

Determinan Minat Mahasiswa Berinvestasi di Pasar Modal

Luthfia Azifa Zahra¹, Fatchan Achyani²

Prodi Akuntansi, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Indonesia

ARTICLE INFO

Article history:

Received: 06-07-2024

Revised: 19-07-2024

Accepted: 29-07-2024

Keywords:

Pemahaman Investasi,
Digitalisasi Pasar Modal,
Risiko Investasi, Teknologi
Media Sosial, Informasi
Produk, dan Minat Investasi

ABSTRACT

Tujuan Penelitian: Studi ini dilaksanakan dengan tujuan mengungkapkan sejauh mana pemahaman investasi, digitalisasi pasar modal, risiko investasi, teknologi media sosial, dan informasi produk mempengaruhi minat mahasiswa dalam berinvestasi di pasar modal.

Metode Penelitian: Penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif, dengan subjek populasi terdiri dari mahasiswa S1 Akuntansi yang masuk pada tahun 2020 di UMS dan UNS. Dengan metode *non probability sampling*, studi ini mendapatkan 90 responden sebagai sampel. Metode analisis yang diterapkan ialah regresi linier berganda.

Originalitas: Pembaharuan pada studi ini yakni penambahan variabel digitalisasi pasar modal, penggunaan teknologi media sosial dan informasi produk serta memperluas lingkup penelitian dengan sampel yang berasal dari UMS dan UNS.

Hasil Penelitian: Dari hasil uji hipotesis didapati pengaruh positif pemahaman investasi, risiko investasi, serta informasi produk terhadap minat untuk berinvestasi namun minat Investasi tidak dipengaruhi oleh digitalisasi pasar modal dan penggunaan teknologi media sosial

Implikasi: Temuan dari penelitian ini dapat bermanfaat untuk memperluas pengetahuan di bidang akuntansi dan bisa dijadikan sebagai referensi bagi mereka yang ingin mengembangkan riset terkait minat investasi.

Research Objectives: This research is intended to uncover the extent of understanding regarding investment, market digitization, investment risks, social media technology, and data regarding the product influences academic students' interest in investing in the asset exchange.

Research Method: This research utilizes a quantitative approach, targeting undergraduate accounting students who began their studies in 2020 at UMS and UNS. Employing the non-probability sampling method, this research designated 90 participants as the sample. The evaluation approach applied is multiple linear regression.

Originality/Novelty: Updates to this research is the addition of capital market digitalization factors and product information and expanding the scope of research with samples from UMS and UNS.

Research Results: The hypothesis testing revealed a positive impact of investment understanding, investment risk, and product information on investment interest. However, market digitization and social media technology use do not affect investment interest.

Implications: The output of this research can contribute to the growth of knowledge in the field of accounting and can be used as a resource for those wishing to conduct an analysis of investment interest.

Copyright © by Author(s)

This is an open-access article under the CC BY-SA license



Corresponding Author:

Luthfia Azifa Zahra

Program Studi Akuntansi, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Indonesia Jl. A. Yani, Mendungan, Pabelan, Kec. Kartasura, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah 57162

Email: b200200497@student.umsu.ac.id

Pendahuluan

Di era kemajuan teknologi yang sangat pesat ini, sektor ekonomi mengalami kemajuan mutakhir termasuk pada pasar modal yang berdampak pada tingginya tren investasi. Investasi semakin populer di kalangan masyarakat termasuk mahasiswa atau saat ini dikenal dengan generasi z. Banyaknya pemodal di bursa saham Indonesia menyentuh hasil 11,88 juta saat kuartal keempat tahun 2023, meningkat 15,04% dari tahun sebelumnya. Saat ini makin banyak investor muda ikut berminat untuk berinvestasi pada saham dan instrumen lainnya. Berdasarkan data yang dirilis oleh Bursa Efek Indonesia, per Desember 2023 menunjukkan bahwa sebanyak 56,41% investor berusia dibawah 30 tahun (BEI, 2023).

Tren investasi yang terjadi pada generasi muda khususnya pada mahasiswa tak terlepas dari beberapa faktor yang menjadikan para mahasiswa memiliki minat yang kuat agar menanamkan sahamnya sejak dini di bursa modal. Pemahaman tentang investasi adalah salah satu indikator yang dipercaya memengaruhi ketertarikan suatu individu dalam berinvestasi. Pemahaman investasi merupakan kemampuan seseorang untuk memahami segala hal tentang investasi, baik melalui pendidikan formal maupun informal. Mahasiswa dengan pemahaman investasi yang luas cenderung memiliki minat investasi di bursa saham karena mereka mampu melihat peluang keuntungan serta risiko dalam berinvestasi. Pengaruh signifikan pemahaman investasi terhadap minat investasi terbukti dalam penelitian (Maharani & Farhan Saputra, 2021) dengan hasil positif signifikan terhadap minat generasi muda untuk berinvestasi karena pemahaman mengenai investasi mendukung sistem perencanaan keuangan yang dimiliki sehingga bisa lebih berhati-hati dalam berinvestasi. Kemudian Nazar (2021) juga membuktikan ada pengaruh positif signifikan pemahaman investasi terhadap minat investasi karena mencakup pemahaman instrumen pasar modal, risiko dan tingkat pengembalian yang didapatkan. Sedangkan penelitian Auliana (2024) dan Yuliani & Nurwulandari (2023) membuktikan tidak adanya pengaruh signifikan pemahaman mengenai investasi terhadap ketertarikan agar berinvestasi di bursa saham.

Digitalisasi pasar modal adalah faktor penting yang mempengaruhi investasi. Otoritas Jasa Keuangan mengakui pentingnya beradaptasi dengan era digitalisasi, yang mempermudah akses investasi melalui pemasaran digital. Promosi dan penyederhanaan proses pembuatan rekening efek juga telah dilakukan. Inovasi dan pengembangan teknologi selama beberapa dekade terakhir seperti Ajaib, Stockbit, IDX Mobile, dan aplikasi lainnya telah mempermudah akses ke pasar modal. Penelitian (Fadilah, 2024) membuktikan digitalisasi bursa saham memiliki dampak besar mengenai ketertarikan mahasiswa dalam berinvestasi karena sangat membantu proses pembelian instrumen pasar modal melalui alat pembayaran digital. Penelitian Abni & Trisnawati (2022) dan Mubarak et al. (2024) juga membuktikan digitalisasi pasar modal berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa untuk berinvestasi karena memudahkan akses informasi saham dimanapun dan kapanpun. Namun Purnamasari & Ismunandar (2020) mengungkapkan digitalisasi tidak memiliki kontribusi penting kepada minat untuk berinvestasi generasi muda karena tidak peduli akan seberapa canggih platform investasi yang digunakan.

Kegiatan investasi tidak luput dari risiko akan kerugian yang diterima. Tingginya risiko memiliki kemungkinan mendapatkan keuntungan yang memuaskan (Suaputra et al., 2021). Maka sebab itu, seseorang yang akan menanamkan modalnya harus memiliki keterampilan analisis, kemampuan manajemen risiko, dan pemahaman tentang instrumen investasi yang baik. Mahasiswa yang berani mengambil risiko cenderung berminat untuk berinvestasi karena diyakini akan memberikan return melebihi modal awal (Melati Widiatika et al., 2021). Riset yang dilaksanakan oleh Rinwantin & Pujiastuti (2020), Ardiana et al. (2020), dan Murni et al. (2024) menampilkan bahwa potensi risiko dalam investasi mempunyai dampak besar pada ketertarikan mahasiswa agar menanamkan modalnya karena mayoritas merasa takut akan kerugian dan risiko besar dalam berinvestasi. Namun penelitian yang dilakukan oleh Murwaniputri & Bleskadit (2023), Ardini (2023) dan Natsir & Arifin (2021) menunjukkan bahwa potensi risiko dalam investasi tidak berdampak pada ketertarikan untuk berinvestasi karena mayoritas investor lebih memilih perusahaan dengan kinerja yang bagus dibanding risiko besar investasi.

Saat ini akses terhadap sosial media sangat mudah karena perkembangan pesat teknologi yang tidak bisa dibendung. Sosial media adalah sebuah teknologi yang memungkinkan individu terhubung dan bertukar informasi. Melalui sosial media, orang dapat dengan mudah mendapatkan informasi mengenai investasi, baik jangka panjang maupun jangka pendek. Penelitian Gusti Ayu Tunince Arianti & Devi (2023) membuktikan sosial media memiliki pengaruh signifikan terhadap minat investasi generasi muda. Generasi muda sangat *update* terhadap tren yang berkembang di sosial media yang menyediakan berbagai konten menarik dan *influencer* sebagai subjek pemberi informasi atau ajakan terkait pentingnya informasi beserta keuntungan yang diperoleh dapat meningkatkan minat generasi muda berinvestasi. Penelitian Rijanto & Utami (2024) membuktikan dampak media sosial pada minat berinvestasi di bursa saham. Berbeda dengan riset Fattah (2023) justru membuktikan sosial media tidak memiliki dampak yang relevan pada ketertarikan untuk berinvestasi karena informasi mengenai investasi tidak hanya tersedia di sosial media melainkan bisa dari refresi fisik seperti buku, majalah dan lainnya.

Informasi produk memiliki peran penting terhadap pengambilan keputusan investasi. Informasi ini berfungsi sebagai pedoman transaksi di pasar modal. Informasi produk harus disampaikan dengan jelas, mulai dari nama hingga penjelasan produk yang mudah dimengerti. Penjelasan produk sebaiknya berdasarkan fakta dan situasi nyata (OJK, 2019). Riset yang dilaksanakan oleh Matondang et al. (2023) dan Sa'diyah & Pratika (2022) menyatakan bahwa informasi produk mengenai investasi berpengaruh terhadap minat investasi yang dilakukan investor. Informasi produk dinilai penting bagi generasi muda untuk mengambil keputusan karena tergolong pemula dalam berinvestasi. Selain itu, mahasiswa juga mengakses informasi dari matakuliah dan melakukan praktik investasi.

Berdasarkan fenomena, penelitian terdahulu dan *gap research* yang telah dijelaskan diatas maka studi ini dimaksudkan mengevaluasi dampak dari pemahaman mengenai berinvestasi, digitalisasi pasar modal, potensi risiko investasi, pemanfaatan teknologi media sosial, dan data produk terhadap ketertarikan mahasiswa berinvestasi di pasar modal.

Uraian teori

Theory of Planned Behavior

Menyatakan kehendak perilaku seseorang untuk bertindak dikendalikan oleh hubungan antara sikap, norma subyektif, hingga persepsi biasanya disebut dengan *theory of planned behavior*. Terdapat 3 unsur yang memengaruhi tindakan suatu seseorang. Pertama, sikap terhadap perilaku, dimana individu mengevaluasi keuntungan serta kerugian dari suatu tindakan. Kedua, norma subjektif, yang mencerminkan tekanan sosial yang dirasakan oleh individu. Ketiga, kontrol perilaku, yang berkaitan dengan seberapa sederhana atau kompleksnya bagi seseorang untuk melakukan sesuatu, ditentukan oleh keyakinan individu. (Ajzen, 1991).

Minat Investasi

Minat ialah kecenderungan seseorang agar merasa menikmati atau terpikat suatu objek atau aktivitas. Seorang yang memiliki minat dalam belajar akan merasa termotivasi untuk memberikan perhatian lebih terhadap proses pembelajaran tersebut (Sumardi Suryabrata). Berdasarkan Slameto (2010:180), minat merupakan preferensi atau antusiasme terhadap sebuah aktivitas tanpa tekanan dari luar. Dengan dasar pemahaman ini, bisa dirangkumkan bahwa individu yang memiliki minat pada sebuah kegiatan akan konsisten memberikan perhatian karena hal tersebut berasal dari dalam dirinya dan bukan karena desakan dari faktor eksternal. Minat investasi mengacu pada kecenderungan individu untuk tertarik pada investasi dan mengarahkan mereka untuk mempelajari lebih banyak hal yang terkait investasi.

Pengaruh Pemahaman Investasi terhadap Minat Investasi

Kemampuan seseorang untuk memahami semua aspek investasi demi menghasilkan laba di masa depan disebut pemahaman investasi. Keputusan yang akan dibuat memerlukan pemahaman tentang investasi. Keputusan yang dibuat dengan pemahaman yang baik akan mengurangi risiko atau bahkan menghindari risiko yang mungkin terjadi dalam investasi. V et al (2023) menemukan bahwa pemahaman dan pengetahuan tentang investasi meningkatkan keinginan siswa untuk berinvestasi. Penelitian serupa pun dilakukan oleh Fauziah (2022), yang mengungkapkan bahwa pemahaman investasi meningkatkan kemauan siswa untuk melakukan investasi. Sehingga dapat disimpulkan hipotesis pertama:

H₁: Minat mahasiswa UMS dan UNS dalam berinvestasi di bursa saham dipengaruhi oleh pemahaman mengenai investasi.

Pengaruh Digitalisasi pasar modal Terhadap Minat Investasi

Digitalisasi bursa saham atau disebut juga dengan pasar modal berarti penyediaan akses bursa saham kedalam sistem digital secara menyeluruh untuk mengubah cara perusahaan beroperasi dan mencapai tujuan bisnis yang lebih baik. Dengan adanya digitalisasi pasar modal akan semakin mempermudah investor demi melakukan transaksi investasi dimana saja yang mana akan menarik lebih banyak hasrat agar menanamkan modal di bursa saham. Riset terdahulu yang dijalankan V. Purnamasari et al. (2021) mengungkapkan variabel digitalisasi pasar modal berhasil mempengaruhi minat berinvestasi. Penelitian lainnya oleh Muhammad Rais et al. (2023) juga mengungkapkan hasil bahwa teknologi digital secara positif mempengaruhi minat investasi. Sehingga dapat disimpulkan hipotesis kedua:

H₂: Minat mahasiswa UMS dan UNS keinginan agar menanamkan modal di bursa modal dipengaruhi oleh digitalisasi pasar modal.

Pengaruh Risiko Investasi terhadap Minat Investasi

Risiko investasi diartikan sebagai efek yang tidak menyenangkan atau merugikan yang bisa timbul dari kegiatan investasi. Semakin minim tingkat risiko yang dihasilkan maka akibatnya minat investor untuk menanamkan modal pada produk tersebut semakin bertambah. Penelitian sebelumnya oleh Zega (2022), mengungkapkan bahwa risiko tidak mempengaruhi minat investasi. Begitu pula hasil penelitian 1 tahun sebelumnya oleh Suaputra et al., (2021) yang juga mengungkapkan bahwasanya persepsi risiko tidak mempunyai dampak positif mengenai minat investasi sehingga dapat disimpulkan hipotesis ketiga:

H₃: Minat mahasiswa UMS dan UNS untuk menanamkan modal di bursa modal dipengaruhi oleh potensi risiko investasi.

Pengaruh Penggunaan Teknologi Media Sosial kepada Minat Investasi

Media sosial merupakan platform internet dimana memungkinkan orang untuk saling berbagi pengalaman, wawasan, dan informasi. Platform media sosial sangat bermanfaat untuk sosialisasi dan edukasi investasi pasar modal, dimana informasi mengenai pasar modal telah banyak tersedia dan sangat mudah diakses oleh para calon investor yang memiliki minat untuk berinvestasi. Penelitian sebelumnya yang dilakukan Wicaksono & Wafiroh (2022) menunjukkan bahwa media sosial mempengaruhi keputusan investasi dengan cara yang menguntungkan. Penelitian lainnya oleh Muhammad Rais et al., (2023) juga mengungkapkan bahwa media sosial berperan penting

dalam memengaruhi minat generasi Z terhadap investasi dalam saham syariah. Sehingga dapat disimpulkan hipotesis keempat:

H₄: Minat mahasiswa UMS dan UNS untuk berinvestasi di pasar modal dipengaruhi oleh penggunaan teknologi media sosial.

Dampak Informasi Produk Kepada Minat Investasi

Informasi produk merujuk kepada kumpulan berbagai informasi mengenai suatu produk. Informasi produk menjadi aspek yang dipertimbangkan oleh calon investor dalam memilih produk investasi mana yang akan dipilih. Penelitian sebelumnya oleh Hasanah & M (2019) mengungkapkan bahwa minat terhadap investasi saham dipengaruhi oleh informasi produk. Begitu pula hasil diungkapkan dari penelitian 2 tahun setelahnya oleh Widya (2020) dimana informasi produk memiliki pengaruh terhadap minat berinvestasi. Sehingga dapat disimpulkan hipotesis kelima:

H₅: Minat mahasiswa UMS dan UNS untuk berinvestasi di pasar modal dipengaruhi oleh informasi produk

Metode Penelitian

Pendekatan kuantitatif diaplikasikan didalam studi ini untuk menghimpun data yang bisa diukur secara numerik dan menganalisis hubungan antara variabel-variabel yang sedang diselidiki. Kuesioner digunakan pada riset ini agar mengumpulkan data. Sampel untuk studi ini diambil dengan memanfaatkan *Non Probability Sampling*, yang tidak memberikan kesempatan yang setara bagi setiap elemen dan individu dalam kelompok untuk terpilih sebagai sampel. Informasi yang dimanfaatkan pada studi ini merupakan data primer yang dikumpulkan oleh peneliti secara langsung. Persyaratan khusus berlaku untuk populasi yang dipilih: Mahasiswa akuntansi UMS dan UNS yang telah menyelesaikan mata kuliah investasi dan manajemen portofolio dengan jumlah sampel yang diukur menggunakan rumus slovin sejumlah 90 mahasiswa.

Analisis linier berganda dimanfaatkan agar memahami seberapa berpengaruhnya faktor independen yaitu pemahaman investasi, digitalisasi pasar modal, risiko investasi, penggunaan teknologi media sosial, dan informasi produk terhadap variabel dependen dalam penelitian yakni minat investasi.

Persamaan evaluasi regresi berganda ialah berikut ini:

$$MI = a + \beta_1 PM + \beta_2 DGP + \beta_3 RI + \beta_4 TMS + \beta_5 IP + \varepsilon$$

Keterangan:

β_1 - β_5	= Koefisien Regresi
PI	= Pemahaman Investasi
DGM	= Digitalisasi Pasar Modal
RI	= Risiko Investasi
TMS	= Teknologi Media Sosial
IP	= Informasi Produk
ε	= Error term
MI	= minat investasi
a	= konstanta

Hasil dan Pembahasan

Pendekatan pemilihan sampel menerapkan metode purposive sampling dengan ukuran sampel yang diukur menggunakan rumus slovin sejumlah 90 mahasiswa. Berikut adalah jumlah mahasiswa pada tiap universitas:

Tabel 1. Data Sampel Penelitian

N	Asal Universitas	Jumlah (orang)	Presentase (%)
1	UMS	70	78
2	UNS	20	22
	Jumlah	90	100

Referensi: Data Primer diolah, 2024

Dari informasi yang telah tersaji diatas, 70 dari 90 partisipan yang mengisi kuesioner adalah mahasiswa UMS, mewakili 78% dari total. Sisanya 20 responden atau 22% adalah mahasiswa UNS.

Penggunaan statistik deskriptif ialah guna menganalisis informasi dengan cara menjelaskan ataupun menggambarkan data yang telah terkumpul. Berikut hasil olah data statistik deskriptif menggunakan SPSS 25:

Tabel 2. Deskripsi Statistik

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviasi
TOTALPI	90	12	24	20,62	2,470

TOTALDPM	90	9	16	14,02	1,579
TOTALRI	90	8	16	13,43	1,972
TOTALPTMS	90	10	16	13,89	1,465
TOTALIP	90	17	32	27,18	3,103
TOTALMI	90	7	12	10,39	1,278
Valid N	90				
(listwise)					

Referensi: Data Primer diolah, 2024

Dari *output* pengujian statistik deskriptif di atas, ditemukan bahwa hasil dari sampel (N) ialah 90 responden. Maka sebab itu, kesimpulan yang bisa diambil ialah semua faktor menghasilkan skor rerata yang hampir mencapai skor tertinggi, yang mengindikasikan bahwa responden mempunyai tingkat pengenalan yang besar terhadap masing-masing variabel. Simpangan data relatif minimal terjadi ketika standar deviasi setiapnya faktor lebih kecil dari nilai rerata.

Tabel 3. Temuan Pemeriksaan Validitas Faktor Pemahaman Investasi

No Item	r.hitung	r.tabel	Keterangan
PI1	0,712	0,270	valid
PI2	0,651	0,270	valid
PI3	0,713	0,270	valid
PI4	0,745	0,270	valid
PI5	0,637	0,270	valid
PI6	0,757	0,270	valid

Referensi: Data Primer diolah, 2024

Tabel 4. Temuan Pemeriksaan Validitas Faktor Digitalisasi Pasar Modal

No Item	r.hitung	r.tabel	Keterangan
DPM1	0,769	0,270	valid
DPM2	0,708	0,270	valid
DPM3	0,764	0,270	valid
DPM4	0,612	0,270	valid

Referensi: Data Primer diolah, 2024

Tabel 5. Temuan Pemeriksaan Validitas Faktor Risiko Investasi

No Item	r.hitung	r.tabel	Keterangan
RI1	0,798	0,270	valid
RI2	0,752	0,270	valid
RI3	0,715	0,270	valid
RI4	0,809	0,270	valid

Referensi: Data Primer diolah, 2024

Tabel 6. Temuan Pemeriksaan Validitas Faktor Penggunaan teknologi Media Sosial

No Item	r.hitung	r.tabel	Keterangan
PTPM1	0,723	0,270	valid
PTPM2	0,701	0,270	valid
PTPM3	0,703	0,270	valid
PTPM4	0,639	0,270	valid

Referensi: Data Primer diolah, 2024

Tabel 7. Temuan Pemeriksaan Validitas Faktor Informasi Produk

No Item	r.hitung	r.tabel	Keterangan
IP1	0,710	0,270	valid
IP2	0,712	0,270	valid
IP3	0,648	0,270	valid

IP4	0,726	0,270	valid
IP5	0,664	0,270	valid
IP6	0,642	0,270	valid
IP7	0,783	0,270	valid
IP8	0,623	0,270	valid

Referensi: Data Primer diolah, 2024

Tabel 8. Temuan Pemeriksaan Validitas Faktor Minat Investasi

No Item	r.hitung	r.tabel	Keterangan
MI1	0,785	0,270	valid
MI2	0,763	0,270	valid
MI3	0,705	0,270	valid

Referensi: Data Primer diolah, 2024

Berdasarkan *output* pengujian validitas diatas, seluruh faktor yang diteliti memiliki nilai hitung > nilai r tabel, dimana hal ini menunjukkan jika seluruh butir pertanyaan dari setiap variabel yang diteliti valid atau layak digunakan sebagai instrument penelitian.

Tabel 9. Temuan Pemeriksaan Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Kriteria	Keterangan
PI	0,793	0,60	Reliabel
DPM	0,680	0,60	Reliabel
RI	0,769	0,60	Reliabel
PTMS	0,637	0,60	Reliabel
IP	0,839	0,60	Reliabel
MI	0,614	0,60	Reliabel

Referensi: Data Primer diolah, 2024

Output uji reliabilitas yang dilakukan menggunakan koefisien *Cronbach alpha* pada tiap variabel menghasilkan nilai yang melebihi kriteria yang ditentukan yakni sebesar 0,60. Maka sebab itu, mampu dirangkumkan bahwa seluruh variabel dalam studi ini cocok dan konsisten agar diterapkan sebagai alat ukur riset.

Tabel 10. Temuan Pemeriksaan Normalitas

Kolmogorov-Smirnov Z	Asymp. Sig.(2 tailed)	Keterangan
0,63	0,200	Normal

Referensi: Data Primer diolah, 2024

Dalam studi ini, dijalankannya pemeriksaan *One Sample Kolmogorov-Smirnov* dengan tingkatan Sig. 0,05 untuk menentukan distribusi informasi. Informasi yang dianggap mengandung distribusi normal jika skor Sig. melebihi 0,05. Temuan dari pemeriksaan normalitas Kolmogorov-Smirnov menunjukkan tingkat signya senilai 0,200, yang menunjukkan bahwasanya nilai p-value lebih maksimum dari 0,05. Maka sebab itu, bisa disarikan bahwa informasi di dalam riset ini mengikuti distribusi normal.

Tabel 11. Temuan Pemeriksaan Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
PI	0,520	1,921	Tidak Terjadi Multikolinearitas
DPM	0,672	1,488	Tidak Terjadi Multikolinearitas
RI	0,566	1,765	Tidak Terjadi Multikolinearitas
PTMS	0,620	1,613	Tidak Terjadi Multikolinearitas
IP	0,571	1,752	Tidak Terjadi Multikolinearitas

Referensi: Data Primer diolah, 2024

Untuk *output* pemeriksaan dari multikolinearitas, tiap faktor menampilkan nilai VIF di bawah 10 serta hasil *tolerance* melebihi 0,10. *Output* ini mengindikasikan bahwasanya model regresi tidak mengalami masalah multikolinearitas.

Tabel 12. Temuan Pemeriksaan Heterokedastisitas

Variabel	Sig.	Keterangan
PI	0,398	Tidak Terjadi Heterokedastisitas
DPM	0,780	Tidak Terjadi Heterokedastisitas

RI	0,483	Tidak Terjadi Heterokedastisitas
PTMS	0,768	Tidak Terjadi Heterokedastisitas
IP	0,577	Tidak Terjadi Heterokedastisitas

Referensi: Data Primer diolah, 2024

Hasil uji SPSS menampilkan bahwa tiap faktor mempunyai skor sig melebihi pada 0,05. Dengan demikian, bisa dirangkumkan bahwa tidak terdapat heteroskedastisitas pada faktor independen tersebut.

Tabel 13. Temuan Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien	t hitg	Sig.
(Constant).	2,803	4,296	0,000
PI	0,082	2,600	0,011
DPM	0,042	0,977	0,332
RI	0,124	3,262	0,002
PTMS	0,020	0,404	0,688
IP	0,124	5,166	0,000.

Berdasarkan tabel diatas maka didapat persamaan sebagai berikut:

$$MI = 2,803 + 0,082 PI + 0,042 DGP + 0,124 RI + 0,020 PTMS + 0,124 IP + e$$

Diketahui bahwa:

1. Konstanta senilai 2,803 menunjukkan bahwa jika variabel seperti pemahaman investasi, digitalisasi pasar keuangan, potensi risiko investasi, pemanfaatan teknologi media sosial, serta informasi produk semuanya bernilai nol, maka ketertarikan untuk berinvestasi di bursa saham akan tetap positif.
2. Koefisien regresi pemahaman investasi sejumlah 0,082 artinya setiap terjadi peningkatan variabel maka minat investasi juga meningkat
3. Koefisien regresi digitalisasi pasar modal sebesar 0,042 artinya setiap terjadi peningkatan faktor maka minat investasi juga berkembang.
4. Koefisien regresi risiko investasi sebesar 0,124 yang berarti setiap kali faktor mengalami kenaikan, ketertarikan untuk berinvestasi juga akan bertambah.
5. Koefisien regresi penggunaan teknologi media sosial sebesar 0,020 artinya setiap terjadi peningkatan variabel maka minat investasi turut meningkat.
6. Koefisien regresi informasi produk sebesar 0,124 artinya setiap terjadi peningkatan variabel maka minat investasi turut meningkat.

Tabel 14. Temuan Pemeriksaan F

F hitung	Sig.	Keterangan
9,043	0,000	Fit

Pada hasil uji F ada kemungkinan bahwa variabel independen dan variabel dependen mempengaruhi satu sama lain secara signifikan, dari *output* pemrosesan data menggunakan SPSS, di mana nilai sig. 0,000 sama dengan 0,05.

Tabel 15. Temuan Pemeriksaan Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adj. R Square	Std. Error of the estimate
1	.826 ^a	0.683	0.664	.530

Ouput dari pemeriksaan R² koefisien determinasi, menampilkan hasil pada adjusted R² sebanyak 0,664 atau 66,4%. Hal ini mengindikasikan bahwa 66,4% perubahan minat investor terhadap pasar modal didorong oleh faktor-faktor seperti informasi produk, penggunaan media sosial, risiko investasi, dan digitalisasi pasar modal. Sementara itu, faktor yang tidak termasuk dalam cakupan studi menyumbang 33,6% terhadap perubahan minat investasi di bursa saham.

Tabel 16. Temuan Pemeriksaan t

Variabel	t hitung	Sig	Keterangan
PI	2,600	0,011	H1 Diterima
DPM	0,977	0,332	H2 Ditolak
RI	3,262	0,002	H3 Diterima
PTMS	0,404	0,688	H4 Ditolak
IP	5,166	0,000	H5 Diterima

Menurut temuan pemeriksaan t, diperoleh:

- a. Berdasarkan perhitungan tabel pemahaman investasi, ditemukan hasil pada sig. senilai 0,011 yang lebih minimal dari 0,05, serta skor t hitung maksimum dari t tabel, yakni 2,600 lebih maksimal pada 1,988. Dengan demikian, dapat dirangkumkan bahwa pemahaman investasi secara nyata memengaruhi minat investasi secara positif.
- b. Berdasarkan perhitungan tabel pemahaman investasi, diperoleh nilai sig. sejumlah 0,332 yang minim dari 0,05, dan skor t hitung maksimum pada t tabel, atau 0,977 lebih maksimal dari 1,988. Dengan demikian, digitalisasi bursa saham tidak mempunyai dampak yang penting serta menguntungkan mengenai minat investasi.
- c. Dari hasil perhitungan tabel pemahaman investasi, diperoleh nilai signifikansi sejumlah 0,002 yang minim dari 0,05, dan temuan dari t hitung lebih maksimal pada t tabel, yaitu 3,262 melebihi dari 1,988. Ini menandakan bahwasanya risiko investasi mempengaruhi minat investasi secara signifikan dan positif.
- d. Berdasarkan perhitungan tabel pemahaman investasi, ditemukan hasil para sig sebanyak 0,688 yang minim dari 0,05, serta skor t hitung maksimum t tabel, yakni 0,404 melebihi dari 1,988. Dengan demikian, penggunaan teknologi media sosial tidak signifikan serta positif memengaruhi minat investasi.
- e. Dari output perhitungan tabel pemahaman investasi, diperoleh nilai signifikansi senilai 0,000 yang kecil daripada 0,05, dan skor t hitung maksimum dari t tabel, atau 5,166 lebih maksimal dari 1,988. Dengan demikian, informasi produk secara nyata dan positif memengaruhi risiko investasi.

Pembahasan

Pengaruh Pemahaman Investasi terhadap Minat Investasi

Berdasarkan pengujian hipotesis pada studi ini menyatakan bahwa H1 diterima, pemahaman investasi memiliki dampak kepada minat investasi dipasar modal. Maka disimpulkan jika terjadi peningkatan pemahaman mengenai investasi akan meningkatkan minat mahasiswa terhadap investasi. Mempelajari dasar-dasar investasi dan mendapatkan pemahaman tentang istilah-istilah investasi dapat merangsang minat untuk melakukan investasi di kalangan mahasiswa UMS dan UNS. Individu yang memiliki pemahaman tentang investasi akan lebih cenderung untuk berinvestasi karena pengetahuan ini memungkinkan mereka untuk mengelola investasi mereka secara efektif, sehingga memfasilitasi pencapaian tujuan keuangan mereka. Penelitian sepaham juga dibuktikan oleh Murni et al. (2024) dan Maulida & FW Pospos (2021) yang menyimpulkan bahwa pengetahuan tentang investasi mempunyai dampak positif kepada ketertarikan mahasiswa agar berinvestasi. Namun, temuan dari riset ini bertentangan dengan studi yang dijalankan oleh (Sumaiya et al., 2022) yang menampilkan bahwasanya pemahaman mengenai investasi tidak memiliki dampak pada minat untuk berinvestasi, yang menandakan bahwa mengedukasi individu tentang investasi mungkin tidak berdampak pada minat mereka untuk berinvestasi.

Pengaruh Digitalisasi Pasar Modal terhadap Minat Investasi

Berdasarkan pengujian hipotesis pada riset ini, hasilnya menunjukkan bahwa hipotesis kedua (H2) tertolak. Hal inilah yang mengimplikasikan bahwa tidak terdapat pengaruh yang nyata dari digitalisasi pasar modal terhadap minat investasi. Maka disimpulkan peningkatan digitalisasi pasar modal tidak berdampak pada minat investasi. Pasar modal digital belum berhasil meningkatkan minat investasi mahasiswa UMS dan UNS. Meskipun pasar modal digital sangat memudahkan investor untuk bertransaksi, transaksi dan keputusan terkait investasi cenderung privat dan harus dilakukan sendiri, sehingga investor tidak dapat berinteraksi atau berkomunikasi dengan investor lain yang lebih berpengalaman atau memberikan saran. Minat para mahasiswa untuk berinvestasi tidak hanya didorong oleh kemajuan teknologi, khususnya digitalisasi pasar modal, yang bertujuan untuk mempermudah investasi. Ada banyak aspek lain yang bisa mempengaruhi minat mereka untuk melakukan investasi seperti pemahaman mereka tentang investasi, modal minimum, serta risiko dan return (Murni et al., 2024). *Output* dari studi ini menunjukkan perbedaan dengan riset sebelumnya oleh (Satya & Wulaningrum, 2022), yang mengindikasikan keterkaitan positif antara digitalisasi pasar modal dan minat investasi, dimana teknologi digital pada pasar modal mempermudah dalam hal komunikasi dan transaksi dalam berinvestasi.

Pengaruh Risiko Investasi terhadap Minat Investasi

Berdasarkan pengujian hipotesis dalam penelitian ini, H3 diterima yang diartikan bahwa memang ada dampak potensi dari investasi kepada minat dalam berinvestasi. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa Kenaikan risiko investasi akan memengaruhi minat untuk berinvestasi. Bila tingkat risiko semakin besar, responden semakin bersedia berinvestasi. Ini dibuktikan dengan pernyataan yang sah bahwa semakin tinggi tingkat risiko dalam berinvestasi, semakin besar keuntungan yang dihasilkan. Selain itu, ada cara lain untuk mengurangi risiko, yaitu dengan memilih berbagai instrumen investasi dalam pasar modal. (Hening Karatri et al., 2021) mengungkapkan, pemahaman yang kuat tentang investasi yang diperoleh siswa selama kursus investasi memengaruhi keinginan mereka untuk berinvestasi. Ini berdampak pada keberanian siswa agar menerima risiko, baik keuntungan maupun kerugian yang mungkin terjadi saat melakukan investasi. Namun, temuan penelitian ini

menunjukkan hasil yang sebaliknya dari penelitian oleh Suaputra dkk. (2021), dimana dalam penelitian itu mengindikasikan jika persepsi risiko tidak mempengaruhi minat untuk investasi. Demikian pula, penelitian (Nugroho, 2021) juga mengindikasikan bahwa pandangan tentang risiko tidak memberikan dampak positif pada minat agar berinvestasi, seringkali disebabkan oleh kecenderungan mahasiswa untuk mengabaikan risiko ketika pertaruhananya tidak besar.

Pengaruh Penggunaan Teknologi Media Sosial terhadap Minat Investasi

Berdasarkan pengujian hipotesis dinyatakan H4 ditolak, menunjukkan penggunaan teknologi media sosial tidak memengaruhi minat untuk berinvestasi. Penggunaan teknologi media sosial tidak mendorong investor untuk berinvestasi karena tidak banyak iklan atau informasi tentang produk pasar modal yang ditampilkan oleh media sosial. Buku bacaan penunjang yang tersedia di kampus adalah sumber utama pengetahuan mahasiswa tentang produk pasar modal. Temuan ini tepat dengan hasil penelitian oleh Natsir & Arifin (2021) menyatakan bahwa pengetahuan mahasiswa mengenai investasi lebih banyak berasal dari lingkungan sosial terdekat dan berbagai sumber tertulis, bukan dari media sosial. Namun, hal ini bertentangan penelitian oleh (V et al., 2023), (Isticharoh & Kardoyo, 2020), dan (Rani S & Prerana.M, 2021) yang menyatakan media sosial mempengaruhi minat untuk berinvestasi dengan menyediakan akses mudah ke informasi investasi.

Pengaruh Informasi produk terhadap Minat Investasi

Berdasarkan pengujian hipotesis pada penelitian ini, H5 yang menunjukkan pengaruh informasi produk terhadap minat investasi diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa minat untuk berinvestasi dipengaruhi oleh peningkatan informasi mengenai produk-produk tersebut. Semakin tinggi pemberian informasi tentang suatu produk pasar modal maka ketertarikan mahasiswa untuk berinvestasi juga akan meningkat. Hal ini terbukti dari pernyataan bahwa responden menjadi paham akan produk di pasar modal dan cara berinvestasi karena adanya informasi yang diberikan. Sebelum menempatkan dananya pada suatu instrumen investasi, investor akan berusaha untuk mendapatkan pemahaman yang baik tentang produk investasi tersebut dengan membaca dan mencari informasi tentangnya. Jika mereka dapat dengan mudah memperoleh dan memahami informasi tentang produk investasi tersebut, investor akan lebih tertarik untuk menempatkan dananya pada produk investasi tersebut. Penelitian Trenggana & Kuswardhana (2017) juga menyatakan bahwa informasi produk memengaruhi minat investasi karena investor dapat mengembangkan pendapat mereka tentang produk investasi berdasarkan informasi yang mereka peroleh. Pendapat ini akan memengaruhi keputusan mereka untuk berinvestasi. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Arshad et al. (2020) dan (Natsir & Arifin, 2021), yang menunjukkan hasil bahwa informasi produk meningkatkan minat berinvestasi secara positif.

Kesimpulan

Dapat disimpulkan bahwa didapati pengaruh positif pemahaman investasi, risiko investasi, serta informasi produk mengenai minat untuk berinvestasi menurut penelitian mengenai pengaruh pemahaman investasi, digitalisasi pasar modal, risiko investasi, pemanfaatan teknologi media sosial, dan informasi produk terhadap minat para mahasiswa berinvestasi di bursa saham, artinya para investor yang menguasai pemahaman investasi, risiko investasi, dan informasi produk secara mumpuni akan lebih tertarik untuk berinvestasi. Jadi jika pemahaman investasi, risiko investasi, dan informasi produk mengalami kenaikan maka Minat Investasi juga ikut akan naik. Minat Investasi tidak dipengaruhi oleh digitalisasi pasar modal dan penggunaan teknologi media sosial.

Banyak batasan dan kelemahan dalam studi ini, seperti fakta bahwa riset ini terbatas pada mahasiswa UMS dan UNS dan nilai Adjusted R Square yang sangat rendah sehingga tidak mampu menjabarkan secara rinci bagaimana faktor independen bisa memengaruhi faktor dependen.

Rekomendasi yang dapat dibuat berdasarkan kendala dan hasil penelitian adalah sebagai berikut: penelitian lebih lanjut diantisipasi untuk memperluas sampel penelitian dengan menambahkan lebih banyak responden, dan penelitian dilakukan dalam jangka waktu yang relative lebih lama untuk mendukung temuan. Karena nilai adjusted R2 yang kecil dari penelitian ini, penelitian lebih lanjut diharapkan dapat memasukkan variabel-faktor yang tidak tercakup dalam analisis ini.

Referensi

- Abni, M. Y., & Trisnawati, R. (2022). The Influence of Investment Knowledge, Capital Market Training, Minimal Capital, Technological Developments, and Motivation on Students' Interest in Investing in the Capital Market. *Journal of Social Research*, 2(1), 32–43. <https://doi.org/10.55324/josr.v2i1.418>
- Ardiana, T. E., Sugianto, L. O., & Chamidah, S. (2020). the Influence of Minimum Investment Capital, Risk Perception of Students Investment in Indonesia Capital Market. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 4(03), 313–323. <https://doi.org/10.29040/ijebar.v4i03.1248>
- Ardini, F. S. & Fatchan Achyani (2023). *THE INFLUENCE OF OVERCONFIDENCE, REGRET AVERSION, LOSS*

- AVERSION, AND HERDING BEHAVIOR ON INVESTMENT DECISION IN THE CAPITAL MARKET WITH THE MODERATING ROLE OF RISK. 05, 936–950. <https://doi.org/10.46609/IJSSER.2023.v08i05.001>
- Arshad, I., Professor, A., Hodgson University Karachi, B., Mubashir Ali Khan Assistant Professor, P., Anjum Assistant Professor, S., & Faraz Ahmed Wajidi Associate Professor, P. (2020). Role of Product Knowledge and Product Involvement in Determining Investment Intentions of Individual Investors in Pakistan. *International Journal of Management (IJM)*, 11(11), 454–467. <https://doi.org/10.34218/IJM.11.11.2020.044>
- Auliana, D. (2024). The Influence of Financial Literacy, and Investment Knowledge on Investment Interest mediated by Investment Motivation. *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*, 17(1), 63. <https://doi.org/10.24843/jekt.2024.v17.i01.p05>
- Fadilah, U. (2024). The Influence Of Financial Technology Products, Investment Knowledge, Student Investment Interest And Return On Investment Decisions. Case Study On Students In Sidoarjo Regency, East Java. *Eduvest - Journal of Universal Studies*, 4(5), 4322–4339. <https://doi.org/10.59188/eduvest.v4i5.1192>
- 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>
- Gusti Ayu Tunince Arianti, & 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>
- Hasanah, A., & M, R. K. (2019). Effect of Investment Knowledge, Mutual Platform Towards Student Investment Interest. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 377(Icaess), 125–129. <https://doi.org/10.2991/icaess-19.2019.24>
- Hening Karatri, R., Faidah, F., & Lailiyah, N. (2021). Determinan Minat Generasi Milenial Dalam Investasi Pasar Modal Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 35–52. <https://doi.org/10.38043/jimb.v6i2.3193>
- Isticharoh, & Kardoyo. (2020). Minat Investasi Diprediksi Dari Motivasi Diri, Pengetahuan Investasi, dan Teknologi Media Sosial. *Economic Education Analysis Journal*, 9(3), 904. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v9i3.42414>
- Maharani, A., & Farhan Saputra. (2021). Relationship of Investment Motivation, Investment Knowledge and Minimum Capital to Investment Interest. *Journal of Law, Politic and Humanities*, 2(1), 23–32. <https://doi.org/10.38035/jlph.v2i1.84>
- Matondang, Z., Hamni Fadlilah, & Ahmad Saefullah. (2023). Pengaruh Pengetahuan Produk, Label Halal, dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5(1), 18–38. <https://doi.org/10.24239/jjebi.v5i1.138.18-38>
- Melati Widiatika, Umi Mardiyati, & Gatot Nazir Ahmad. (2021). The Effect of Return Perception, Motivation, Financial Literacy, and Income on Investment Interest of Students at State University of Jakarta. *Jurnal Dinamika Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 86–112. <https://doi.org/10.21009/jdmb.05.1.5>
- Muhammad Rais, Himmatul Khairi, & Faisal Hidayat. (2023). Pengaruh Teknologi Digital, Religiusitas, Dan Sosial Media Terhadap Keputusan Generasi Z Berinvestasi Di Saham Syariah. *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis*, 6(2), 342–355. <https://doi.org/10.31949/maro.v6i2.7178>
- Murni, Y., Azhar, R. A., & Sudarmaji, E. (2024). Igniting Employee Investment Interest: Unveiling The Impact of Investment Knowledge, Minimal Capital, Return and Risk of Investment, and Technological Advances. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 10(1), 137–150. <https://doi.org/10.17358/jabm.10.1.137>
- Murwaniputri, H., & Bleskadit, N. H. (2023). The Impact of Investment Knowledge, Investment Returns, and Investment Risk on Investors' Investment Interests. *Riwayat: Educational Journal of History and Humanities*, 6(4), 2276–2280. <https://doi.org/10.24815/jr.v6i4.34422>
- Natsir, K., & Arifin, A. Z. (2021). The effect of product knowledge and influence of society on investment intention of stock investors with perceived risk as mediation. *Estudios de Economia Aplicada*, 39(12), 473–479. <https://doi.org/10.25115/eea.v39i12.6022>
- Nazar, M. A. (2021). Pengaruh Informasi Produk Terhadap Efektivitas Keputusan Pembelian Melalui Efektivitas Digital Marketing Pada Pengguna Shopee. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIMMU)*, 6(2), 205–217. <https://doi.org/10.33474/jimmu.v6i2.12462>
- Purnamasari, E., & Ismunandar. (2020). The Influence of Social Media on Interest To Buy Online (Case Study of Stie Bima Students). *Jurnal Ekonomi Balance*, 16(1), 42–51. <https://doi.org/10.26618/jeb.v16i2.4549>
- Purnamasari, V., Merlinda, S., Narmaditya, B. S., & Irwansyah, M. R. (2021). The Millennial's Investment Decisions: Implications of Financial Literacy, Motivation, and Digitalization. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 9(2), 314. <https://doi.org/10.23887/ekuitas.v9i2.39328>
- Rani S, Y., & Prerana.M. (2021). Social-Media Influence on the Investment Decisions Among the Young Adults in India. *Asia-Pacific Journal of Management and Technology*, 02(01), 17–26. <https://doi.org/10.46977/apjmt.2021v02i01.003>
- Rijanto, B. P., & Utami, N. (2024). Financial technology, social media influencers, and experience of cryptocurrency investment decisions: Financial literacy's role. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 23(2), 201–216.

- <https://doi.org/10.28932/jmm.v23i2.8717>
- Rinwanti, R., & Pujiastuti, Y. (2020). Determinan Minat Mahasiswa Dalam Melakukan Investasi Syariah. *ECONBANK: Journal of Economics and Banking*, 2(2), 121–128. <https://doi.org/10.35829/econbank.v2i2.97>
- Sa'diyah, C., & Pratika, Y. (2022). Understanding the Intention of Millennial Generation on Investment Through the Financial Technology Application. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 6(2), 1–12. <https://doi.org/10.29040/ijebar.v6i2.4974>
- Satya, V. E., & Wulaningrum, R. (2022). Impact Analysis of Digital Mutual Fund Platform on Investment Growth in Indonesian Capital Market. *Proceedings of the International Conference on Applied Science and Technology on Social Science 2022 (ICAST-SS 2022)*, 381–387. https://doi.org/10.2991/978-2-494069-83-1_69
- Suaputra, G. A. S., Suparlinah, I., & Sujono, S. (2021). PENGARUH PENGETAHUAN PASAR MODAL, PERSEPSI RISIKO INVESTASI, PENGGUNAAN TEKNOLOGI TERHADAP PERILAKU MAHASISWA BERINVESTASI DI PASAR MODAL (Studi Empiris pada Galeri Investasi di Purwokerto). *Kompartemen : Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 19(1), 70. <https://doi.org/10.30595/kompartemen.v19i1.11225>
- 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>
- Trenggana, A. F. M., & Kuswardhana, R. (2017). Pengaruh Persepsi Kegunaan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Sikap Penggunaan Teknologi pada Pengguna Instagram di Indonesia (Studi pada Followers Akun Kementerian Pariwisata @Indtravel). *Journal of Secretary and Business Administration*, 1(1), 8. <https://doi.org/10.31104/jsab.v1i1.3>
- V, V. M. R., S, R. P., S, T. S., Sadanand, P. A., & Vinoth, S. (2023). the Impact of Social Media on Investment Decisions: an Empirical Analysis of User Behavior on Investment Platforms. *International Research Journal of Modernization in Engineering Technology and Science*, 05. <https://doi.org/10.56726/irjmets38929>
- Yuliani, D., & Nurwulandari, A. (2023). The Influence of Financial Literacy, Investment Experience, and Overconfidence on Investment Decisions in National University Master of Management Study Program Students with Risk Tolerance as an Intervening Variable. *International Journal of Social Service and Research*, 3(10), 2399–2411. <https://doi.org/10.46799/ijssr.v3i10.548>