop*, dan kolaborasi dengan influencer keuangan terpercaya. Pengetahuan investasi memoderasi pengaruh modal awal dan risiko terhadap minat investasi. Semakin tinggi pengetahuan, semakin kuat dampak positif modal awal (Wiyono & Asyik, 2023). Sosial media *influencer* juga signifikan dalam meningkatkan minat via edukasi, khususnya bagi generasi muda aktif di media sosial (Wiyono & Asyik, 2023). Berbeda dengan situasi di UNNES, pengelolaan Galeri Investasi dan KSPM beserta pelatihan serta modal awal Rp100.000 perlu dioptimalkan untuk memicu minat berinvestasi mahasiswa.

Data OJK pada tabel 1 *Single Investor Identification* (SID) di pasar modal Indonesia meningkat pesat menjadi 14,8 juta pada 2024, didorong oleh Gen Z dan milenial yang menyumbang sekitar 50% kenaikan melalui investasi saham, reksadana, dan kripto. Namun, partisipasi mahasiswa masih rendah karena mayoritas investor baru berasal dari kelompok berpenghasilan Rp10–100 juta (61%) dan berprofesi sebagai pegawai tetap (Aprilia, 2025). Keterbatasan dana, prioritas akademik, dan kekhawatiran risiko menyebabkan mahasiswa tertinggal, meskipun terdapat program seperti “Yuk Nabung Saham”.

Penelitian terdahulu mengenai pengaruh pengetahuan investasi, modal minimal, dan peran influencer terhadap minat investasi mahasiswa menunjukkan hasil yang tidak konsisten. Pengetahuan investasi merupakan pemahaman mengenai potensi keuntungan dan risiko dalam kegiatan investasi (Amrul & Wardah, 2020), dalam beberapa penelitian terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi mahasiswa (Imam, M. A. 2021; Syaputra et al., 2024), namun penelitian lain menemukan tidak adanya pengaruh signifikan (Sumaiya et al., 2022). Modal minimal investasi adalah besaran dana awal terendah untuk memulai investasi (Jusman & Lestari, 2024), juga menunjukkan hasil beragam, yakni berpengaruh positif ketika

modal awal relatif rendah (Syaputra et al., 2024), berpengaruh negatif ketika modal awal dianggap tinggi (Rozak et al., 2022), serta tidak berpengaruh signifikan (Anan & Dewi, 2022). Sementara itu, *influencer* media sosial adalah individu dengan jumlah pengikut besar yang mampu mempengaruhi perilaku atau keputusan pengikutnya (Safitri & Wibowo, 2025), ditemukan berpengaruh positif signifikan dalam beberapa penelitian (Fauzianti, 2022; Trisnaningsih et al., 2022) tetapi menunjukkan pengaruh negatif terhadap minat investasi mahasiswa (Gracelius, A. 2024).

Berdasarkan tiga faktor dari *Theory of Planned Behavior*, variabel-variabel ini dapat dipetakan sesuai perannya dalam membentuk minat investasi mahasiswa. Pengetahuan investasi membuat sikap (*attitude*) mahasiswa terhadap investasi menjadi lebih positif karena mereka memahami manfaat dan risikonya secara rasional. Modal minimal meningkatkan persepsi kontrol perilaku diri (*perceived behavioral control*), sebab investasi terasa lebih mudah dan terjangkau sehingga mahasiswa merasa mampu untuk mulai berinvestasi. Sementara itu, *influencer* menjadi bagian dari norma subjektif (*subjective norms*) karena pendapat dan contoh yang diberikan figur publik dapat mendorong mahasiswa untuk mengikuti perilaku investasi yang dianggap *sosial acceptable*.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif untuk mengkaji hubungan kausal pada mahasiswa pendidikan yang berpotensi menjadi penggerak ekonomi, di tengah rendahnya partisipasi investasi meskipun tersedia galeri investasi. Celah penelitian merujuk pada studi (Febrianti & Takarini, 2023) yang berfokus pada literasi keuangan konvensional tanpa memasukkan peran *influencer* media sosial, sehingga menegaskan inkonsistensi temuan dan kesenjangan yang masih perlu dikaji lebih lanjut. Kebaruan penelitian ini terletak pada integrasi variabel *influencer* sebagai norma subjektif dalam kerangka *Theory of Planned Behavior* sehingga memperkaya perspektif sosialisasi investasi berbasis digital. Judul penelitian, "*Pengetahuan Investasi, Minimal Modal: Peran Influencer pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi UNNES 2023*", menegaskan bahwa keterbatasan modal bukan menjadi penghalang utama dalam membentuk minat investasi, selama mahasiswa memiliki pemahaman investasi yang baik dan terpapar pengaruh *influencer* yang kredibel serta relevan dengan kebutuhan generasi muda.

## TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

### *Theory of Planned Behavior (TPB)*

*Theory of Planned Behavior (TPB)* yang dikemukakan oleh (Ajzen, 1991) menjelaskan bahwa niat individu untuk melakukan suatu perilaku dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yaitu sikap terhadap perilaku (yang mencerminkan penilaian pribadi), norma subjektif (yang berkaitan dengan pengaruh sosial), serta *perceived behavioral control* (yang menunjukkan

persepsi kemudahan atau hambatan akibat keterbatasan sumber daya). TPB banyak diterapkan dalam berbagai studi perilaku, termasuk penelitian investasi, karena mampu menjelaskan proses pengambilan keputusan yang mempertimbangkan aspek rasional (Ajzen, 1991).

### **Pengaruh Pengetahuan investasi kepada minat investasi**

Penelitian ini menggunakan *Theory of Planned Behavior (TPB)* yang dikemukakan (Ajzen, 1991) untuk menjelaskan keterkaitan antara pengetahuan investasi dan minat berinvestasi, di mana pengetahuan yang memadai memperkuat sikap positif terhadap investasi serta persepsi kontrol diri dalam menghadapi risiko finansial, sehingga mendorong peningkatan niat berinvestasi secara signifikan (Prasetyo et al., 2025). TPB relevan karena menggambarkan bahwa sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku secara signifikan mempengaruhi minat berinvestasi mahasiswa, dengan pengetahuan investasi berperan sebagai faktor eksternal yang mendukung pembentukan norma subjektif dan efikasi diri dalam pengambilan keputusan rasional. Kajian empiris terdahulu secara konsisten menegaskan pengaruh positif dan signifikan ini, seperti (Ahmad et al., 2023) yang menunjukkan pengetahuan investasi mendorong minat investasi bersamaan dengan literasi keuangan dan modal minimum, (Imam, M. A. 2021) yang membuktikan kontribusi positif pengetahuan bersama manfaat, motivasi, dan modal minimum terhadap minat investasi, serta (Rizky Achmad Firdaus, 2022) yang menemukan pengaruh langsung parsial maupun simultan bersama motivasi investasi. Secara keseluruhan, kerangka TPB memberikan landasan teoritis kuat yang diperkuat temuan empiris konsisten ini, menjadikan pengetahuan investasi sebagai pendorong utama minat berinvestasi di kalangan mahasiswa.

### **H1 : Pengetahuan investasi berpengaruh terhadap minat investasi mahasiswa pendidikan ekonomi UNNES 2023**

#### **Pengaruh Minimal modal kepada minat investasi**

*Teori Planned Behavior (TPB)* menjelaskan hubungan modal minimal terhadap minat investasi melalui konstruk *perceived behavioral control (PBC)*, di mana individu yang yakin bisa mengendalikan kemampuannya seperti melalui pengelolaan keuangan efektif yang memungkinkan penumpukan dana awal rendah akan menunjukkan niat serta ketertarikan investasi lebih tinggi karena persepsi kemudahan dan kepercayaan diri meningkat (Flowerenza, M. R. 2025). Penelitian terdahulu secara konsisten menunjukkan pengaruh positif modal minimal terhadap minat berinvestasi di kalangan mahasiswa, dengan studi (Ahmad et al., 2023; Imam, M. A. 2021; Theodorus et al., 2023) secara signifikan mengonfirmasi bahwa modal minimum yang rendah memperkuat PBC, sehingga mendorong dari niat menjadi tindakan aktual investasi melalui *aksesibilitas platform digital* yang mengurangi hambatan finansial bagi investor pemula. Dengan demikian, TPB memberikan landasan teoritis yang didukung data

empiris untuk menjelaskan peran krusial modal rendah dalam membentuk perilaku investasi generasi muda.

## **H2 : Minimal modal berpengaruh terhadap minat investasi mahasiswa pendidikan ekonomi UNNES 2023**

### **Pengaruh Peran *influencer* terhadap minat investasi**

Penelitian ini mengadopsi *Theory of Planned Behavior (TPB)* dari (Ajzen, 1991) sebagai landasan analisis, yang menyatakan bahwa intensi individu untuk bertindak termasuk niat berinvestasi dipengaruhi oleh tiga elemen pokok: sikap terhadap perilaku, norma subjektif, serta *perceived behavioral control*, di mana norma subjektif melibatkan tekanan sosial dan harapan dari lingkungan termasuk dorongan akibat peran *influencer* di media sosial yang dapat membentuk sikap positif dengan menonjolkan manfaat serta peluang keuntungan sambil meminimalkan kekhawatiran risiko (Videla et al., 2025). Penelitian sebelumnya mendukung peran positif *influencer* terhadap minat investasi mahasiswa, seperti (Videla et al., 2025) yang menemukan pengaruh positif langsung *influencer* media sosial, (Fauzianti, 2022) yang menyatakan *social media influencer* mampu memberikan pengaruh signifikan pada minat mahasiswa, serta (Trisnaningsih et al., 2022) yang mengkonfirmasi pengaruh positif signifikan dengan koefisien regresi kuat. Secara keseluruhan, TPB mendukung peran *influencer* sebagai pendorong utama minat investasi mahasiswa melalui pembentukan sikap positif, norma subjektif, dan *perceived behavioral control*, sebagaimana dikonfirmasi temuan empiris konsisten dari ketiga studi tersebut

## **H3: Peran *influencer* berpengaruh terhadap minat investasi mahasiswa pendidikan ekonomi UNNES 2023**

### **Pengaruh Pengetahuan Investasi, Modal Minimum, dan Peran *Influencer* terhadap Minat Investasi.**

Pengetahuan investasi, modal minimum, dan peran *influencer* merupakan faktor saling melengkapi dalam meningkatkan minat berinvestasi melalui kerangka *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991). Pengetahuan investasi memperkuat sikap positif dan persepsi kontrol diri terhadap risiko finansial (Prasetyo et al., 2025), modal minimum mengurangi hambatan finansial melalui *perceived behavioral control* (Flowerenza, 2025), sedangkan peran *influencer* membentuk norma subjektif melalui tekanan sosial media sosial (Videla et al., 2025). Berbagai studi terdahulu secara konsisten mengkonfirmasi pengaruh positif dan signifikan ketiga variabel tersebut terhadap minat investasi (Rizky Achmad Firdaus, 2022; Trisnaningsih et al., 2022; Theodorus et al., 2023).

## **H4: Pengetahuan Investasi, Minimal Modal dan Peran *Influencer* berpengaruh terhadap minat investasi mahasiswa pendidikan ekonomi UNNES 2023**

## METODE PENELITIAN

### Metodologi

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan instrumen penelitian skala likert 1-5 untuk menganalisis pengaruh pengetahuan investasi, modal minimal, dan peran *influencer* terhadap minat investasi. Subjek penelitian adalah mahasiswa, dengan populasi seluruh mahasiswa aktif Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Semarang (UNNES) angkatan 2023. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, yaitu pemilihan responden berdasarkan kriteria tertentu, seperti mahasiswa Pendidikan Ekonomi UNNES angkatan 2023 yang telah memperoleh informasi atau materi terkait investasi serta aktif menggunakan media sosial. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 80 responden. Data penelitian dianalisis menggunakan *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) dengan uji statistik yang sesuai kebutuhan penelitian, seperti uji statistik deskriptif, uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji regresi linier berganda dan pengujian hipotesis yang terdiri dari uji t, uji f dan uji koefisien determinasi.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Deskripsi Responden

Karakteristik responden penelitian ini dideskripsikan berdasarkan program studi asal mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2023. Sebanyak 80 responden berasal dari mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi angkatan 2023, yang terdiri dari tiga peminatan. Mayoritas responden berasal dari Program Studi Pendidikan Ekonomi Koperasi 2023 dengan jumlah 36 orang atau sekitar 45% dari total responden. Selanjutnya, 34 responden (42,5%) berasal dari Program Studi Pendidikan Ekonomi Akuntansi 2023. Sementara itu, Program Studi Pendidikan Ekonomi Perkantoran 2023 menyumbang 10 responden atau sekitar 12,5% dari keseluruhan responden. Komposisi ini menunjukkan bahwa partisipasi terbesar dalam penelitian ini berasal dari mahasiswa Pendidikan Ekonomi Koperasi, disusul Akuntansi, dan yang paling sedikit dari Perkantoran.

### Uji Validitas

Uji validitas bertujuan memastikan setiap butir pernyataan dalam instrumen penelitian tersusun tepat dan sesuai dengan kerangka penelitian (Khairunnisa, 2023). Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r-hitung tiap item dengan r-tabel sebesar 0,2199. Seluruh item pada variabel Pengetahuan Investasi (X1) dan Minimal Modal (X2) dinyatakan valid karena nilai r-hitung masing-masing berada pada rentang 0,562–0,816 untuk X1 dan 0,657–0,879 untuk X2. Demikian pula, semua butir pada variabel Peran *Influencer* (X3) dengan r-hitung 0,821–0,877 serta Minat Investasi (Y) dengan r-hitung 0,698–0,897 juga

melampaui r-tabel. Dengan demikian, seluruh butir pernyataan pada keempat variabel dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian karena telah memenuhi kriteria validitas.

### **Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas dilaksanakan setelah uji validitas dengan tujuan mengetahui apakah instrumen pengukuran yang digunakan dapat diandalkan dan layak dipakai atau tidak (Khairunnisa, 2023). Uji reliabilitas pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *Cronbach's Alpha* dengan batas minimum sebesar 0,60 Variabel Pengetahuan Investasi (X1) memperoleh nilai 0,916, Minimal Modal (X2) 0,926, Peran *Influencer* (X3) 0,925, dan Minat Investasi (Y) 0,896. Seluruh nilai tersebut berada di atas batas minimum, sehingga instrumen pada keempat variabel memiliki konsistensi internal yang baik dan dinyatakan reliabel untuk digunakan dalam pengumpulan data penelitian.

### **Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik merupakan analisis untuk mengevaluasi keberadaan pelanggaran asumsi klasik dalam model regresi linear berganda OLS (Ordinary Least Square) (Mardiatmoko, 2020). Uji ini mencakup pemeriksaan normalitas residual untuk memverifikasi distribusi normal yang diperlukan bagi validitas uji hipotesis t dan F terutama pada sampel kecil, homoskedastisitas guna mendeteksi apakah varians residual konstan di seluruh tingkat variabel independen, karena heteroskedastisitas dapat memperbesar kesalahan tipe I dan II, serta multikolinearitas untuk menghindari korelasi tinggi antara variabel independen yang menyebabkan koefisien tidak stabil dan sulit diinterpretasikan. Pelanggaran asumsi-asumsi tersebut menyebabkan koefisien regresi menjadi bias dan standar error tidak akurat, sehingga mengganggu validitas keseluruhan inferensi statistik. Dengan demikian, uji asumsi klasik menjadi syarat mutlak dalam analisis ekonometrika.

### **Uji Normalitas**

Uji normalitas merupakan prosedur pengujian yang bertujuan untuk mengevaluasi distribusi data pada suatu kelompok data atau variabel, yaitu apakah data tersebut mengikuti distribusi normal atau tidak (Nurhaswinda et al., 2025). Uji normalitas yang baik ditandai distribusi data yang normal pada histogram terlihat dari bentuk kurva lonceng simetris di sekitar rata-rata, dengan frekuensi puncak di tengah dan penurunan merata ke sisi kiri-kanan tanpa deviasi mencolok. Pada P-plot, titik data mengikuti garis diagonal secara rapat, menunjukkan keselarasan residual dengan distribusi normal teoritis, didukung p-value  $>0,05$  yang mengonfirmasi pemenuhan asumsi normalitas statistik. Dapat dilihat pada data hasil analisis, nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,069. Karena angka ini lebih tinggi daripada 0,05, maka dapat dinyatakan bahwa residual pada model regresi memenuhi asumsi normalitas.

### Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mendeteksi adanya korelasi di antara variabel independen dalam model regresi. Model regresi yang ideal harus bebas dari multikolinearitas, sehingga tidak terjadi hubungan saling berkorelasi antar variabel independen (Kasenda, 2013). Model dinyatakan bebas multikolinearitas jika semua variabel independen memiliki Tolerance > 0,10 dan VIF < 10, sebagaimana terlihat pada tabel di mana Pengetahuan Investasi (Tolerance 0.552, VIF 1.811), Modal Minimal (0.754, 1.327), dan Peran *Influencer* (0.669, 1.495) semuanya memenuhi kriteria tersebut.

### Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas merupakan prosedur statistik untuk menguji apakah varian residual dalam model regresi tetap konstan di sepanjang observasi (Firdausya & Indawati, 2023). Model dinyatakan homoskedastis jika p-value > 0,05 dan *scatterplot residual versus predicted value* membentuk pola acak tanpa pola kerucut. Tabel Coefficients menguatkan homoskedastisitas dengan nilai Sig. konsisten (Constant: 0.000, Pengetahuan Investasi: 0.050, Minimal Modal: 0.363, Peran *Influencer*: 0.751) yang tidak menunjukkan perubahan varian. Konsisten dengan *scatterplot* residual acak yang memenuhi asumsi klasik oleh karena itu, model bebas heteroskedastisitas (memenuhi homoskedastisitas).

### Uji Regresi Linier Berganda

Analisis atau uji regresi merupakan studi mengenai hubungan antara satu variabel terikat dengan satu atau lebih variabel bebas. Jika variabel bebas hanya satu, maka analisis regresi tersebut disebut regresi linier sederhana. Sedangkan jika variabel bebas lebih dari satu, analisis regresi tersebut dikenal sebagai regresi linier berganda (YULIARA MADE I, 2019). Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda untuk mengukur pengaruh pengetahuan investasi (X1), minimal modal (X2) dan peran *influencer* (X3) terhadap minat investasi (Y). Adapun persamaan regresi linier berganda adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$
$$Y = 3.069 + 0,192X_1 + 0,264X_2 + 0,147X_3$$

Dimana:

- Y = Variabel terikat
- X = Variabel bebas
- a = Konstanta
- b = Koefisien regresi

Konstanta (a = 3.069): Nilai ini merepresentasikan tingkat minat investasi (Y) rata-rata ketika semua variabel bebas bernilai nol, yaitu pengetahuan investasi (X1 = 0), modal minimal (X2 = 0), dan peran *influencer* (X3 = 0). Secara praktis, ini menunjukkan titik awal minat investasi sebesar 3.069 unit.

Koefisien b1 (0.192 untuk X1: Pengetahuan Investasi): Setiap peningkatan 1 unit pada pengetahuan investasi akan meningkatkan minat investasi sebesar 0.192 unit, dengan catatan variabel X2 dan X3 dianggap konstan. Ini mengindikasikan pengaruh positif dan sedang dari pengetahuan terhadap minat.

Koefisien b2 (0.264 untuk X2: Modal Minimal): Peningkatan 1 unit pada modal minimal menghasilkan kenaikan minat investasi sebesar 0.264 unit, asumsikan X1 dan X3 tetap. Koefisien tertinggi ini menyoroti bahwa aksesibilitas modal memiliki dampak paling kuat di antara variabel independen.

Koefisien b3 (0.147 untuk X3: Peran *Influencer*): Tiap kenaikan 1 unit peran *influencer* meningkatkan Y sebesar 0.147 unit, dengan X1 dan X2 konstan. Pengaruh ini positif namun relatif lebih lemah dibandingkan variabel lain.

### Uji t (Parsial)

#### Uji Hipotesis Pengetahuan Investasi

Hasil uji t parsial menunjukkan nilai t hitung = 2.845 lebih besar daripada t tabel = 1.992 (df = 76,  $\alpha = 0,05$  dua arah). Nilai signifikansi (Sig.) sebesar  $0,006 < 0,05$  menunjukkan bahwa pengetahuan investasi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat investasi.

**H1: Pengetahuan investasi berpengaruh signifikan terhadap minat investasi, diterima.**

#### Uji Hipotesis Modal Minimal

Uji t menghasilkan t hitung = 4.007 yang jauh melebihi t tabel = 1.992 (df = 76,  $\alpha = 0,05$ ). Tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$  mengindikasikan bahwa modal minimal memiliki pengaruh signifikan secara parsial dan terkuat terhadap minat investasi dibandingkan variabel lainnya.

**H2: Minimal modal berpengaruh signifikan terhadap minat investasi, diterima.**

#### Uji Hipotesis Peran *Influencer*

Analisis uji t parsial memperlihatkan t hitung = 1.787 lebih rendah dari t tabel = 1.992 (df = 76,  $\alpha = 0,05$ ). Nilai signifikansi  $0,078 > 0,05$  menunjukkan bahwa peran *influencer* tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat investasi pada tingkat kepercayaan 95%.

**H3: Peran *influencer* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat investasi, ditolak.**

### Uji f (Simultan)

Hasil uji F yang telah dilakukan peneliti menunjukkan f hitung = 24.622 jauh lebih besar daripada f tabel = 2,49 (df regresi = 3, df residual = 76,  $\alpha = 0,05$ ). Nilai signifikansi Sig. =  $0,000 < 0,05$  mengindikasikan bahwa pengetahuan investasi (X1), modal minimal (X2), dan peran *influencer* (X3) secara simultan berpengaruh positif terhadap minat investasi (Y) mahasiswa pendidikan ekonomi UNNES 2023 pada tingkat kepercayaan 95%. Hipotesis nol ditolak, model regresi layak digunakan.

### Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi pada dasarnya mengukur sejauh mana kemampuan model regresi dalam menjelaskan variasi variabel terikat. Koefisien ini dihitung dengan mengkuadratkan koefisien korelasi atau melalui nilai  $R^2$  (R Square) (Reza Nurul Ichsan, 2021). Model regresi yang dianalisis menghasilkan nilai korelasi multiple R sebesar 0,702 yang menunjukkan hubungan yang erat antara variabel independen dengan minat investasi. Nilai Adjusted R Square 0,473 atau 47,3% menggambarkan bahwa pengetahuan investasi, modal minimal, dan peran influencer secara simultan mampu menjelaskan 47,3% variabilitas minat investasi, dengan sisa 52,7% dipengaruhi faktor lain di luar model penelitian ini.

### Diskusi

#### **Pengaruh Pengetahuan Investasi, Minimal Modal, Peran *Influencer* terhadap Minat Investasi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi UNNES 2023**

Berdasarkan hasil analisis data regresi, hipotesis penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan investasi (X1), minimal modal (X2), dan peran *influencer* (X3) berpengaruh secara simultan terhadap minat investasi (Y). Tabel ANOVA menunjukkan nilai f hitung 24.622 lebih besar daripada f tabel = 2,49 dengan signifikansi (Sig.) 0.000 ( $< 0.05$ ), yang mengkonfirmasi pengaruh simultan ketiga variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai *Sum of Squares* regresi (725.952) dari total (1472.888) juga mengindikasikan kontribusi model sebesar sekitar 49.3% terhadap variasi minat investasi. Hal ini sejalan dengan penelitian (Ahmad et al., 2023; Rizky Achmad Firdaus, 2022; Videla et al., 2025) bahwa ketiga variabel berpengaruh terhadap minat investasi, di mana pengetahuan investasi menjadi dasar utama bagi individu dalam membangun minat investasi sebelum mempertimbangkan modal minimal maupun pengaruh dari peran *influencer*. Pemahaman mendalam tentang investasi memungkinkan pengambilan keputusan yang rasional dan terencana. Dengan fondasi pengetahuan tersebut, individu lebih siap memanfaatkan kemudahan akses modal minimal melalui *platform* investasi digital serta berpengaruh positif oleh peran *influencer* sebagai penyedia informasi kredibel, sehingga meningkatkan minat investasi secara signifikan.

#### **Pengaruh Pengetahuan Investasi terhadap Minat Investasi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi UNNES 2023**

Berdasarkan tabel koefisien regresi, pengetahuan investasi (X1) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat investasi (Y) dengan koefisien B = 0.192 ( $\beta = 0.313$ ), t hitung = 2.845  $>$  t tabel = 1.992 (df = 76,  $\alpha = 0.05$ ), dan Sig. = 0.006  $<$  0.05. Hasil uji t parsial ini mengonfirmasi bahwa peningkatan pengetahuan investasi secara langsung mendorong minat investasi mahasiswa. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Rizky Achmad Firdaus, 2022) yang menyatakan bahwa pengetahuan investasi berpengaruh langsung baik secara parsial maupun

simultan terhadap minat investasi mahasiswa. Pemahaman mendalam tentang konsep investasi seperti risiko-risiko, instrumen pasar modal, dan strategi diversifikasi memungkinkan mahasiswa mengurangi ketidakpastian persepsi dan membentuk sikap positif (*attitude*) terhadap investasi sesuai *Theory of Planned Behavior*. Hal ini menjadi pondasi utama intensi berinvestasi di kalangan generasi muda, karena pengetahuan mengubah persepsi "investasi berisiko tinggi" menjadi peluang keuangan terukur yang rasional.

#### **Pengaruh Minimal Modal terhadap Minat Investasi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi UNNES 2023**

Berdasarkan tabel koefisien regresi, modal minimal (X2) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat investasi (Y) dengan koefisien  $B = 0.264$  ( $\beta = 0.377$ ),  $t$  hitung = 4.007 >>  $t$  tabel = 1.992 ( $df = 76$ ,  $\alpha = 0.05$ ), dan  $Sig. = 0.000 < 0.05$ . Pengaruh ini merupakan yang terkuat di antara variabel independen, mengindikasikan bahwa penurunan modal minimum secara langsung mendorong peningkatan minat investasi mahasiswa secara substansial. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Ahmad et al., 2023) yang menemukan bahwa modal minimal berpengaruh positif signifikan terhadap minat investasi studi ini menegaskan bahwa *Aksesibilitas* modal rendah melalui *platform* investasi digital secara langsung meningkatkan *perceived behavioral control* dalam *Theory of Planned Behavior*, dimana mahasiswa merasa lebih mampu (*self-efficacy*) mengontrol faktor eksternal untuk berinvestasi. Hal ini mempercepat transformasi minat (*intention*) menjadi perilaku investasi aktual, karena hambatan finansial yang rendah memungkinkan *trial-and-error learning* tanpa resiko besar, konsisten dengan temuan  $t=4.007$  ( $Sig.=0.000$ ) yang menunjukkan pengaruh terkuat dari X2 ( $\beta=0.377$ ).

#### **Pengaruh Peran Influencer terhadap Minat Investasi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi UNNES 2023**

Berdasarkan tabel koefisien regresi, peran *influencer* (X3) tidak berpengaruh positif signifikan secara parsial terhadap minat investasi (Y) dengan koefisien  $B = 0.147$  ( $\beta = 0.179$ ),  $t$  hitung = 1.787 <  $t$  tabel = 1.992 ( $df = 76$ ,  $\alpha = 0.05$ ), dan  $Sig. = 0.078 > 0.05$ . Uji  $t$  parsial menunjukkan bahwa meskipun terdapat pengaruh positif arah ( $t$  positif), pengaruh peran *influencer* tidak mencapai signifikansi statistik pada tingkat kepercayaan 95%, berbeda dengan X1 ( $Sig. 0.006$ ) dan X2 ( $Sig. 0.000$ ) yang signifikan. Secara umum, peran *influencer* cenderung memiliki pengaruh negatif terhadap minat investasi dalam konteks investor yang memiliki literasi finansial baik, karena mahasiswa dengan pengetahuan investasi tinggi ( $\beta = 0.313$ ) lebih kritis terhadap rekomendasi *influencer* yang sering kali bersifat promosi daripada edukatif. Hal ini mengindikasikan bahwa dalam sampel penelitian ini, peran *influencer* tidak secara independen mendorong minat investasi, melainkan dapat menimbulkan *skeptisisme* atau *distrust*

di kalangan audiens akademik yang mengutamakan analisis rasional dan *aksesibilitas finansial* ( $\beta = 0.377$ ) daripada pengaruh sosial media eksternal. Penelitian ini sejalan dengan penelitian (Gracelius, A. 2024) yang menyatakan bahwa peran *influencer* berpengaruh negatif terhadap minat investasi.

### KESIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan pengetahuan investasi (X1), minimal modal (X2) dan peran *influencer* (X3) berpengaruh positif secara simultan terhadap minat investasi (Y) mahasiswa Pendidikan Ekonomi UNNES 2023. Secara parsial, pengetahuan investasi (X1) dan modal minimal (X2) berpengaruh positif signifikan. Sedangkan, peran *influencer* (X3) tidak berpengaruh signifikan secara parsial. Hal ini dikarenakan pengetahuan investasi dan modal minimal keduanya menangani hambatan inti dalam *Theory of Planned Behavior (TPB)*: pengetahuan investasi membentuk *attitude* positif dengan mengubah persepsi "investasi berisiko tinggi" menjadi peluang rasional melalui pemahaman risiko, instrumen pasar modal, dan diversifikasi sehingga mahasiswa merasa percaya diri secara kognitif. Sementara itu, modal minimal meningkatkan *perceived behavioral control* dengan aksesibilitas rendah yang buat mahasiswa merasa mampu mulai berinvestasi tanpa beban finansial besar, fasilitasi *trial-and-error*, dan percepat *intention* menjadi aksi. Sebaliknya, peran *influencer* tidak berpengaruh karena mahasiswa Pendidikan Ekonomi berliterasi tinggi cenderung skeptis terhadap konten promosional, yang menimbulkan *distrust* daripada *subjective norm*. Mereka memprioritaskan analisis rasional daripada hype sosial media, sehingga pengaruh sosial eksternal kalah oleh faktor internal kognitif dan kontrol.

Penelitian ini menyarankan untuk penelitian selanjutnya menambahkan variabel lain seperti literasi keuangan dan self-efficacy dengan tujuan agar penelitian yang akan datang bisa menjangkau aspek perilaku investasi yang lebih komprehensif, mengingat literasi keuangan memperkuat sikap rasional terhadap risiko dan self-efficacy meningkatkan persepsi kontrol diri mahasiswa dalam menghadapi fluktuasi pasar modal. Kampus dan Otoritas Jasa Keuangan diharapkan memberikan dukungan dengan berfokus pada upaya mengubah persepsi mahasiswa mengenai pentingnya modal receh melalui optimalisasi Galeri Investasi dan workshop digital. Perubahan persepsi ini akan mendorong minat investasi yang lebih besar, meningkatkan pemahaman pengetahuan investasi, serta memperluas partisipasi generasi muda di pasar modal, sehingga pada akhirnya mampu memperkuat kemandirian finansial mahasiswa secara berkelanjutan.

### DAFTAR PUSTAKA

Aprilia, Z. (2025). "Didorong Gen Z, Jumlah Investor Meningkat 18% Sepanjang 2025." CNBC INDONESIA. <https://www.cnbcindonesia.com/market/20250811143012-17-656958/didorong-gen-z-jumlah-investor-meningkat-18-sepanjang-2025>

- Anan, M. W., & Devi, S. (2023). Pengaruh modal minimal, tingkat risiko, return, tingkat pengetahuan investasi, lingkungan sosial dan fasilitas online terhadap minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal. *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Sains dan Humaniora*, 7(1), 48-60.
- Ahmad, R. M., Handayani, A., & Reviandani, W. (2023). The Influence of Investment Knowledge, Financial Literacy, and Minimum Capital on Student Investment Interests at the Universitas Muhammadiyah Gresik Investment Gallery. *Innovation Research Journal*, 4(1), 58. <https://doi.org/10.30587/innovation.v4i1.5667>
- 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)
- Dewi, N. P. E., & Sinarwati, N. K. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Efikasi Keuangan, Modal Minimal, dan Kemajuan Teknologi terhadap Minat Investasi Reksa Dana pada Generasi Z di Kota Denpasar. *Jurnal Akuntansi Profesi*, 15(03), 632–642.
- Fauzianti, A. (2022). Pengaruh Modal Awal Investasi, Pengetahuan Investasi, Sosial Media influencer Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Akuntansi Universitas Tidar The Effect of Initial Investment Capital, Investment Knowledge, Social Media influencers on Investment Interest of. *Jurnal Sinar Manajemen*, 9, 26–35. <https://www.jurnal.unismuhpalu.ac.id/index.php/JSM/article/view/2323/1997>
- Febrianti, N., & Takarini, N. (2023). The Effect of Financial Literacy, Investment Knowledge, and Minimum Capital on Student Interest in Investing in the Capital Market. *Journal of Economics, Finance and Management Studies*, 06(08), 55–65. <https://doi.org/10.47191/jefms/v6-i8-58>
- Firdausya, F. A., & Indawati, R. (2023). Perbandingan Uji Glejser Dan Uji Park Dalam Mendeteksi Heteroskedastisitas Pada Angka Kematian Ibu Di Provinsi Jawa Timur Tahun 2020. *Jurnal Ners*, 7(1), 793–796. <https://doi.org/10.31004/jn.v7i1.14069>
- Gracelius, A. (2024). *PENGARUH SOCIAL MEDIA INFLUENCER TERHADAP MINAT INVESTASI DENGAN FINANCIAL SELF-EFFICACY SEBAGAI VARIABEL MODERASI* (Doctoral dissertation, Universitas Kristen Duta Wacana).
- Halim, E., & Karami, R. H. (2020). Information systems, social media influencers and subjective norms impact to purchase intentions in e-commerce. *Proceedings of 2020 International Conference on Information Management and Technology, ICIMTech 2020, August*, 899–904. <https://doi.org/10.1109/ICIMTech50083.2020.9211117>
- Hasan, M. Y. A., Diana, N., & Junaidi, J. (2022). Pengaruh Pengetahuan Investasi, Modal Minimal Investasi Dan Motivasi Investasi terhadap minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Malang). *E-Jra = E-Jurnal Riset Akuntansi*, 11(04), 49–57.
- Jun, S., Rachma, A. M., & Hakim, L. (2024). Studi Literatur Analisis Pengaruh Sosial Media influencer Dalam Meningkatkan Minat Investasi Milenial. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 16(3), 594–606. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v16i3>
- Kasenda, R. (2013). Kompetensi Dan Motivasi Pengaruhnya Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Bangun Wenang Beverage Company Manado. *Jurnal EMBA*, 1(3), 853–859. <https://doi.org/2303-1174>
- Khairunnisa, Y. M. (2023). Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrument Penilaian Kinerja Dosen. *Jurnal Sains Dan Teknologi*, 4(2), 21–24.
- Kusmawati, K. (2011). Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Berinvestasi Di Pasar Modal Dengan Pemahaman Investasi Dan Usia Sebagai Variabel Moderat. *Jurnal Ekonomi Dan Informasi Akuntansi (JENIUS)*, 1(2), 103–117.
- Mardiatmoko, G. (2020). PENTINGNYA UJI ASUMSI KLASIK PADA ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA ( STUDI KASUS PENYUSUNAN PERSAMAAN ALLOMETRIK KENARI MUDA [ CANARIUM INDICUM L .]) The Importance of the Classical Assumption Test in Multiple Linear Regression Analysis ( A Case Study of. *Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333–342.

- Nurhaswinda, Zulkifli, A., Gusniati, J., Zulefni, M. S., Afendi, R. A., Asni, W., & Fitriani, Y. (2025). Tutorial uji normalitas dan uji homogenitas dengan menggunakan aplikasi SPSS. *Jurnal Cahaya Nusantara*, 1(2), 55–68. <https://jurnal.cahayapublikasi.com/index.php/jcn/article/view/25>
- Prajawati, M., Ainiyah, F., & Yuliana, I. (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>
- Prasetyo, D. B., Pandji, N., Agung, M., Minarso, B., & Susilowati, E. (2025). YUME : Journal of Management Pengaruh Pengetahuan Investasi , Modal Investasi , Dan Motivasi Investasi Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal ( Studi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dian Nuswantoro Semarang ). *YUME : Journal of Management*, 8(1), 923–941.
- Reza Nurul Ichsan, A. K. (2021). Kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pt. jasa raharja medan. *Jurnal Penelitian Pendidikan Sosial Humaniora*, 6(1), 1–4.
- Rizky Achmad Firdaus, N. I. (2022). 1434-File Utama Naskah-6775-1-10-20220425. *Jurnal Keuangan Negara Dan Kebijakan Publik*, 2(PENGARUH PENGETAHUAN INVESTASI DAN MOTIVASI INVESTASI TERHADAP MINAT INVESTASI MAHASISWA POLITEKNIK KEUANGAN NEGARA STAN DI PASAR), 1–13.
- Rizkynanda, M., & Rahayuningsih, S. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan, Pengelolaan Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Kesiapan Finansial Generasi Z Mahasiswa di Surabaya dan Sidoarjo. *Jurnal Manajemen, Organisasi Dan Bisnis*, 14(01), 58–69.
- Rozak, A., Waspada, I., & Sari, M. (2022). Analysis of Minimum Capital, Risk, and Knowledge in Affecting Students' Interest in Investing with Moderated Income in Indonesian Capital Market. *Proceedings of the 6th Global Conference on Business, Management, and Entrepreneurship (GCBME 2021)*, 657(Gcbme 2021), 81–87. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.220701.018>
- Safitri, N. A., & Wibowo, P. A. (2025). *Oikonomia : Jurnal Manajemen The Influence of Financial Literacy , Risk Preferences , and Social Media influencers on Investment Interests of the Millennial Generation*. 21(2), 109–124. <https://journal.unas.ac.id/oikonamia/article/view/4027>
- 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. <https://doi.org/10.47065/jtear.v4i1.821>
- Sumaiya, A., Meliala, M. S., & Setiawan, T. A. (2022). the Influence of Investment Knowledge, Investment Motivation and Financial Literature on Investment Interest (Case Study in Indonesia Students Who Have Invested). *Indikator: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 112. <https://doi.org/10.22441/indikator.v6i2.14153>
- Syaputra, S. H., Armiani, A., Wardah, S., & Pirdaus, I. (2024). Pengaruh Motivasi, Modal Minimal, Pengetahuan Investasi, dan Teknologi Informasi terhadap Minat Berinvestasi Mahasiswa di Pasar Modal. *Kompeten: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 2(4), 762–774. <https://doi.org/10.57141/kompeten.v2i4.93>
- Theodorus, F., Patricia, V. I., & Meiryani. (2023). The Influence of Financial Technology, Minimum Capital, and Financial Literacy on Student Investment Interest. *E3S Web of Conferences*, 426. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202342601109>
- Trisaningsih, T., .Sihabudin, S., & 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>
- Videla, M., Dirgantara, R., Cholid Mawardi, M., & Rudhiningtyas, D. A. (2025). Pengaruh Literasi Investasi, Persepsi Risiko, dan Pengaruh influencer di Media Sosial terhadap Minat Investasi (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Malang). *E\_Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, 14(02), 1–7. <http://jim.unisma.ac.id/index.php/jra>,
- Widiarti, A., Wulandari, R., Risal, & Adetia, N. (2024). 2.+Aika+Widiarti,+Risal,+Renny+Wulandari,+Nova+Adetia. *Jurnal Akuntansi, Auditing Dan Investasi (JAADI)*, Vol. 4, No(2), 65–73. [www.jurnal.akuntansi.upb.ac.id](http://www.jurnal.akuntansi.upb.ac.id)

Wiyono, D. A., & Asyik, N. F. (2023). 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. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 8.

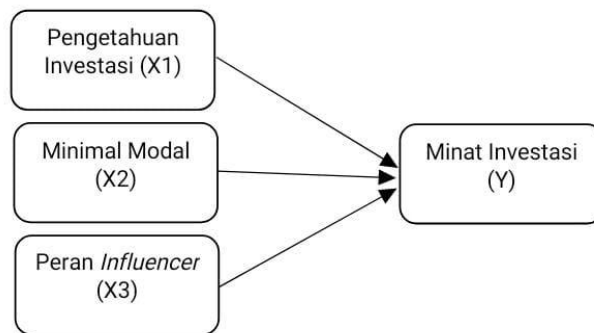
YULIARA MADE I. (2019). Modul Regresi Linier Berganda. *Universitas Udayana*, 18.

**GAMBAR DAN TABEL**

Tabel 1: Total *single investor identification* tahun 2021-2024

No.	Tahun	Jumlah single investor identification
1.	2021	7.416.349
2.	2022	10.242.207
3.	2023	12.102.874
4.	2024	14.805.066

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan (OJK)



Gambar 1: Kerangka Berpikir

Tabel 2: Definisi Operasional

<p>Pengetahuan Investasi (X1) Pengetahuan investasi merupakan pemahaman mengenai potensi keuntungan dan risiko dalam kegiatan investasi (Amrul &amp; Wardah, 2020)</p>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya memahami cara menilai kelayakan suatu investasi sebelum memutuskan untuk berinvestasi.</li> <li>2. Saya menguasai jenis-jenis investasi yang ada sebelum memulai investasi.</li> <li>3. Saya mampu mengidentifikasi tingkat risiko yang terkait dengan investasi yang saya lakukan.</li> <li>4. Saya mengerti bahwa investasi dengan tingkat pengembalian tinggi biasanya memiliki risiko yang lebih tinggi.</li> <li>5. Saya selalu mempelajari informasi penting terkait investasi yang akan saya lakukan sebelum berinvestasi.</li> <li>6. Saya yakin bisa menghitung potensi keuntungan (<i>return</i>) dari suatu investasi dengan baik.</li> <li>7. Saya paham cara mengukur risiko kerugian dalam investasi yang saya pilih.</li> <li>8. Saya biasanya membandingkan potensi <i>return</i> dari beberapa pilihan investasi sebelum menentukan pilihan.</li> <li>9. Saya menyadari bahwa pengetahuan yang saya miliki sebelum investasi sangat mempengaruhi keputusan investasi saya.</li> <li>10. Saya memperhatikan tingkat risiko investasi sebagai faktor utama dalam keputusan investasi saya</li> </ol> <p>Sumber: (Himmah et al., 2020)</p>

Minimal Modal (X2)

Modal minimal investasi adalah besaran dana awal terendah untuk memulai investasi (Jusman & Lestari, 2024)

1. Saya merasa penetapan modal awal investasi yang rendah sangat cocok untuk mahasiswa seperti saya memulai investasi.
2. Modal minimal investasi yang terjangkau memudahkan saya untuk terlibat di pasar modal.
3. Saya lebih tertarik berinvestasi jika pembelian minimal saham tidak terlalu besar dan sesuai budget mahasiswa.
4. Saya merasa nyaman jika dapat menambah modal investasi secara bertahap sesuai dengan kemampuan keuangan saya.
5. Saya merasa nyaman jika dapat menambah modal investasi secara bertahap sesuai dengan kemampuan keuangan saya.
6. Penetapan modal awal yang fleksibel menjadi faktor penting dalam keputusan saya untuk mulai berinvestasi.
7. Modal minimal yang terlalu besar akan mengurangi minat saya sebagai mahasiswa untuk berinvestasi.
8. Saya merasa pembelian minimal saham yang kecil memudahkan saya mempelajari investasi pasar modal.
9. Saya cenderung aktif menambah modal investasi ketika melihat hasil yang positif.
10. Saya merasa bisa dengan mudah mengelola investasi saya jika ada opsi untuk mengurangi modal tanpa prosedur yang rumit.

Sumber: (Himmah et al., 2020)

Peran *Influencer* (X3)

*Influencer* media sosial adalah individu dengan jumlah pengikut besar yang mampu mempengaruhi perilaku atau keputusan pengikutnya (Safitri & Wibowo, 2025)

1. Saya berinvestasi karena popularitas dari *influencer* media sosial
2. Saya berinvestasi karena pengaruh *influencer* media sosial yang jujur dalam memberikan edukasi kepada *followersnya*
3. Saya berinvestasi karena pengaruh *influencer* media sosial yang mempunyai pengetahuan dan keahlian dalam bidang investasi
4. Saya berinvestasi karena pengaruh *influencer* media sosial yang memiliki kepribadian yang menyenangkan
5. Saya berinvestasi karena saya mempunyai pemecahan masalah yang sama dengan yang di edukasikan oleh *influencer* media sosial
6. Saya berinvestasi karena sikap dari *influencer* media sosial yang saya kagumi/tiru.

Sumber: (Halim & Karami, 2020)

Minat Investasi (Y)

Menurut Widiarti et al. (2024), minat investasi adalah hasrat seseorang guna mengalokasikan dana mereka dengan harapan memperoleh untung di masa depan.

1. Sebagai mahasiswa, saya akan bertanya tentang investasi kepada dosen atau senior yang sudah berpengalaman berinvestasi.
2. Sebagai mahasiswa, saya termotivasi untuk belajar dan menggali informasi terkait investasi melalui kuliah atau seminar.
3. Sebagai mahasiswa, saya akan mempelajari bagaimana cara berinvestasi melalui aplikasi atau *platform* digital yang mudah diakses.
4. Sebagai mahasiswa, saya berusaha meluangkan waktu di sela kuliah untuk memantau perkembangan harga saham.
5. Sebagai mahasiswa, kemungkinan besar saya akan mulai berinvestasi di masa depan setelah lulus kuliah.
6. Sebagai mahasiswa, saya terdorong untuk berinvestasi karena banyaknya informasi penting dari media sosial, seminar kampus, atau teman sejawat.

Sumber: (Kusmawati, 2011)

Table 3: profil identitas responden

Kategori	Jumlah	Presentase
Program Studi Pendidikan Ekonomi Koperasi 2023	36	45%
Pendidikan Ekonomi Akuntansi 2023	34	42,5%
Pendidikan Ekonomi Perkantoran 2023	10	12,5%

Sumber: Hasil olah data peneliti, 2026

Table 4: Hasil uji Validitas

Item	R-hitung	Item	R-hitung	R-tabel	Status
X1.1	0,792	X2.1	0,778	0,2199	Valid
X1.2	0,792	X2.2	0,800	0,2199	Valid
X1.3	0,816	X2.3	0,879	0,2199	Valid
X1.4	0,675	X2.4	0,753	0,2199	Valid
X1.5	0,813	X2.5	0,804	0,2199	Valid
X1.6	0,734	X2.6	0,691	0,2199	Valid
X1.7	0,809	X2.7	0,770	0,2199	Valid
X1.8	0,562	X2.8	0,870	0,2199	Valid
X1.9	0,800	X2.9	0,657	0,2199	Valid
X1.10	0,753	X2.10	0,721	0,2199	Valid
Item	R-hitung	Item	R-hitung	R-tabel	Status
X3.1	0,821	Y.1	0,830	0,2199	Valid
X3.2	0,851	Y.2	0,897	0,2199	Valid
X3.3	0,836	Y.3	0,838	0,2199	Valid
X3.4	0,870	Y.4	0,744	0,2199	Valid
X3.5	0,877	Y.5	0,698	0,2199	Valid
X3.6	0,864	Y.6	0,863	0,2199	Valid

Sumber: Hasil olah data peneliti, 2026

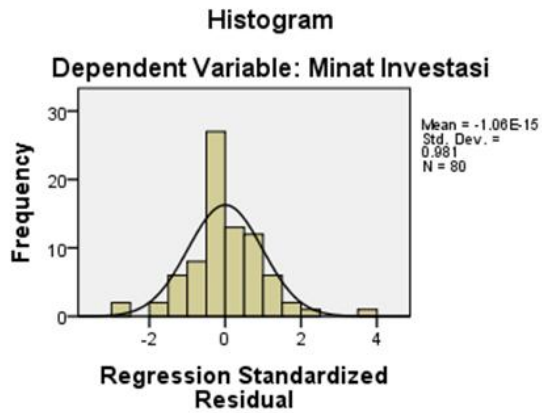
Tabel 5: Hasil uji Reabilitas

Konstruk	Cronbach's Alpha	Batas Minimum	Keterangan
Pengetahuan Investasi (X1)	0,916	0,60	Reliabel
Minimal Modal (X2)	0,926	0,60	Reliabel
Peran Influencer (X3)	0,925	0,60	Reliabel

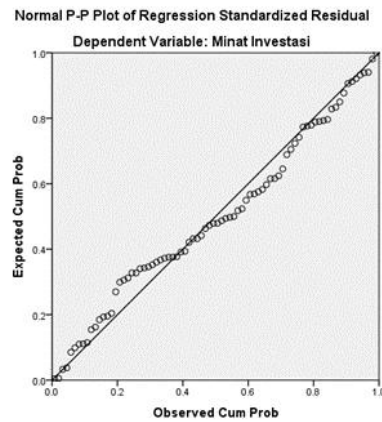
Minat Investasi (Y)	0,896	0,60	Reliabel
---------------------	-------	------	----------

Sumber: Hasil olah data peneliti, 2026

Uji Asumsi Klasik



Gambar 2: Histogram  
Sumber: Hasil olah data peneliti, 2026



Gambar 3: Normal p-plot  
Sumber: Hasil olah data peneliti, 2026

Tabel 6: Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.07487868
Most Extreme Differences	Absolute	.095
	Positif	.074
	Negative	-.095
Test Statistic		.095
Asymp. Sig. (2-tailed)		.069 <sup>c</sup>

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction

Sumber: Hasil olah data peneliti, 2026

Tabel 7: Uji Multikolinieritas  
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
1 (Constant)			
Pengetahuan Investasi	.552	1.811	Tidak terjadi multikolinieritas
Minimal Modal	.754	1.327	Tidak terjadi multikolinieritas
Peran Influencer	.669	1.495	Tidak terjadi multikolinieritas

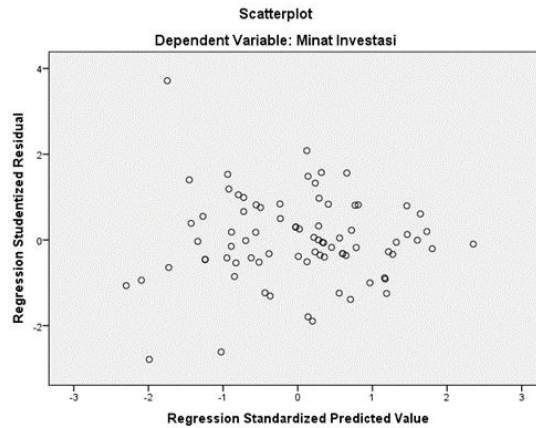
Sumber: Hasil olah data peneliti, 2026

Tabel 8: Uji Heteroskedastisitas  
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6.538	1.543		4.237	.000

Pengetahuan Investasi	-.086	.043	-.290	-1.994	.050
Minimal Modal	-.038	.042	-.114	-.915	.363
Peran Influencer	.017	.052	.042	.318	.751

Sumber: Hasil olah data peneliti, 2026



Gambar 4: Scatterplot

Tabel 9: Hasil Uji Regresi Linier Berganda Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Unstandardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.069	2.422		1.267	.209
Pengetahuan Investasi	.192	.068	.313	2.845	.006
Minimal Modal	.264	.066	.377	4.007	.000
Peran Influencer	.147	.082	.179	1.787	.078

Sumber: Hasil olah data peneliti, 2026

Tabel 10: Hasil Uji simultan (Uji F)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	725.952	3	241.984	24.622	.000
Residual	746.935	76	9.828		
Total	1472.888	79			

a. Dependent Variable: Minat Investasi.

b. Predictors: (Constant), Peran Influencer, Minimal Modal, Pengetahuan Investasi

Sumber: Hasil olah data peneliti, 2026

Tabel 11: Uji parsial (Uji T)

Model	Unstandardized Coefficients		Unstandardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.069	2.422		1.267	.209
Pengetahuan Investasi	.192	.068	.313	2.845	.006
Minimal Modal	.264	.066	.377	4.007	.000
Peran Influencer	.147	.082	.179	1.787	.078

a. Dependent Variable: Minat Investasi

Sumber: Hasil olah data peneliti, 2026

Tabel 14: Hasil uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.702 <sup>a</sup>	.493	.473	3.135