

Pengaruh Influencer Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Investasi Mahasiswa

Trisnaningsih, Sihabudin*, Robby Fauji

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Buana Perjuangan Karawang, Karawang, Indonesia
Jalan H.S. Ronggo Waluyo, Kec. Telukjambe Timur, Kab. Karawang, Jawa Barat, Indonesia

Email: ¹mn18.trisnaningsih@mhs.ubpkarawang.ac.id, ^{2,*}sihabudin@ubpkarawang.ac.id, ^{3,*} roby.fauji@ubpkarawang.ac.id

Korespondensi: sihabudin@ubpkarawang.ac.id

Submitted: 17/06/2022; Accepted: 24/06/2022; Published: 30/06/2022

Abstrak—Pasar modal memiliki peran yang besar bagi perekonomian suatu negara beberapa fungsi tersebut diantaranya adalah sebagai sarana bagi perusahaan untuk mencari modal dan juga sebagai instrumen investasi bagi masyarakat. Di perguruan tinggi khususnya di fakultas ekonomi dan bisnis biasanya diajarkan materi mengenai pasar modal dan lembaga keuangan lainnya. Oleh karena itu mahasiswa dianggap telah memiliki literasi keuangan yang cukup sehingga mahasiswa dapat melakukan investasi. Namun jumlah mahasiswa FEB yang tercatat pada tahun 2020 adalah sebanyak 2038 orang sedangkan mahasiswa yang memiliki RDN hanya 49 orang atau 2,40% dari total mahasiswa FEB. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling. dengan kriteria responden yang diinginkan dalam penelitian ini, antara lain: 1. Mahasiswa aktif FEB UBPK; 2. Mahasiswa angkatan 2018, 2019, dan 2020; dan 3. Mahasiswa yang sudah memiliki pendapatan pribadi. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan bahwa nilai signifikansi variabel influencer sebesar $0.000 < 0.05$ dan variabel literasi keuangan memiliki nilai signifikan $0.000 < 0.005$. maka dapat disimpulkan bahwa kedua variabel tersebut berpengaruh positif signifikan terhadap minat investasi. Lalu secara simultan variabel literasi keuangan dan influencer berpengaruh signifikan terhadap minat investasi mahasiswa.

Kata Kunci: Literasi Keuangan; Influencer; Investasi

Abstract—The capital market has a big role in the economy, some of these functions are as a means for companies to seek capital and also as an investment instrument for the community. In college, materials are usually taught about the capital market and other financial institutions. Therefore, students are considered to have sufficient financial literacy so that students can invest. However, the number of FEB students recorded in 2020 was 2038 people, while students who had RDN were only 49 people or 2.40% of the total FEB students. The analysis technique used in this research is multiple regression analysis, the sampling technique used is purposive sampling. with the desired respondent criteria in this study, including: 1. Active students of FEB UBPK; 2. Class of 2018, 2019, and 2020 students; and 3. Students who already have personal income. Based on the results of research conducted that the significance value of the influencer variable is $0.000 < 0.05$ and the financial literacy variable has a significant value of $0.000 < 0.005$. it can be concluded that the two variables have a significant positive effect on investment interest. Then simultaneously financial literacy variables and influencers have a significant effect on student investment interest.

Keywords: Financial Literacy; Influencer; Investment

1. PENDAHULUAN

Di era globalisasi saat ini dimana batas antar negara menjadi hilang disertai dengan banyak hal yang masuk dari luar diiringi oleh perkembangan teknologi yang kemudian berpengaruh pada perubahan berbagai aspek kehidupan dalam masyarakat. Namun ternyata masih banyak pula masyarakat yang belum menyadari akan pentingnya peran pengelolaan keuangan dalam kehidupan pribadinya. Menurut Pritazahra & Sriwidodo dalam (Upadana & Herawati, 2020) merencanakan sebuah investasi dalam pengelolaan keuangan pribadi merupakan hal yang krusial bagi setiap individu pada saat ini, hal ini dikarenakan investasi juga termasuk sebuah proses belajar untuk mengatur keuangan di masa sekarang dan masa depan. Saat ini terdapat banyak instrumen investasi, seperti tabungan dan deposito yang ada pada pasar uang, lalu ada saham dan obligasi yang ada di pasar modal (Yang et al., 2016). setiap instrumen investasi memiliki imbal hasil dan juga resiko masing-masing. Tercatat setiap instrumen investasi mengalami peningkatan jumlah investor terutama untuk sektor pasar modal. Pasar modal memiliki peran yang besar bagi perekonomian suatu negara beberapa fungsi tersebut diantaranya adalah sebagai sarana bagi perusahaan untuk mencari modal dan juga sebagai instrumen investasi bagi masyarakat. Untuk dapat berinvestasi di pasar modal, investor perlu melakukan pembukaan akun terlebih dahulu melalui sekuritas efek yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang selanjutnya akan diberikan kepada investor berupa Rekening Dana Nasabah (RDN). RDN ini digunakan untuk mengawasi setiap transaksi yang dilakukan di dalam pasar modal.



Sumber: Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Tahun 2021

Gambar 1. Jumlah Investor Pasar Modal

Gambar 1 menunjukkan data dari Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) mencatat adanya pertumbuhan *single investor identification* (SID) setiap tahunnya. Data terakhir pada tahun 2020 terdapat sejumlah 3.880.753 investor lalu meningkat pesat sebesar 92,99% pada tahun 2021 menjadi 7.489.337 investor.

Penambahan jumlah investor tersebut turut menambah persentase kepemilikan domestik saham di Bursa Efek Indonesia (BEI). Tercatat pada tahun 2021 sebesar 58,93% dari total saham di BEI merupakan kepemilikan saham domestik meningkat 2,08% dari tahun sebelumnya sebagaimana terlihat pada tabel 1.

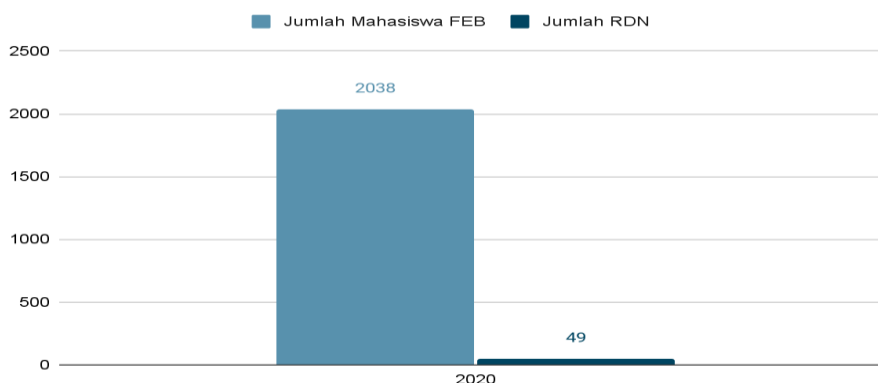
Tabel 1. Persentase kepemilikan saham BEI

Periode	Lokal	Asing
2014	40,71%	59,29%
2015	42,67%	57,33%
2016	51,77%	48,23%
2017	54,50%	45,50%
2018	54,82%	45,18%
2019	55,71%	44,29%
2020	56,85%	43,15%
2021	58,60%	41,40%

Sumber: Bisnis Indonesia Tahun 2022

Berdasarkan data dari KSEI, demografi investor di BEI berdasarkan usia didominasi oleh investor berusia dibawah 30 tahun dengan persentase sebesar 60,29% dari total jumlah investor di BEI. Hal ini terjadi karena adanya perubahan minat yang sebelumnya konsumtif menjadi ingin berinvestasi. Selain itu dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat, muncul berbagai aplikasi yang memudahkan masyarakat untuk membeli instrumen investasi melalui aplikasi tersebut.

Di perguruan tinggi khususnya di fakultas ekonomi dan bisnis biasanya diajarkan materi mengenai pasar modal dan lembaga keuangan lainnya. Oleh karena itu mahasiswa dianggap telah memiliki literasi keuangan yang cukup sehingga mahasiswa dapat melakukan investasi baik di pasar modal maupun di instrumen keuangan lainnya. (Pangestika & Ruslianti, 2019) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa mahasiswa yang ingin berinvestasi di pasar modal harus memiliki literasi keuangan yang baik agar dapat memaksimalkan peluang dan meminimalisir risiko. Literasi keuangan mahasiswa didapatkan melalui perkuliahan, seminar, ataupun mencari informasi yang dapat menambah pengetahuan untuk berinvestasi.



Gambar 2. Perbandingan Jumlah Mahasiswa FEB UBP Karawang dengan Jumlah RDN yang Terdaftar di Galeri Investasi UBP Karawang

Gambar 2 menunjukkan perbandingan keseluruhan mahasiswa FEB UBP Karawang angkatan 2018 - 2022 dengan mahasiswa FEB yang memiliki RDN. Jumlah mahasiswa FEB yang tercatat pada tahun 2020 adalah sebanyak 2038 orang sedangkan mahasiswa yang memiliki RDN hanya 49 orang atau 2,40% dari total mahasiswa FEB.

Menurut Pangestika & Ruslianti secara parsial literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal (Pangestika & Ruslianti, 2019). Selain itu dalam penelitian (Al-Aziz & Rinofah, 2021) juga menunjukkan hasil bahwa literasi keuangan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan investasi mahasiswa. Semakin baik tingkat literasi keuangannya maka semakin baik pula keputusan investasi yang diambil. Sejalan dengan penelitian sebelumnya, (Faidah, 2019) juga mendapati bahwa literasi keuangan dapat mempengaruhi minat investasi mahasiswa secara positif signifikan.

Selain literasi keuangan, ada faktor lain yang juga berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam berinvestasi. Faktor tersebut adalah pengaruh dari *influencer* yang saat ini banyak membahas mengenai investasi. (Fauzianti & Retnosari, 2022) mengungkapkan bahwa pihak yang mampu memberikan hal-hal mengenai pentingnya investasi dapat memberikan pengaruh pada minat investasi di pasar modal. Pihak ini mampu memberikan pengaruh nantinya pada minat dari mahasiswa untuk melakukan penanaman modal pada pasar modal.

Menurut (Fauzianti & Retnosari, 2022), *Social Media Influencer* mampu memberikan pengaruh pada minat mahasiswa untuk melakukan investasi. Selain itu, hasil dari penelitian (Pratiwi, 2020) menunjukkan bahwa *social media influencer* mempunyai pengaruh positif dan signifikan dengan niat mahasiswa berinvestasi. Menurut pengamat pasar modal Hans Kwee, menegaskan bahwa banyaknya publik figur yang membagikan pengalamannya terkait investasi di pasar modal, berdampak positif bagi peningkatan jumlah investor (Hukum et al., 2021)

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis ingin membuktikan pengaruh literasi keuangan dan juga *social media influencer* terhadap minat investasi mahasiswa FEB UBPK.

2. METODE PENELITIAN

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda untuk mengetahui pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen baik secara parsial maupun simultan dengan menggunakan program SPSS.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang disebarakan kepada responden. Responden dari penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) di Universitas Buana Perjuangan Karawang angkatan 2018-2020 dengan jumlah mahasiswa sebanyak 2038 orang.

Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Menurut (Sugiyono, 2016) *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Kriteria responden yang diinginkan dalam penelitian ini, antara lain: 1. Mahasiswa aktif FEB UBPK; 2. Mahasiswa angkatan 2018, 2019, dan 2020; dan 3. Mahasiswa yang sudah memiliki pendapatan pribadi.

Untuk menentukan sampel pada penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow dikarenakan jumlah mahasiswa FEB UBPK yang sudah memiliki pendapatan pribadi tidak diketahui jumlahnya dengan rinci.

Rumus Lemeshow sebagai berikut :

$$n = \frac{Z\alpha^2 \times P \times Q}{L^2} \quad (1)$$

Dengan ; n = jumlah sampel minimal yang diperlukan; $Z\alpha$ = Nilai standar dari distribusi sesuai nilai; $\alpha = 5\% = 1,96$; P = Prevalensi *outcome*, karena data belum didapat, maka dipakai data 50%; Q = 1-P; L = Tingkat ketelitian 10%. Berdasarkan rumus, maka perhitungannya adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{(1,96)^2 \times 0,5 \times 0,5}{(0,1)^2} = 96,04$$

Diperoleh dari hasil perhitungan jumlah sampel minimal yang dibutuhkan adalah 96 responden. Kemudian peneliti menentukan untuk jumlah responden menjadi 110 orang supaya jumlah responden 10 x jumlah indikator..

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan angket/kuesioner yang dibagikan menggunakan *google form* kepada mahasiswa FEB dari angkatan 2018-2020. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan skala likert.

2.1 Influencer

Dimensi *influencer* yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada dimensi yang dikemukakan oleh Solis dan Weber dalam (Andreani et al., 2021). *Influencer* dapat dikategorikan sebagai Jangkauan, Resonansi, dan Relevansi. Jangkauan, mengacu pada jumlah pengikut atau pengikut yang terlibat di media sosial. Resonansi adalah tindakan pengikut media sosial yang melanjutkan atau membagikan lebih banyak konten dari *influencer*. Dimensi terakhir adalah relevansi. Yang dimaksud dengan relevansi adalah tingkat kesesuaian atau kesamaan antara nilai-nilai yang dianut oleh *influencer* dengan citra merek produk atau jasa tersebut.

2.2 Literasi Keuangan

Tanpa pemahaman tentang konsep dasar keuangan, orang akan membuat keputusan yang tidak baik berkaitan dengan pengelolaan keuangan. Menurut Klapper & Lusardi dalam (Maghfiroh, 2021) orang yang melek finansial memiliki kemampuan untuk membuat pilihan keuangan berdasarkan informasi dasar keuangan, serta pengetahuan mengenai tabungan, investasi, pinjaman, dan lain-lain.

2.3 Minat Investasi

Minat investasi dapat diuraikan dalam beberapa dimensi. Menurut Yonar dalam (Maulana, 2017) dimensi minat investasi yaitu ketertarikan investasi karena informasi yang ada, adanya keinginan untuk investasi karena investasi sangat menjanjikan, dan adanya keyakinan bahwa investasi adalah pilihan yang tepat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data yang telah dihimpun melalui angket kuesioner yang telah disebar selanjutnya dianalisis dengan berbagai pengujian.

3.1 Uji Validitas

Pengukuran uji validitas digunakan untuk mengukur sejauh mana alat ukur yang digunakan dapat menggambarkan objek yang diukur (Ghozali, 2018).

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

No Item	r	r tabel	Keterangan	No Item	r	r tabel	Keterangan	No Item	r	r tabel	Keterangan
1	0,583	0,187	Valid	16	0,751	0,187	Valid	31	0,696	0,187	Valid
2	0,642	0,187	Valid	17	0,591	0,187	Valid	32	0,693	0,187	Valid
3	0,578	0,187	Valid	18	0,677	0,187	Valid	33	0,635	0,187	Valid
4	0,611	0,187	Valid	19	0,472	0,187	Valid	34	0,541	0,187	Valid
5	0,708	0,187	Valid	20	0,614	0,187	Valid	35	0,6	0,187	Valid
6	0,686	0,187	Valid	21	0,649	0,187	Valid	36	0,616	0,187	Valid
7	0,641	0,187	Valid	22	0,789	0,187	Valid	37	0,699	0,187	Valid
8	0,805	0,187	Valid	23	0,74	0,187	Valid	38	0,707	0,187	Valid
9	0,695	0,187	Valid	24	0,718	0,187	Valid	39	0,687	0,187	Valid
10	0,777	0,187	Valid	25	0,705	0,187	Valid	40	0,742	0,187	Valid
11	0,764	0,187	Valid	26	0,663	0,187	Valid	41	0,708	0,187	Valid
12	0,683	0,187	Valid	27	0,487	0,187	Valid	42	0,732	0,187	Valid
13	0,585	0,187	Valid	28	0,575	0,187	Valid	43	0,634	0,187	Valid
14	0,51	0,187	Valid	29	0,802	0,187	Valid	44	0,687	0,187	Valid
15	0,676	0,187	Valid	30	0,738	0,187	Valid	45	0,565	0,187	Valid

Berdasarkan perbandingan r hitung dan r tabel. Dari data diatas, dapat diketahui bahwa setiap item pertanyaan dinyatakan valid karena r hitung > r tabel, R tabel = 0,187 (df = N-2 : 110-2 = 108 pada $\alpha = 0,05$) dimana nilai dari r tabel sebesar 0,187 sehingga 45 pertanyaan tersebut memenuhi syarat (valid)

3.2 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam satu model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2018).

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
	N	110
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.57405527
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.070
	Positive	.070
	Negative	-.048
	Kolmogorov-Smirnov Z	.734
	Asymp. Sig. (2-tailed)	.654

a. Test distribution is Normal.

3.3 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar satu atau semua variabel bebas (independen) (Ghozali, 2018).

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a					
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig. Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta		Tolerance	VIF
1 (Constant)	15.213	3.383		4.497	.000	
Influencer	.518	.075	.545	6.878	.000	.591 1.693

Model	Coefficients ^a						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
Literasi Keuangan	.189	.049	.306	3.858	.000	.591	1.693

a. Dependent Variabel: Minat Investasi

Berdasarkan Tabel 4 Uji Multikolinearitas, menunjukkan bahwa nilai tolerance dari influencer dan literasi keuangan 0.591 artinya nilai tersebut lebih dari 0.01 kemudian untuk nilai VIF dari influencer dan literasi keuangan sebesar 1.693 artinya nilai tersebut kurang dari 10. maka dapat disimpulkan bahwa tidak adanya gejala multikolinearitas pada penelitian ini.

3.4 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan variance dan residual satu pengamatan kepengamatan yang lain (Ghozali, 2018).

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.607	2.084		2.690	.008
Influencer	-.063	.046	-.169	-1.361	.176
Literasi Keuangan	.007	.030	.027	.218	.828

a. Dependent Variabel: Abs_Res

Berdasarkan Tabel 5 Uji Heteroskedastisitas, menunjukkan bahwa output nilai signifikansi variabel influencer sebesar 0.176 > 0.05 artinya bahwa tidak terdapat masalah heteroskedastisitas, sedangkan untuk variabel Literasi Keuangan sebesar 0.828 > 0.05 artinya tidak terdapat masalah heteroskedastisitas.

3.5 Uji Regresi

Analisis Regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi Linear Berganda. Analisis Regresi Linear Berganda digunakan untuk mengukur pengaruh antara lebih dari satu variabel prediktor (variabel bebas) terhadap variabel terikat.

Tabel 6. Hasil Uji Regresi

Model	Coefficients ^a						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	15.213	3.383		4.497	.000		
Influencer	.518	.075	.545	6.878	.000	.591	1.693
Literasi Keuangan	.189	.049	.306	3.858	.000	.591	1.693

a. Dependent Variabel: Minat Investasi

Berdasarkan Tabel 5 Uji regresi, maka dapat diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$KI = \alpha + b_1 IF + b_2 LK + e$$

$$= 15.213 + 0.518 LK + 0.189 X_2 + e$$

Berikut dibawah ini interpretasi dari persamaan model linier berganda:

- Nilai Konstan (a) sebesar 15.213 dengan nilai positif. Hal tersebut menunjukkan bahwa Minat Investasi Mahasiswa bernilai 15.213, jika variabel influencer dan Literasi keuangan bernilai 0.
- Variabel Influencer memiliki koefisien regresi sebesar 0.518 dengan nilai positif. Hal ini menunjukkan bahwa arah dari influencer terhadap minat investasi adalah signifikan positif. Jadi setiap kenaikan 1% variabel influencer, maka akan menyebabkan naiknya minat investasi mahasiswa sebesar 0.518 dengan asumsi variabel yang lain bernilai konstan. Hal tersebut juga memiliki arti bahwa semakin banyak influencer yang membahas mengenai investasi maka akan semakin meningkat minat investasi mahasiswa.
- Variabel Literasi Keuangan memiliki koefisien regresi yang positif yaitu sebesar 0.189. hal ini menunjukkan bahwa

arah pengaruh antara literasi keuangan terhadap minat investasi yaitu signifikan positif. Jadi setiap kenaikan 1% variabel literasi keuangan, maka akan menyebabkan naiknya minat investasi mahasiswa sebesar 0.189 dengan asumsi variabel yang lain bernilai konstan.

3.6 Uji F

Uji ini dilakukan untuk melihat apakah model yang dianalisis memiliki tingkat kelayakan model yang tinggi yaitu variabel-variabel yang digunakan mampu untuk menjelaskan fenomena yang dianalisis

Tabel 7. Hasil Uji F

		ANOVA ^b				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3.468.922	2	1.734.461	81.380	.000 ^a
	Residual	2.280.496	107	21.313		
	Total	5.749.418	109			

a. Predictors: (Constant), Influencer, Literasi Keuangan
b. Dependent Variabel: Minat Investasi

Berdasarkan Tabel 7 Hasil Uji F, menunjukkan nilai signifikan sebesar 0.000 dengan dasar pengambilan keputusan 0.05 atau 5% karena nilai hasil uji f signifikansi $0.000 < 0.05$ maka terdapat pengaruh secara simultan antara variabel literasi keuangan dan influencer terhadap minat investasi mahasiswa.

3.7 Uji Determinasi

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2018).

Tabel 8. Hasil Uji Determinasi

Model	Model Summary				Change Statistics				
	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.777 ^a	.603	.596	4.617	.603	81.380	2	107	.000

a. Predictors: (Constant), Influencer, Literasi Keuangan

Berdasarkan Tabel 8 Uji Determinasi, Variabel Independen (X1) menunjukkan bahwa cara mendapatkan nilai R Square berdasarkan rumus dibawah ini:

$$Kd = r \times r \times 100\%$$

$$Kd = 0.777 \times 0.777 \times 100\%$$

$$Kd = 60.3\%$$

Dari perhitungan diatas, dapat diperoleh informasi terkait besar kecilnya hubungan variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) sebesar 60.3%. Sehingga dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian sebesar $100\% - 60.3\% = 39.7\%$. Kemudian untuk melihat seberapa banyak jumlah pengaruh menggunakan nilai Adjusted R Square sebesar 0.596 atau 59.6%.

3.8 Pembahasan

Pembahasan dalam penelitian ini akan diuraikan dari hasil data yang telah diolah secara keseluruhan data, kemudian akan disusun berdasarkan hasil analisis deskriptif dan verifikatif. Berikut dibawah ini pembahasan penelitiannya, diantaranya:

1. Pengaruh Influencer terhadap Minat Investasi

Hasil perhitungan regresi dalam penelitian ini diperoleh bahwa variabel *influencer* memiliki nilai signifikansi sebesar 0.000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari batas toleransi kesalahan sebesar 0.05 sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *influencer* berpengaruh positif signifikan terhadap minat investasi.

Di masa saat ini dimana informasi sangat mudah didapatkan, para *influencer* memanfaatkan hal tersebut untuk membagikan pengalamannya mengenai investasi yang dilakukannya. Selain itu ketika *influencer* berkompeten dalam menjelaskan tentang investasi, tentu akan banyak dipercaya oleh orang lain. Selain itu ada juga *influencer* yang memang tidak ada latar belakang mengenai investasi namun memiliki reputasi yang baik sehingga dijadikan *brand ambassador* dari suatu produk pengelola investasi. Pada akhirnya semakin banyak *influencer* yang membahas mengenai investasi maka akan semakin meningkatkan minat investasi mahasiswa.

Hal ini sesuai dengan penelitian dari (Fauzianti & Retnosari, 2022) bahwasannya influencer menjadi salah satu pihak yang populer dikalangan yang bukan selebritis, namun influencer ini dia yang memiliki pengikut media sosial yang banyak. sehingga peran dari influencer ini mampu menginformasikan hal-hal yang penting mengenai investasi dan mampu memberikan pengaruh minat investasi dipasar modal yang bersifat positif.

2. Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Minat Investasi

Hasil Perhitungan regresi dalam penelitian ini diperoleh bahwa variabel literasi keuangan memiliki nilai signifikansi sebesar 0.000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari batas toleransi kesalahan sebesar 0.05 sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 diterima. Hal tersebut menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat investasi.

Literasi keuangan berperan penting dalam meningkatkan minat investasi mahasiswa. Mahasiswa yang memiliki literasi keuangan yang baik tentunya akan meningkatkan minatnya untuk berinvestasi dan sebaliknya mahasiswa yang kurang memiliki literasi keuangan tidak begitu berminat untuk berinvestasi..

Literasi keuangan bisa didapatkan melalui berbagai media seperti dalam perkuliahan, seminar, ataupun mencari informasi sendiri dari berbagai literatur. Sebelum berinvestasi, mahasiswa harus memiliki literasi keuangan yang cukup agar dapat meminimalisir resiko dan tentunya dapat memaksimalkan peluang dalam berinvestasi.

Peran perguruan tinggi sangat penting untuk meningkatkan literasi mahasiswa. Hal ini menjadi wajib karena perguruan tinggi sebagai tempat menimba ilmu mahasiswa tentunya harus memberikan pengetahuan mengenai literasi keuangan kepada mahasiswa terkhusus kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Hal tersebut selaras dengan penelitian dari (Faidah, 2019) bahwa literasi keuangan sangat berpengaruh dalam dunia berinvestasi, karena dengan literasi keuangan yang baik membuat seseorang tidak salah dalam mengambil keputusan investasi.

3. Infuence Pengaruh *Influencer* dan Literasi Keuangan terhadap Minat Investasi

Hasil pengujian dengan uji F menunjukan nilai signifikan sebesar 0.000 dengan dasar pengambilan keputusan 0.05 atau 5% karena nilai hasil uji f signifikansi $0.000 < 0.05$ maka terdapat pengaruh secara simultan antara variabel literasi keuangan dan influencer terhadap minat investasi mahasiswa. Pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen berdasarkan uji determinasi adalah sebesar 0,603 atau 60,3%. Variabel *influencer* dan variabel literasi keuangan berpengaruh dalam meningkatkan minat mahasiswa dalam berinvestasi. Variabel *influencer* merupakan factor pendorong dari luar sedangkan variabel literasi keuangan merupakan factor dalam diri yang menentukan minatnya terhadap investasi.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan maka dapat disimpulkan variabel *influencer* berpengaruh positif signifikan terhadap minat investasi. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai signifikansi variabel *influencer* sebesar 0.000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari batas toleransi kesalahan sebesar 0.05. Sedangkan literasi keuangan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat investasi. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai signifikansi variabel literasi keuangan sebesar 0.000 dimana nilai tersebut lebih kecil dari batas toleransi kesalahan sebesar 0.05. Secara simultan variabel literasi keuangan dan *influencer* berpengaruh signifikan terhadap minat investasi mahasiswa. Pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen berdasarkan uji determinasi adalah sebesar 0,603 atau 60,3% dan sisanya dipengaruhi oleh variable lain. Pada penelitian selanjutnya diharapkan peneliti dapat menggunakan sampel yang lebih banyak supaya hasil penelitian lebih baik. Selain itu peneliti juga dapat menambahkan variabel-variabel lain sehingga variabel minat investasi dapat dijelaskan lebih lengkap.

REFERENCES

- Al-Aziz, M. A., & Rinofah, R. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan dan Faktor Demografi Terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa FE Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 6(1), 81. <https://doi.org/10.33087/jmas.v6i1.231>
- Andreani, F., Gunawan, L., & Haryono, S. (2021). Social Media Influencer, Brand Awareness, and Purchase Decision Among Generation Z in Surabaya. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 23(1), 18–26. <https://doi.org/10.9744/jmk.23.1.18-26>
- Faidah, F. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Faktor Demografi Terhadap Minat Investasi Mahasiswa. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 5(3), 251. <https://doi.org/10.30998/jabe.v5i3.3484>
- Fauzianti, A., & Retnosari. (2022). Pengaruh Modal Awal Investasi , Pengetahuan Investasi , Sosial Media Influencer Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Akuntansi Universitas Tidar. *Jurnal Sinar Manajemen*, 09(2337–8743), 26–35.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate SPSS 25 (9th ed.)*. Universitas Diponegoro.
- Hukum, S., Firdhausa, F., & Apriani, R. (2021). PENGARUH PLATFORM MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT GENERASI MILENIAL DALAM BERINVESTASI DI PASAL MODAL. *Supremasi Hukum*, 17, 96–103.
- Maghfiroh, I. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Perilaku Keuangan Terhadap Minat Investasi Dengan Gender Sebagai Moderasi (Studi Pada Keluarga di Kota Malang). In *Doctoral Dissertation Univesitas Islam Negeri Maulana Maliq Ibrahim*.



- Maulana, M. S. R. (2017). Pengaruh Ekspektasi Return, Persepsi Terhadap Resiko, Dan Self Efficacy Terhadap Minat Investasi Saham. *Ekp*, 13(3), 1576–1580.
- Pangestika, T., & Ruslianti, E. (2019). Literasi Dan Efikasi Keuangan Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi Di Pasar Modal. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 12(1), 37–42.
- Pratiwi, D. T. (2020). *PENGARUH PENGETAHUAN INVESTASI, MODAL AWAL INVESTASI DAN SOCIAL MEDIA INFLUENCER TERHADAP MINAT MAHASISWA BERINVESTASI DI PASAR MODAL SKRIPSI*.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT. Alfabet.
- Upadana, I. W. Y. A., & Herawati, N. T. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan dan Perilaku Keuangan terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika*, 10(2), 126. <https://doi.org/10.23887/jiah.v10i2.25574>
- Yang, P., Tertib, W., Efisien, T. D. A. N., & Hukum, S. T. (2016). *Jurnal Spektrum Hukum*, Vol. 13/No. 2/Oktober 2016. 13(2), 277–286.