



Pengaruh Literasi Keuangan, Motivasi Keuangan, Kemajuan Teknologi, Sosial Media Terhadap Minat Investasi Generasi Z

Shinta Yulita Sari*, Purwo Adi Wibowo

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara, Jepara

Jalan Taman Siswa, Pekeng, Kauman, Kec. Tahunan, Kab. Jepara, Jawa Tengah, Indonesia

Email: ¹*shintayulita79@gmail.com, ²purwoadiwibowo@unisnu.ac.id

Email Penulis Korespondensi: shintayulita79@gmail.com

Submitted: 22/01/2025; Accepted: 26/02/2025; Published: 27/02/2025

Abstrak-Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh dari literasi keuangan, motivasi keuangan, kemajuan teknologi, dan sosial media terhadap minat berinvestasi di pasar modal pada Generasi Z di Kabupaten Jepara. Dalam penelitian ini digunakan pendekatan kuantitatif dengan populasi yang sebanyak 388.337 Generasi Z di Kabupaten Jepara. Teknik pemilihan sampel yang digunakan teknik purposive sampling, serta selama periode penelitian didapatkan 100 responden. Data primer pada penelitian ini diperoleh melalui pembagian kuesioner, sementara data sekunder terdiri dari penelitian sebelumnya dan informasi yang mendukung hasil penelitian. Teknik analisa yang digunakan yaitu regresi linear berganda serta pengolahan data menggunakan SPSS 25. Temuan pada penelitian ini menyatakan bahwa variabel literasi keuangan, motivasi keuangan, kemajuan teknologi, dan sosial media terbukti mempunyai pengaruh yang positif serta signifikan pada minat berinvestasi di pasar modal terhadap Generasi Z di Kabupaten Jepara dengan nilai t hitung $> 1,660$ serta nilai probabilitas signifikansi $< 0,05$. Generasi Z di Kabupaten Jepara menunjukkan ketertarikan besar pada Investasi di pasar modal, yang didorong oleh peningkatan pemahaman tentang keuangan, kemajuan teknologi, dan peranan media sosial dalam menyediakan informasi serta mempermudah akses investasi secara online.

Kata Kunci: Literasi Keuangan; Motivasi Keuangan; Kemajuan Teknologi; Sosial Media; Minat Investasi; Pasar Modal

Abstract-This study aims to analyze the influence of financial literacy, financial motivation, technological advances, and social media on the interest in investing in the capital market among Generation Z in Jepara Regency. In this research, a quantitative approach was used with a population of 388.337 Generation Z in Jepara Regency. The sample selection technique used was purposive sampling, and during the research period 100 respondents were obtained. Primary data in this research was obtained through distributing questionnaires, while secondary data consisted of previous research and information that supports the research results. The analysis technique used is multiple linear regression and data processing using SPSS 25. The findings in this research state that the variables of financial literacy, financial motivation, technological progress and social media are proven to have a positive and significant influence on interest in investing in the capital market for Generation Z. in the Jepara Regency with a calculated t value > 1.660 and a significance probability value < 0.05 . Generation Z in Jepara Regency shows great interest in investing in the capital market, which is driven by increased understanding of finance, technological advances, and the role of social media in providing information and making it easier to access investment online.

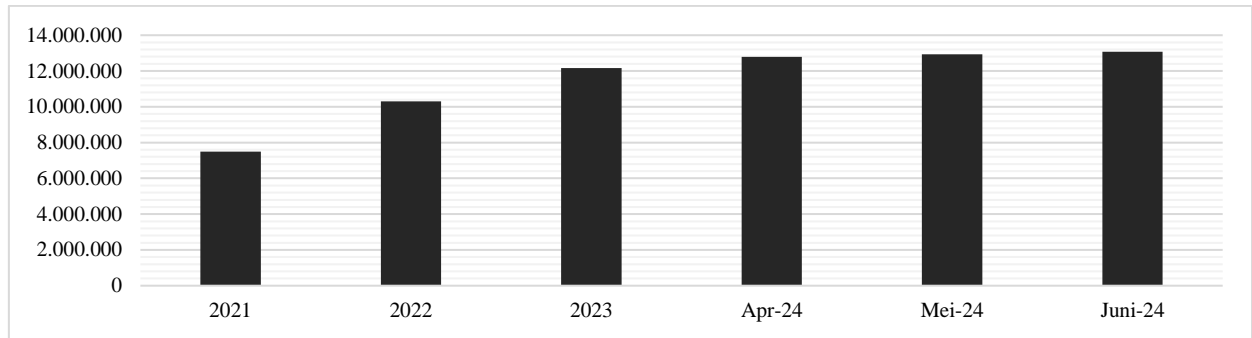
Keywords: Financial Literacy; Financial Motivation; Technological Advances; Social Media; Investment Interest; Capital Market

1. PENDAHULUAN

Kondisi pasar modal mencerminkan bagaimana perekonomian sebuah negara berjalan. Peningkatan jumlah transaksi di pasar modal dan nilainya menunjukkan bahwa bisnis menjalankan operasinya dengan baik, yang mendorong pertumbuhan ekonomi (Umiyati et al., 2023). Investasi di pasar modal memiliki peran penting di Indonesia dan mampu menarik investor dari berbagai kalangan sejak usia dewasa muda. Pengusaha menggunakan investasi sebagai cara untuk meningkatkan skala bisnis mereka dan memperoleh tambahan modal, sedangkan investor menggunakannya sebagai cara untuk menyalurkan kelebihan dana mereka untuk menghasilkan keuntungan di masa mendatang. Anak muda dari Generasi Z kini bersiap untuk melangkah ke dunia profesional sebagai pendatang baru.

Generasi Z dikenal sebagai kelompok yang memiliki rasa ingin tahu tinggi dan keterikatan erat dengan platform media sosial. Mereka juga dikenal mampu melakukan berbagai aktivitas secara bersamaan, seperti menyelesaikan tugas sambil menikmati musik atau mencari informasi di internet untuk memperluas wawasan sosial mereka (Bidari & Sinarwati, 2023). Calon investasi harus memiliki pemahaman yang kuat tentang investasi sebagai langkah penting. Hal ini diperlukan untuk menghindarkan mereka dari keputusan investasi yang tidak tepat, seperti spekulasi tanpa dasar, mengikuti arus tren tanpa pertimbangan, menjadi sasaran penipuan, atau mengalami kerugian keuangan. Untuk meminimalkan risiko kerugian dalam berinvestasi di pasar modal terutama saham, calon investor hendaknya membangun pengetahuan yang memadai tentang strategi investasi yang efektif.

Menurut data yang dikumpulkan oleh KSEI (2024) berinvestasi mulai tidak lagi menjadi tabu bagi masyarakat, terutama Generasi Z. Sampai Juni 2024, mayoritas dari para investor merupakan lelaki yang usianya di bawah 30 tahun dengan pekerjaan seperti pegawai negeri, pegawai swasta, dan guru, dengan pendapatan antara 10 juta dan 100 juta rupiah (KSEI, 2024). Pasar modal di Indonesia tengah berkembang dengan cepat. Generasi Z sudah mempertimbangkan untuk melakukan investasi jangka panjang. Gambar di bawah ini menunjukkan pasar modal yang terus berkembang yang memiliki nilai di mata anak muda saat ini:



Gambar 1. Pertumbuhan Investor

Peningkatan ketertarikan terhadap investasi di pasar modal baik saat ini maupun di masa depan, dipengaruhi oleh dominasi Generasi Z yang unggul dalam pemahaman dan pemanfaatan teknologi digital. Investor Gen Z ataupun milenial sebagian besar mendominasi pasar modal (KSEI, 2024), tetapi mereka masih memiliki penguasaan aset yang lebih kecil daripada investor yang lebih tua yang telah mengetahui lebih banyak tentang pasar modal. Meskipun Generasi Z sangat tertarik untuk investasi, ada beberapa dari mereka yang menolak untuk melakukannya saat teori yang dipelajari diterapkan dalam kehidupan nyata.

Jebara, sebuah kabupaten di Jawa Tengah yang seluas 1.004,60 km², dihuni oleh 1.275.580 orang, termasuk 388.337 Generasi Z, yang hidup di era melek teknologi (BPS, 2023). Dengan pertumbuhan ekonomi yang besar, Generasi Z mulai tertarik untuk investasi. Generasi ini sangat mengintegrasikan teknologi ke dalam gaya hidup mereka. Dalam konteks ini, Gen Z biasanya mendapatkan informasi tentang pasar modal. Hingga Juni 2024, ada sekitar 44.027 Single Investor Identification (SID) di Jebara, lebih tinggi dari 36.617 SID pada tahun 2023 (OJK, 2023). Menurut data OJK (2024) SID di kabupaten Pati sebesar 47.303, SID Tegal 47.557, SID Pemalang 49.223 dan tertinggi di Jawa Tengah yaitu SID Semarang Kota sebesar 155.931. Meskipun Jebara mengalami peningkatan 2024, namun di antara kabupaten di Jawa Tengah SID Jebara masih tergolong rendah. Faktor-faktor seperti literasi keuangan, motivasi keuangan, kemajuan teknologi, dan sosial media teridentifikasi sebagai aspek yang mempengaruhi minat berinvestasi. Ini menunjukkan bahwa diperlukan penelitian yang mendalam untuk memahami pengaruh faktor-faktor tersebut pada daya tarik Generasi Z terhadap investasi di pasar modal, sehingga mereka dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitasnya.

Pemahaman seseorang tentang cara mengelola dan menggunakan informasi keuangan secara efektif untuk mengambil keputusan yang tepat dikenal sebagai literasi keuangan. Generasi Z sering menghadapi tantangan dalam menguasai konsep pasar modal, sehingga memperluas pengetahuan mereka di bidang keuangan menjadi sangat penting (Theresia & Rostiana, 2024). Dengan memperdalam wawasan mengenai pasar modal, masyarakat dapat mengembangkan persepsi yang lebih baik terhadap sektor ini. Oleh karena itu, pemahaman tentang keuangan memiliki peranan krusial dalam menarik minat masyarakat, terutama kalangan Generasi Z, untuk terlibat dalam dunia investasi. Hal ini sama pada hasil penelitian Darmawan et al. (2019), Faidah (2019), Faizal (2020), dan Safitri & Hapsari (2022) yang menemukan bahwa faktor literasi keuangan berpengaruh positif serta signifikan pada minat berinvestasi di pasar modal. Akan tetapi, temuan ini bertentangan terhadap Vina et al. (2021) yang menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh pada minat berinvestasi di pasar modal.

Beragam penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa terdapat berbagai aspek yang memengaruhi minat seseorang untuk berinvestasi. Salah satu aspek yang signifikan adalah dorongan atau motivasi dalam melakukan investasi. Seringkali, motivasi masyarakat agar memberikan pendanaan di pasar modal rendah dikarenakan kurangnya wawasan serta pengetahuan yang memadai. Memiliki wawasan yang mendalam mengenai investasi serta cara pelaksanaannya sangat krusial untuk mengurangi risiko kerugian dalam transaksi saham (Rahmad & Gang, 2020). Mereka yang memiliki pemahaman lebih tentang investasi biasanya lebih berminat untuk berpartisipasi dalam aktivitas ini (Marbun & Br, 2019). Generasi Z, yang memiliki banyak aspirasi, membutuhkan dorongan yang kuat untuk melakukan investasi jangka panjang. Hasilnya selaras dengan penelitian sebelumnya oleh Saharuddin (2020), Hikmah & Rustam (2020), Hadi et al. (2023), dan Rizza & Susilo (2024) yang menunjukkan bahwa motivasi berinvestasi mempunyai pengaruh positif serta signifikan pada minat berinvestasi. Namun, penelitian yang dilaksanakan pada Aini et al. (2019) menunjukkan bahwa motivasi keuangan tidak berpengaruh terhadap minat berinvestasi di pasar modal.

Menurut Yusuf (2019) berbagai inovasi yang dibuat untuk mempermudah kehidupan manusia adalah hasil dari perkembangan teknologi yang terus maju sejalan dengan perkembangan ilmu pengetahuan. Dengan kemajuan teknologi, terutama melalui aplikasi investasi dan platform digital, cara orang berinvestasi telah berubah. Lebih dari 60% orang yang berusia 18 hingga 24 tahun menggunakan aplikasi investasi (Statista, 2021). Ini sangat selaras dengan penelitian Cahya & Kusuma (2019), Yusuf (2019), Negara & Febrianto (2020), dan Rizza & Susilo (2024) yang menunjukkan bahwa kemajuan teknologi berpengaruh positif serta signifikan terhadap minat berinvestasi di pasar modal. Tetapi, temuan ini bertentangan pada penelitian Ainiyah & Indrarini (2022) yang mengungkapkan bahwa kemajuan teknologi tidak mempengaruhi minat berinvestasi di pasar modal.



Platform media sosial saat ini berperan penting sebagai alat untuk berkomunikasi secara online dengan publik mengenai berbagai produk investasi. Berbagai aplikasi seperti instagram, facebook, twitter, hingga tiktok yang populer belakangan ini, telah berkembang menjadi medium promosi digital bagi para pelaku bisnis, selain menjalankan fungsi utamanya sebagai sarana interaksi sosial (Annur, 2019). Pengusaha memanfaatkan platform ini untuk mempromosikan berbagai produk mereka, termasuk investasi. Misalnya, hasil pencarian di instagram dengan tagar "investasi" yang mencapai 3,4 juta konten pada 22 Juni 2024 menjadi bukti bahwa media sosial berperan penting dalam meningkatkan eksposur barang dan layanan investasi. Meskipun media sosial memiliki banyak keuntungan, mereka juga memiliki kekurangan. Terkadang, informasi di media sosial mengandung penipuan dan fitnah.

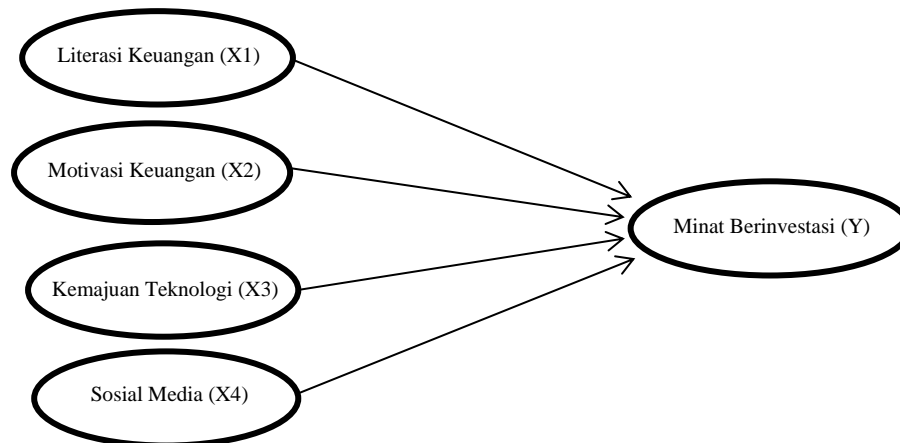
Sebaliknya, dalam dunia investasi, informasi juga penting karena mencakup semua aspek investasi, serta risiko dan konsekuensi yang harus ditangani oleh masyarakat. Seseorang harus dipengaruhi oleh minat atau rasa kagum saat berinvestasi. Ini dimulai dengan hal-hal positif, negatif, dan kinerja, dan kemudian diteliti lebih jauh, bahkan mungkin menjadi lebih besar. Untuk berinvestasi, diperlukan pengetahuan yang mendalam lebih dari sekedar beriklan di Instagram. Penelitian oleh Nasution (2021), Dewi et al. (2022), Fauzianti & Retnosari (2022) dan Arianti & Devi (2023) menemukan bahwa media sosial berpengaruh positif serta signifikan terhadap minat berinvestasi di pasar modal. Tetapi, penelitian lain oleh Fattah (2023) menemukan bahwa media sosial tidak berpengaruh terhadap minat berinvestasi di pasar modal.

Hal ini semakin memperlihatkan bahwa masih terdapat kesenjangan penelitian mengenai konsep ini. Lusardi & Mitchell (2023) menyatakan bahwa tidak memahami keuangan dapat menyebabkan keputusan investasi yang tidak bijak. Juwita (2023) mengungkapkan bahwa motivasi keuangan adalah faktor utama dalam meningkatkan minat investasi. Menurut laporan OJK (2020) kemajuan teknologi telah mempermudah akses ke pasar modal melalui platform digital, dan menurut Hadi et al. (2023) menyatakan bahwa media sosial memegang peranan krusial dalam keputusan investasi yang diambil oleh generasi muda. Berbagai penelitian sebelumnya, mulai dari satu tempat hingga hasil penelitian yang berbeda, menunjukkan masalah tersebut. Fakta-fakta ini membuat penelitian tentang komponen-komponen tersebut terkait minat investasi Generasi Z di Kabupaten Jepara semakin penting. Penelitian ini dimaksudkan untuk mencari tahu pengaruh literasi keuangan, motivasi keuangan, kemajuan teknologi, dan sosial media terhadap minat berinvestasi di pasar modal pada Generasi Z di Kabupaten Jepara.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Kerangka Dasar Penelitian

Kerangka penelitian dalam Gambar 2. menggambarkan keterkaitan dari variabel bebas, dalam hal ini adalah literasi keuangan (X1), motivasi keuangan (X2), kemajuan teknologi (X3), sosial media (X4) terhadap variabel minat investasi (Y).



Gambar 2. Kerangka Pemikiran Teoritis

2.2 Hubungan antar variabel dan Hipotesis

Pengaruh literasi keuangan pada minat berinvestasi

Literasi keuangan meliputi pemahaman, kemampuan, serta pandangan yang mempengaruhi perilaku dan keputusan individu dalam mengelola keuangan, sehingga dapat mendukung peningkatan kualitas hidup (Theresia & Rostiana, 2024). Sikap seseorang terhadap uang, terutama dalam hal investasi saham, dipengaruhi oleh literasi mereka. Jika seseorang memahami investasi saham dan memahami keuntungan ataupun kerugian, mereka maka sangat tertarik untuk pemberian dana.

Hasil penelitian Darmawan et al. (2019), Faidah (2019), Faizal (2020), dan Safitri & Hapsari (2022) yang menyatakan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif serta signifikan terhadap minat berinvestasi di pasar modal, sejalan dengan hal tersebut. Dari uraian yang telah disampaikan sebelumnya, dapat diajukan sebuah dugaan sebagai berikut:



H1: Terdapat pengaruh positif literasi keuangan terhadap minat berinvestasi

Pengaruh motivasi keuangan terhadap minat berinvestasi

Motivasi dapat dipahami sebagai proses yang menerangkan tingkat, orientasi, dan ketahanan individu dalam mencapai tujuan (Febriana & Friyatmi, 2023). Meskipun investasi pada saham memiliki risiko yang sama besarnya, keinginan untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar adalah motivasi utama untuk membuat keputusan berinvestasi. Karena kebutuhan penting seseorang telah dipenuhi, keinginan dan keinginan untuk berinvestasi muncul. Kebutuhan selanjutnya yang perlu dipenuhi mencakup kebutuhan akan interaksi sosial, penghargaan diri, dan pencapaian potensi maksimal.

Hal ini sama dengan temuan penelitian yang dilaksanakan Saharuddin (2020), Hikmah & Rustam (2020), Hadi et al. (2023), dan Rizza & Susilo (2024), yang menyatakan bahwa motivasi berpengaruh positif serta signifikan terhadap minat berinvestasi di pasar modal. Sesuai penjabaran yang telah disampaikan, dapat diajukan sebuah hipotesis sebagai berikut:

H2: Terdapat pengaruh positif motivasi keuangan terhadap minat investasi

Pengaruh kemajuan teknologi terhadap minat investasi

Data yang telah diproses menjadi informasi dan disebarluaskan dalam ruang dan waktu disebut sebagai teknologi. Menurut Yusuf (2019) inovasi yang dibuat untuk memudahkan kehidupan manusia adalah contoh kemajuan teknologi yang sejalan dengan perkembangan ilmu pengetahuan. Salah satu aspek dari pemanfaatan kemajuan teknologi, khususnya di pasar modal, adalah fasilitas online yang membuat transaksi jual dan beli menjadi lebih mudah. Dengan adanya perkembangan teknologi, ketertarikan agar memberikan dana di pasar modal pun akan bertambah.

Penelitian sebelumnya oleh Cahya & Kusuma (2019), Yusuf (2019), Negara & Febrianto (2020), dan Rizza & Susilo (2024) menunjukkan bahwa perkembangan teknologi mempunyai pengaruh positif serta signifikan terhadap minat berinvestasi di pasar modal. Berdasarkan penjelasan tersebut maka diajukan hipotesis sebagai berikut:

H3: Terdapat pengaruh positif kemajuan teknologi terhadap minat investasi

Pengaruh sosial media terhadap minat investasi

Seiring perkembangan zaman, platform media sosial kini lebih banyak digunakan sebagai cara untuk bersosialisasi dengan investor. Semua orang saat ini, terutama generasi muda, menggunakan jejaring sosial dengan banyak. Karena itu, mereka dapat sangat membantu dalam komunikasi dan memberikan informasi bermanfaat kepada orang lain, terutama tentang Investasi (Hadi et al., 2023). Jika jejaring sosial disukai, digemari, ataupun didorong oleh orang banyak, popularitasnya bisa dihitung dari total pengikutnya.

Penelitian sebelumnya seperti Nasution (2021), Dewi et al. (2022), Fauzianti & Retnosari (2022) dan Arianti & Devi (2023) menemukan bahwa media sosial mempunyai pengaruh positif yang terhadap minat berinvestasi di pasar modal. Berdasarkan uraian yang telah disampaikan, bisa diajukan sebuah hipotesis sebagai berikut:

H4: Terdapat pengaruh positif sosial media terhadap minat berinvestasi.

2.3 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional merujuk pada penjelasan variabel dengan spesifik menurut ciri-ciri yang dapat dilihat, yang dapat digunakan untuk pengukuran dengan akurat pada sebuah objek ataupun fenomena. Variabel yang digunakan akan diuji dengan berbagai indikator yang sudah ditetapkan.

2.3.1 Minat Berinvestasi

Trisnatio (2017) menyatakan bahwa minat investasi adalah pendorong untuk melakukan berbagai tindakan yang didasari oleh keputusan seseorang, seperti perasaan ingin tahu mengenai investasi dan praktik untuk mendapatkan pengalaman, hingga munculnya rasa bahagia dan keberanian untuk lebih dalam terlibat pada mengambil risiko serta peluang yang terdapat saat berinvestasi. Pendapat ini selaras dengan pandangan Zulchayra et al. (2022) yang mengatakan bahwa minat investasi ialah keinginan untuk mempelajari berbagai macam investasi, termasuk keuntungannya, kekurangan, serta aspek lainnya, maupun bersedia menghabiskan waktu untuk belajar tentang investasi dan melakukan percobaan berinvestasi.

2.3.2 Literasi Keuangan

Berdasarkan OJK (2019), literasi keuangan merujuk pada wawasan, keahlian, serta kepercayaan yang berpengaruh pada kualitas pengelolaan keuangan dan pengambilan keputusan untuk memperoleh kemakmuran. Di samping itu, literasi keuangan juga akan mengubah sikap dan perilaku individu dalam pengelolaan keuangan menjadi lebih baik. Dengan demikian, individu dapat menentukan dan memanfaatkan lembaga, produk, dan layanan jasa keuangan yang sesuai dengan kebutuhan serta kemampuan konsumen dan/atau masyarakat untuk mencapai kesejahteraan (Hadi, et al., 2023). Literasi keuangan mencakup pengetahuan, keterampilan, serta keyakinan yang dimiliki individu sebagai landasan dalam menentukan langkah terkait lembaga keuangan, produk, dan layanan yang tersedia, terutama di sektor keuangan, untuk meningkatkan kesejahteraan secara finansial.



2.3.3 Motivasi Keuangan

Berinvestasi sering kali dilandasi oleh dorongan tertentu yang dimiliki seseorang (Cahya & Kusuma, 2019). Menurut sejumlah pakar, pengetahuan serta kemampuan menjadi dua faktor utama yang mendorong motivasi seseorang. Dengan demikian, dorongan untuk berinvestasi sebaiknya diarahkan agar mampu menarik minat individu dalam kegiatan investasi (Hadi et al., 2023). Rizki (2020) menjelaskan bahwa motivasi adalah proses di mana seseorang mengidentifikasi kebutuhan dan menentukan langkah-langkah untuk memenuhinya.

2.3.4 Kemajuan Teknologi

Yusuf (2019) kemajuan teknologi mendefinisikan menjadi entitas yang muncul dari penyelesaian masalah dan memiliki pengaruh terhadap perubahan atau transformasi dunia. Ini mentransformasikan ide, konsep, dan sistem yang ada sebelumnya menjadi keuntungan dan fungsi yang lebih optimal. Hal ini dapat dijadikan sebagai indikator untuk mengukur perkembangan teknologi karena memiliki tingkat aksesibilitas yang tinggi (Kusumawati, 2020). Dalam hal ini, perusahaan sekuritas melakukan upaya dengan meluncurkan berbagai fitur pada aplikasi mereka. Fitur-fitur ini termasuk pendaftaran secara online, kemudahan informasi, dan fleksibilitas waktu dan lokasi transaksi jual beli saham.

2.3.5 Sosial Media

Jejaring sosial, menurut Sari (2022) adalah platform sosialisasi daring yang memungkinkan individu untuk saling berinteraksi tanpa batasan waktu atau tempat. Makna dari kata "sosial" berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah "berhubungan dengan masyarakat". Secara fundamental, media sosial dapat didefinisikan sebagai platform yang dimanfaatkan untuk menyampaikan berbagai pesan dan informasi. Menurut Annur (2019) beberapa aplikasi sosial media telah berkembang menjadi platform digital marketing untuk pelaku bisnis selain berfungsi sebagai media sosial. Ini pasti digunakan oleh pengusaha untuk memasarkan berbagai produk mereka, termasuk investasi.

Tabel 1. Indikator Variabel

Variabel	Indikator
Literasi Keuangan (X1)	(Juwita, 2023) 1. Pengetahuan keuangan 2. Sikap keuangan 3. Perilaku keuangan
Motivasi Keuangan (X2)	(Hikmah & Rustam, 2020) 1. Motivasi dimulai dari adanya perubahan energi atau tenaga dalam diri seseorang 2. Motivasi ditandai dengan timbulnya perasaan yang mengarah tingkah laku 3. Motivasi ditandai oleh reaksi-reaksi untuk mencapai tujuan
Kemajuan Teknologi (X3)	(Cahya & Kusuma, 2019) 1. Kemudahan 2. Efektif 3. Fleksibel
Sosial Media (X4)	(Hadi et al., 2023) 1. Intensitas penggunaan media sosial 2. Pemanfaatan media sosial dalam mencari informasi tentang investasi 3. Efektifitas penggunaan media sosial
Minat Berinvestasi (Y)	(Dewi & Gayatri, 2021) 1. Adanya keinginan mencari tahu tentang jenis suatu investasi 2. Mau meluangkan waktu untuk mempelajari lebih jauh tentang investasi 3. Mencoba berinvestasi

2.4 Populasi, Sampling, dan Pengumpulan data

Penelitian ini dengan pendekatan kuantitatif serta dilaksanakan di Kabupaten Jepara. Data yang digunakan terbagi menjadi dua sumber, yaitu data primer yang didapatkan dengan penyebaran kuesioner kepada Generasi Z di Kabupaten Jepara, serta data sekunder yang mencakup penelitian sebelumnya dan informasi relevan yang mendukung temuan penelitian ini. Populasi penelitian ini adalah masyarakat Kabupaten Jepara yang termasuk dalam kategori Generasi Z, dengan jumlah populasi sebanyak 388.337 orang (BPS, 2023). Teknik pemilihan sampel yang dipakai purposive sampling, yang mana hanya individu yang memenuhi kriteria tertentu yang akan terpilih. Kriteria tersebut meliputi:

1. Berdomisili di Jepara
2. Berusia 17-27 tahun
3. Sudah memiliki penghasilan
4. Pernah atau sedang berinvestasi di pasar modal

Dari kriteria tersebut sampel yang diperoleh selama periode penelitian sebanyak 100 responden. Data dikumpulkan melalui penggunaan skala likert dengan nilai berkisar diantara 1 hingga 5.



2.5 Metode Analisis Data

Untuk mengolah dan menganalisis data dengan regresi linier berganda. Semua proses analisis dilaksanakan dengan menggunakan software SPSS versi 25. Berikut ini ialah bentuk regresi linier berganda yang dipakai pada penelitian ini:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Y: minat berinvestasi,

α : konstanta,

$\beta_1 \beta_2 \beta_3 \beta_4$: koefisien regresi,

X1: literasi keuangan,

X2: motivasi keuangan,

X3: kemajuan teknologi,

X4: sosial media,

e: error atau sisa yang mencakup variabel lain yang tidak ada dalam model.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil

3.1.1 Karakteristik Responden

Pada penelitian ini responden dijelaskan melalui berbagai karakteristik, termasuk jenis kelamin, rentang usia, domisili, status pekerjaan dan pengalaman berinvestasi.

Tabel 2. Karakteristik Responden

Karakteristik	Jumlah (orang)	Persentase
Jenis Kelamin		
Laki-laki	66	66%
Perempuan	34	34%
Usia		
≥ 17 tahun	8	8%
21 – 24 tahun	50	50%
≤ 27 tahun	42	42%
Domisili		
Jepara	100	100%
Status Pekerjaan		
Pegawai Negeri	20	20%
Karyawan Swasta	54	54%
Wiraswasta	18	18%
Lainnya	8	8%
Pengalaman Berinvestasi		
Pernah	100	100%

Merujuk pada data di tabel 2 sebelumnya, mayoritas partisipan pada penelitian ini terdapat laki-laki, sejumlah 66 orang atau 66%. Sementara itu, jumlah partisipan perempuan tercatat paling sedikit, yaitu 34 orang atau 34%. Berdasarkan usia dapat dilihat bahwa responden dari penelitian ini yang mempunyai investasi yaitu mayoritas berusia 21-24 tahun berjumlah 50 orang dengan persentase 50%. Sebanyak 8 orang dengan persentase 8% yang mengisi kuesioner berusia ≥ 17 tahun dan usia ≤ 27 tahun sebanyak 42 orang dengan persentase 42%. Berdasarkan domisili penelitian ini, sejumlah 100 orang dengan persentase 100% merupakan domisili di Jepara. Berdasarkan status pekerjaan yang paling dominan yaitu karyawan swasta berjumlah 54 orang dengan persentase 54%. Sebanyak 20 orang dengan persentase 20% yang mengisi pegawai negeri, status pekerjaan wiraswasta sebanyak 18 orang dengan persentase 18% dan lainnya sebanyak 8 orang atau 8%. Responden berdasarkan pengalaman berinvestasi yakni sebanyak 100 orang pernah melakukan investasi di pasar modal.



3.1.2 Uji Validitas

Uji validitas bertujuan agar menilai kekuatan hubungan antara koefisien setiap item soal dengan total nilai variabel tersebut. Suatu item dikatakan valid jika nilai r yang dihitung lebih tinggi dibandingkan nilai r yang tertera di tabel.

Tabel 3. Uji Validitas

Variabel	Indikator	Nilai R hitung	Keterangan
Literasi Keuangan	X1.1	0,707	Valid
	X1.2	0,818	
	X1.3	0,769	
Motivasi Keuangan	X2.1	0,539	Valid
	X2.2	0,546	
	X2.3	0,493	
Kemajuan Teknologi	X3.1	0,629	Valid
	X3.2	0,426	
	X3.3	0,647	
Sosial Media	X4.1	0,695	Valid
	X4.2	0,808	
	X4.3	0,783	
Minat Berinvestasi	Y1	0,611	Valid
	Y2	0,720	
	Y3	0,670	

Dengan merujuk pada data yang ada di tabel, semua nilai corrected item-total correlation lebih besar daripada 0,165. Dengan demikian, bisa disimpulkan bahwa seluruh indikator pada kelima variabel tersebut memenuhi kriteria validitas dan dapat diterima untuk digunakan dalam penelitian.

3.1.3 Uji Reliabilitas

Tujuan pada uji reliabilitas agar menghitung tingkat stabilitas serta konsistensi hasil yang diberikan oleh suatu variabel. Salah satu metode yang dipakai untuk melakukan pengujian ini adalah Cronbach's Alpha, yang mana variabel dianggap reliabel bila nilai Cronbach's Alpha melebihi angka 0,6.

Tabel 4. Uji Reliabilitas

Variabel	CronbachAlpha	Keterangan
Literasi Keuangan	0,876	Reliabel
Motivasi Keuangan	0,708	Reliabel
Kemajuan Teknologi	0,730	Reliabel
Sosial Media	0,875	Reliabel
Minat Berinvestasi	0,815	Reliabel

Hasil analisis yang terdapat pada tabel 4. menunjukkan bahwa nilai r tabel mencapai 0,6, sementara nilai Cronbach's Alpha melebihi angka 0,6. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel yang tercantum dalam tabel 4. telah memenuhi standar reliabilitas yang ditetapkan.

3.1.4 Uji Normalitas

Data distribusi normal diselidiki dengan uji normalitas. Penerapan utamanya adalah untuk menetapkan apakah variabel sisa atau gangguan mempunyai distribusi normal.

Tabel 5. Uji Normalitas

N	Normal Parameters		Most Extreme Differences			Test Statistic	Asymp. Sig (2-tailed)	Monte Carlo (2-tailed)
	Mean	Std. Deviation	Absolute	Positive	Negative			
100	0,0000000	0,30079217	0,095	0,095	-0,075	0,095	0,027	0,313

Hasil tabel 5. menunjukkan bahwa nilai Asymp. Sign adalah 0,027, nilai ini lebih kecil daripada batas signifikansi yang ditetapkan, yakni 0,05. Hal ini menyatakan bahwa data tidak terdistribusi dengan merata. Karenanya, penelitian ini menerapkan pendekatan baru, model Monte Carlo, dan hasilnya menunjukkan nilai Sig. adalah 0,313 yang lebih besar daripada 0,05. Data ini menandakan bahwa temuan penelitian berdistribusi normal.

3.1.5 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menentukan seberapa besar hubungan diantara variabel independen pada model regresi. Di bawah ini terdapat tabel yang memaparkan hasil analisis multikolinearitas:

**Tabel 6.** Uji Multikolinearitas`

Variabel	Tolerance	VIF
Literasi Keuangan	0,156	6,407
Motivasi Keuangan	0,327	3,061
Kemajuan Teknologi	0,393	2,548
Sosial Media	0,164	6,096

Ada dua metode untuk melihat hasil pengujian multikolinearitas yaitu nilai toleransi dan nilai VIF. Dengan VIF lebih kecil daripada 10,00 serta nilai toleransi lebih besar daripada 0,10, maka model regresi tidak mengandung multikolinearitas. Literasi keuangan memiliki tabel toleransi sebesar 0,156 dan VIF sebesar 6,407. Variabel motivasi keuangan, VIF nya 3,061 dan toleransinya 0,327. Variabel kemajuan teknologi memiliki VIF sebesar 2,548 dan toleransi 0,393. Dan variabel sosial media memiliki VIF sebesar 6,096 dan toleransi 0,164. Oleh karena itu, dapat dinyatakan bahwa pengujian ini tidak ditemukan tanda-tanda terjadinya multikolinieritas.

3.1.6 Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas mencoba untuk memastikan apakah sebaran data bersifat heteroskedastik (tidak stabil sepanjang waktu) atau homoskedastis (konsisten).

Tabel 7. Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.
Literasi Keuangan	0,639
Motivasi Keuangan	0,244
Kemajuan Teknologi	0,480
Sosial Media	0,779

Faktor-faktor yang diuji heteroskedastisitas ditampilkan pada tabel 7. dari setiap variabel memiliki nilai lebih tinggi daripada 0,05. Dengan demikian, bisa dinyatakan bahwa dalam model regresi tidak mengandung heteroskedastisitas dan data tersebut dapat dianggap sesuai untuk keperluan penelitian.

3.1.7 Uji Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear berganda dipakai untuk mendeskripsikan relasi diantara satu variabel dependen dan beberapa variabel independen. Tabel berikut ini memperlihatkan hasil dari regresi linear berganda:

Tabel 8. Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients
(Constant)	0,221
Literasi Keuangan	0,247
Motivasi Keuangan	0,156
Kemajuan Teknologi	0,184
Sosial Media	0,373

Dari hasil uji tersebut dapat dilihat bahwa diperoleh persamaan dari rumus regresi linear berganda:

$$Y = 0,221 + 0,247 (X_1) + 0,156 (X_2) + 0,184 (X_3) + 0,373 (X_4)$$

1. Nilai konstanta sebesar 0,221 artinya pada kondisi variabel literasi keuangan (X1), motivasi keuangan (X2), Kemajuan teknologi (X3), dan sosial media (X4) bersifat konstan, maka minat berinvestasi sebesar 0,221.
2. Nilai koefisien literasi keuangan (X1) sebanyak 0,247 artinya bertambahnya literasi keuangan akan meningkatkan minat berinvestasi.
3. Nilai koefisien motivasi keuangan (X2) sebanyak 0,156 artinya bertambahnya motivasi keuangan akan meningkatkan minat berinvestasi.
4. Nilai koefisien kemajuan teknologi (X3) sebanyak 0,184 artinya kenaikan kemajuan teknologi akan meningkatkan minat berinvestasi.
5. Nilai koefisien sosial media (X4) sebesar 0,373 artinya kenaikan sosial media akan meningkatkan minat berinvestasi.

3.1.8 Uji t

Hasil uji t untuk mengidentifikasi pengaruh variabel independent pada variabel dependen dengan individual. Hipotesis diterima ketika nilai sig kurang dari 0,05 serta nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel (t hitung > t tabel). Dengan menerapkan tingkat validitas 0,05 dan nilai t-tabel yang didapatkan adalah 1,660. Berikut tabel yang menunjukkan hasil pengujian hipotesis.



Tabel 9. Uji t

Model	t	Sig.
(Constant)	1,102	0,273
Literasi Keuangan	2,272	0,025
Motivasi Keuangan	2,035	0,045
Kemajuan Teknologi	2,623	0,010
Sosial Media	3,799	0,000

Hasil pengujian hipotesis (t) bisa dijabarkan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan pada minat berinvestasi memiliki nilai t hitung 2,272, yang lebih besar daripada t tabel 1,660 ($2,272 > 1,660$), serta nilai probabilitas signifikansi 0,025, yang lebih kecil daripada 0,05. Oleh karena itu, H1 diterima.
2. Hasil pengujian menyatakan bahwa variabel motivasi keuangan terhadap minat berinvestasi memiliki nilai t hitung 2,035, yang lebih besar daripada t tabel 1,660 ($2,035 > 1,660$), serta nilai probabilitas signifikansi 0,045 yang lebih kecil daripada 0,05. Maka dari itu, H2 diterima.
3. Hasil pengujian menyatakan bahwa variabel kemajuan teknologi terhadap minat berinvestasi memiliki nilai t hitung 2,623 yang lebih besar daripada t tabel 1,660 ($2,623 > 1,660$) serta nilai probabilitas signifikansi 0,010 yang lebih kecil daripada 0,05. Dengan demikian, H3 diterima.
4. Hasil pengujian menyatakan bahwa nilai t hitung untuk variabel sosial media terhadap minat berinvestasi adalah 3,799, yang lebih besar daripada t tabel senilai 1,660 ($3,799 > 1,660$), dan nilai probabilitas signifikansi adalah 0,000, yang lebih kecil daripada 0,05. Oleh karena itu, H4 diterima.

3.1.9 Uji F

Tujuan dari uji F untuk menilai adanya pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat dengan bersamaan. Nilai F dihitung dengan software SPSS versi 25. Uji F yang dilakukan menghasilkan data dalam tabel F berikut.

Tabel 10. Uji F

F	Sig.
111,239	0,000

Dari analisis yang sudah dilaksanakan, didapatkan nilai signifikansi F senilai 0,000 (kurang dari 0,05) serta nilai F hitung 111,239 (lebih besar daripada F tabel 2,47). Temuan ini menyatakan bahwa variabel-variabel literasi keuangan, motivasi keuangan, kemajuan teknologi, dan media sosial dengan bersamaan memengaruhi minat individu untuk berinvestasi.

3.1.10 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) untuk mengevaluasi seberapa baik model dapat menggambarkan variasi pada variabel-variabel seperti literasi keuangan (X1), motivasi keuangan (X2), kemajuan teknologi (X3), dan media sosial (X4).

Tabel 11. Koefisien Determinasi

R	R Square	Adjusted R Square
0,908	0,824	0,817

Sesuai analisis koefisien determinasi, didapatkan nilai koefisien korelasi (R) senilai 0,908. Ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang sangat kuat diantara empat variabel independen: literasi keuangan (X1), motivasi keuangan (X2), kemajuan teknologi (X3), dan media sosial (X4) dengan minat berinvestasi (Y). Nilai Adjusted R Square digunakan untuk memahami nilai R Square pada model yang melibatkan lebih dari dua variabel independen. Nilai Adjusted R Square ialah 0,817, yang menyatakan bahwa 81,7% minat berinvestasi dipengaruhi oleh keempat variabel tersebut. Sisa 18,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk pada model regresi penelitian ini.

3.2 Pembahasan

Hipotesis pertama pada penelitian ini ditemukan bahwa adanya pengaruh positif serta signifikan dari tingkat literasi keuangan pada minat investasi di pasar modal yang dimiliki oleh Generasi Z di Kabupaten Jepara. Penemuan ini didukung oleh uji t dan analisis regresi linier yang artinya semakin tinggi literasi keuangan maka minat investasi Generasi Z meningkat pula. Literasi keuangan bertujuan untuk meningkatkan kemampuan seseorang pada pemilihan keputusan keuangan yang lebih cerdas. Selain itu, literasi keuangan berperan dalam perubahan mengubah sikap serta perilaku individu pada pengelolaan keuangan, akibatnya mereka bisa memilih serta memanfaatkan produk atau layanan keuangan yang sama dengan kebutuhan serta kemampuan mereka demi mencapai kesejahteraan (OJK, 2022). Hasil ini sama dengan penelitian sebelumnya oleh Darmawan et al. (2019), Faidah (2019), Faizal (2020), serta Safitri & Hapsari (2022) yang juga menyatakan bahwa literasi keuangan dengan signifikan berpengaruh pada minat investasi di pasar modal.



Hipotesis kedua pada penelitian ini menyatakan bahwa variabel motivasi keuangan berpengaruh positif serta signifikan pada ketertarikan Generasi Z di Kabupaten Jepara untuk berinvestasi di pasar modal. Semakin tinggi motivasi keuangan Generasi Z Kabupaten Jepara, semakin besar minat investasi mereka. Hadi et al. (2023) berpendapat bahwa berinvestasi adalah kegiatan yang dapat membantu mereka menjadi lebih disiplin dalam mengatur keuangan. Mereka berinvestasi dengan harapan mendapatkan keuntungan besar dan memastikan masa tua mereka lebih terjamin. Akan tetapi, ada yang melakukan investasi apabila teman atau keluarganya juga melakukannya. Oleh karena itu, dengan memotivasi seseorang, juga akan mendorong mereka untuk berinvestasi di pasar modal, yang pada akhirnya akan memicu minat mereka untuk berinvestasi di pasar modal (Widhiastuti & Noviana, 2024). Selaras dengan penelitian Saharuddin (2020), Hikmah & Rustam (2020), Hadi et al. (2023), dan Rizza & Susilo (2024) menunjukkan bahwa motivasi untuk berinvestasi memengaruhi minat berinvestasi secara positif dan signifikan.

Hipotesis ketiga dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kemajuan teknologi memiliki pengaruh positif serta signifikan pada ketertarikan investasi di pasar modal terhadap Generasi Z di Kabupaten Jepara. Temuan yang ada menunjukkan bahwa dengan pesatnya perkembangan teknologi, minat investasi Generasi Z di Kabupaten Jepara semakin meningkat. Perkembangan teknologi membawa kemudahan, kenyamanan, dan kemajuan dalam proses transaksi, yang pada gilirannya meningkatkan minat individu untuk berinvestasi. Inovasi teknologi terbaru membuat pasar modal lebih mudah diakses dan ramah pengguna, memungkinkan para investor untuk memantau pergerakan saham dan mendapatkan informasi pasar kapan saja melalui internet (Cahya & Kusuma, 2019). Ini sesuai dengan penelitian sebelumnya oleh Cahya & Kusuma (2019), Yusuf (2019), Negara & Febrianto (2020), dan Rizza & Susilo (2024) menunjukkan bahwa kemajuan teknologi memengaruhi minat investor dalam pasar modal secara signifikan.

Hipotesis keempat dari penelitian ini menyatakan bahwa variabel sosial media mempunyai pengaruh positif serta signifikan pada minat berinvestasi di pasar modal Generasi Z Kabupaten Jepara. Melalui analisis regresi linier dan uji t, terungkap bahwa frekuensi pemakaian media sosial pada generasi Z di Jepara berhubungan langsung dengan meningkatnya minat mereka dalam berinvestasi. Di zaman sekarang ini, telah diketahui bahwa informasi dapat memengaruhi tingkat ketertarikan seseorang sehingga ia jatuh pada minat yang dimilikinya (Sari, 2022). Fitur-fitur seperti follow, likes, comment, share, dan direct message di Instagram menyediakan media interaksi antara pengikut dan perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa platform media sosial menjadi sumber informasi yang penting dan dapat digunakan untuk memperoleh pengetahuan terkait investasi, yang semakin banyak dimanfaatkan oleh masyarakat, khususnya kalangan muda. Dengan begitu, media sosial berperan dalam memberikan informasi yang berguna, termasuk di bidang investasi (Firdhausa & Apriani, 2021). Hal ini didukung penelitian sebelumnya oleh Nasution (2021), Fauzianti & Retnosari (2022), Dewi et al. (2022), dan Arianti & Devi (2023) menyatakan bahwa media sosial berpengaruh positif pada minat berinvestasi di pasar modal.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang sudah dilaksanakan, dapat disimpulkan bahwa Generasi Z di Kabupaten Jepara memiliki minat besar pada investasi di pasar modal. Hal ini dipengaruhi oleh peningkatan literasi keuangan, motivasi untuk berinvestasi, serta pesatnya kemajuan teknologi dan peran media sosial yang memberikan wawasan mengenai berbagai peluang investasi. Kemajuan teknologi memungkinkan para investor untuk melakukan transaksi investasi secara online, seperti pendaftaran, pencarian informasi, dan transaksi di pasar modal yang bisa dilakukan kapan pun serta di mana pun, selama bisa terkoneksi dengan internet. Tak hanya itu, antarmuka yang user-friendly turut menjadi faktor penting yang memicu minat Generasi Z untuk terlibat dalam investasi, disamping itu juga media sosial berperan penting dalam menyediakan informasi mengenai investasi, yang semakin meningkatkan minat mereka untuk mengambil langkah konkret, seperti merencanakan dan menganalisis sebelum berinvestasi dengan tujuan memperoleh keuntungan. Implikasi penelitian ini menunjukkan bahwa pemangku kepentingan seperti lembaga keuangan dan penyedia platform investasi, perlu merancang program edukasi keuangan berbasis teknologi yang interaktif dan relevan untuk Generasi Z di Kabupaten Jepara. Selain itu, peningkatan literasi keuangan melalui konten informatif di media sosial dan pengembangan platform investasi akan mendorong partisipasi mereka dalam investasi serta mendukung pengambilan keputusan finansial yang lebih rasional dan cerdas. Keterbatasan dalam penelitian ini adalah ukuran sampel yang hanya melibatkan 100 responden dari populasi Generasi Z di Kabupaten Jepara. Peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas ukuran sampel agar hasil penelitian lebih representatif.

REFERENCES

- Aini, N., Junaidi, & Maslichah (2019). Pengaruh Pengetahuan Investasi Dan Motivasi Investasi Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Politeknik Keuangan Negara Stan Di Pasar Modal. *Jurnal Acitya Ardana*, 2(1), 16–28. <https://doi.org/10.31092/jaa.v2i1.1434>
- Ainiyah, N., & Indrarini, R. (2022). Pengaruh Motivasi Investasi dan Kemajuan Teknologi terhadap Minat Berinvestasi di Reksa dana Syariah pada Generasi Z Kota Surabaya. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islami*, 5(22), 80–94. Retrieved from <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jeif>
- Arianti, G. A. T., & Devi, S. (2023). Pengaruh Social Media Influencer, Lingkungan Keluarga, Efikasi Diri Dan Informasi Produk Terhadap Minat Investasi di Pasar Modal Pada Mahasiswa S1 Akuntansi Angkatan 2019. *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Undiksha*, 14(03), 631–641. <https://doi.org/10.23887/jimat.v14i03.62162>
- Bidari, N. P. I., & Sinarwati, N. K. (2023). Peran Financial Literacy Dan Herding Dalam Minat Investasi Generasi Z. *Manajemen* :



- Jurnal Ekonomi, 5(2), 146–152. <https://doi.org/10.36985/manajemen.v5i2.850>
- BPS, (2023). Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kabupaten Jepara, 2023. <https://jeparakab.bps.go.id/id/statistics-table/3/jumlah-penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin-dikabupaten-jepara--2022.html?year=2023>
- Cahaya & Kusuma. (2019). Pengaruh Motivasi dan Kemajuan Teknologi Terhadap Minat Investasi Saham. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Keislaman*, 7, 192–207.
- Darmawan, A., Kurnia, K., & Rejeki, S. (2019). Pengetahuan Investasi, Motivasi Investasi, Literasi Keuangan Dan Lingkungan Keluarga Pengaruhnya Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 08(02), 44–56.
- Dewi, L. P., & Gayatri, G. (2021). Determinan yang Berpengaruh pada Minat Investasi di Pasar Modal. *E-Jurnal Akuntansi*, 31(5), 1082. <https://doi.org/10.24843/eja.2021.v31.i05.p02>
- Dewi, Y., Karmana, I. W., & Sugiarta, I. K. (2022). The Influence of Investment Knowledge, Individual Income, and Social Media Influencers towards Investing Interest Provincial Millennials Bali on The Indonesia Stock Exchange, 2020, 1–6. Retrieved from <https://repository.pnb.ac.id>
- Fattah, M. W. (2023). Pengaruh Kemajuan Teknologi Investasi, Sosial Media Edukasi Saham, dan Motivasi Terhadap Minat Investasi di Pasar Modal Indonesia. *Journal of Economics and Business UBS*, 12(4), 2026–2042. <https://doi.org/10.52644/joeb.v12i4.301>
- Faidah, F. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Faktor Demografi Terhadap Minat Investasi Mahasiswa. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 5, 251. <https://doi.org/10.30998/jabe.v5i3.3484>
- Faizal, M. (2020). Pengaruh Faktor Demografi, Literasi Keuangan, Return, Persepsi Risiko Dan Modal Minimal Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal (Studi Kasus pada Investor Mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta). *Skripsi*, 2(1), 163–184. <https://doi.org/10.31539/costing.v2i1.388>
- Fauzianti, A. & Retnosari. (2022). Pengaruh Modal Awal Investasi, Pengetahuan Investasi, Sosial Media Influencer Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Akuntansi Universitas Tidar. *Jurnal Sinar Manajemen*, 9(1), 26–35. <https://doi.org/10.56338/jsm.v9i1.2323>
- Hadi, M. M., Mardani, R. M., & Saraswati, E. (2023). Pengaruh Social Media Platform, Financial Literasi, Dan Investment Motivation Terhadap Minat Berinvestasi Di Pasar Modal. *Jurnal Riset Manajemen*, 12(1), 641–651.
- Hikmah, & Rustam, T. A. (2020). Pengetahuan Investasi, Motivasi Investasi, Literasi Keuangan Dan Persepsi Resiko Pengaruhnya Terhadap Minat Investasi Pada Pasar Modal. *SULTANIST: Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 8(2), 131–140. Retrieved from <https://sultanist.ac.id/index.php/sultanist>
- Juwita, E. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Motivasi Investasi, Dan Kemajuan Teknologi Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Uin Sultan Syarif Kasim Riau. *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis Syariah dan Teknologi (Vol. 2)*. <https://doi.org/10.62833/embistek.v2i2.44>
- KSEI. (2024). Statistik Pasar Modal Indonesia. Publikasi PT Kustodian Sentral Efek Indonesia, (April), 1–7. Retrieved from https://www.ksei.co.id/publications/demografi_investor
- Nasution, S. N. (2021). Pengaruh Media Sosial Instagram IDX Riau terhadap Minat Investor Berinvestasi di Galeri Investasi Syariah-BEI Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah, 1–68.
- Negara, A. K., & Febrianto, H. G. (2020). Pengaruh Kemajuan Teknologi Informasi Dan Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Investasi Generasi Milenial Di Pasar Modal. *Business Management Journal*, 16(2), 81. <https://doi.org/10.30813/bmj.v16i2.2360>
- OJK. (2023). Laporan Statistik Bulanan Pasar Modal. <https://ojk.go.id/id/kanal/pasar-modal/datadan-statistik/statistik-pasar-modal/Pages/Statistik-Bulanan-Pasar-Modal---Desember-2023.aspx>
- OJK. (2024). Laporan Statistik Bulanan Pasar Modal. <https://ojk.go.id/id/kanal/pasar-modal/datadan-statistik/statistik-pasar-modal/Pages/Statistik-Bulanan-Pasar-Modal---Maret-2024.aspx>
- Rizza, M. & Susilo, E. (2024). The Influence of Sharia Financial Literacy, Technological Advances, Return Expectations, and Minimum Capital on Generation Z's Interest in Investing in the Sharia Capital Market. *Mutanaqishah: Journal of Islamic Banking*, 4(1), 36–50. <https://doi.org/10.54045/mutanaqishah.v4i1.1557>
- Safitri, D. I., & Hapsari, M. T. (2022). Pengaruh Pengetahuan Investasi dan Literasi Keuangan terhadap Minat Investasi Mahasiswa Non FEBI UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung Angkatan 2018. *YUME: Journal of Management*, 5(2), 267–276. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.3456>
- Sari, D. P. (2022). Dapatkah Informasi Media Sosial dan Pengetahuan Followers Menggugah Minat Investasi Saham? Sebuah Studi pada Followers Instagram Broker Saham Tanam Duit. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 20–37. <https://doi.org/10.46806/jman.v12i1.974>
- Theresia, W., & Rostiana. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Pengetahuan Investasi, Dan Faktor Sosial Terhadap Minat Berinvestasi Saham Generasi Z. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 9 (4), 881–894.
- Trisnatio, Y. A. (2017). Pengaruh Ekspektasi Return, Persepsi Terhadap Risiko, Dan Self Efficacy Terhadap Minat Investasi Saham Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, 11(1), 92–105.
- Umiyati, H., Subiyanto, S., Kusumawati, Y. N., Suherman, A., Anwar, K., & Wedha, I. K. (2023). Analysis Of The Effect Of Motivation And Knowledge About Capital Market, Return, Risk And Minimum Capital On Interest To Invest In The Indonesia Stock Exchange (Case Study In The Financial Audit Board Of The Republic Of Indonesia). *International Journal of Business, Economics, and Social Development*, 4(3), 112–122. <https://doi.org/10.46336/ijbesd.v4i3.477>
- Vina, M. S., Putri, N. K., Arofah, T., & Suparlinah, I. (2021). Pengaruh motivasi investasi , pengetahuan dasar investasi , modal terhadap minat berinvestasi. *Jurnal Doktor Manajemen*, 4(1), 88–107. Retrieved from <https://publikasi.mercubuana.ac.id/index.php/jdm/article/view/12117>
- Widhiastuti, R. N., & Novianda, B. F. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Pengetahuan Investasi, Dan Motivasi Terhadap Minat Investasi Generasi Z Di Jabodetabek. *Kompleksitas: Jurnal Ilmiah Manajemen, Organisasi Dan Bisnis*, 13(1), 84–93. <https://doi.org/10.56486/kompleksitas.vol13no1.527>
- Yusuf, M. (2019). Pengaruh Kemajuan Teknologi dan Pengetahuan terhadap Minat Generasi Milenial dalam Berinvestasi di Pasar Modal. *Jurnal Dinamika Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 86–94. <https://doi.org/10.21009/jdmb.02.2.3>