

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Bisnis Digital dan Kewirausahaan Universitas Jambi Angkatan tahun 2021-2022 yang berjumlah 102 mahasiswa. Namun pada saat penelitian dilakukan terdapat 2 Mahasiswa yang secara administratif terdaftar sebagai mahasiswa aktif semester genap. Namun, sejak dimulainya perkuliahan hingga dilakukannya penelitian ini kedua mahasiswa tersebut tidak pernah mengikuti perkuliahan. Sehingga pada penelitian ini jumlah responden yang berpartisipasi dalam mengisi kuesioner sebanyak 100 mahasiswa.

Berikut karakteristik responden pada penelitian ini yang di lihat dari aspek Program Studi, Angkatan, dan jenis kelamin, usia, dan penghasilan atau uang saku.

5.1.1 Program Studi

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner yang sudah dilakukan kepada mahasiswa program studi Bisnis Digital dan Kewirausahaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi, dapat diketahui jumlah responden berdasarkan program studinya sebagai berikut :

Tabel 5. 1

Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi

No.	Program Studi	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Bisnis Digital	46	46%
2.	Kewirausahaan	54	54%
Jumlah		100	100%

Sumber : olah data kuesioner (2023)

Dapat dilihat pada tabel 5.1 responden yang merupakan mahasiswa Program Studi Bisnis Digital berjumlah 46% atau 46 mahasiswa, sedangkan untuk responden

yang merupakan mahasiswa Program Studi Kewirausahaan berjumlah 54% atau 54 mahasiswa.

5.1.2 Angkatan

Dari hasil kuesioner yang diberikan kepada 100 Mahasiswa Program Studi Binis Digital dan Kewirausahaan, dapat diketahui angkatan dari responden sebagai berikut :

Tabel 5. 2
Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan

No.	Angkatan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	2021	15	15%
2.	2022	85	85%
Jumlah		100	100%

Sumber : olah data kuesioner (2023)

Berdasarkan tabel 5.2 menunjukkan karakteristik responden berdasarkan Angkatan, dapat dilihat bahwa mahasiswa untuk angkatan 2021 sebesar 15% atau 15 mahasiswa, sedangkan mahasiswa untuk angkatan 2022 sebesar 85% atau 85 mahasiswa.

5.1.3 Jenis Kelamin

Selanjutnya merupakan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin sebagai berikut :

Tabel 5. 3
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Laki-laki	55	55%
2.	Perempuan	45	45%
Jumlah		100	100%

Sumber : olah data kuesioner (2023)

Dari tabel 5.3 dapat dilihat bahwa jumlah responden yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 55% atau 55 mahasiswa dan responden dengan jenis kelamin perempuan berjumlah 45% atau 45 mahasiswa.

5.1.4 Usia

Karakteristik responden berdasarkan usia dapat dilihat sebagai berikut berdasarkan hasil survei:

Tabel 5. 4
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Frekuensi	Presentase (%)
1.	18	38	38%
2.	19	43	43%
3.	20	16	16%
4.	21	3	3%
Jumlah		100	100%

Olah data kuesioner (2024)

Berdasarkan tabel 5.4 menunjukkan bahwa dari 100 responden yang memiliki usia 18 tahun dengan presentase sebesar 38% berjumlah 38 mahasiswa. Usia 19 tahun dengan presentase sebesar 43% berjumlah 43 mahasiswa. Usia 20 tahun dengan presentase sebesar 16% berjumlah 16 mahasiswa, dan usia 23 tahun dengan presentase sebesar 3% berjumlah 3 orang.

5.1.5 Penghasilan atau Uang Saku

Karakteristik responden berdasarkan penghasilan atau uang saku dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 5. 5**Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan atau Uang Saku**

No.	Penghasilan atau Uang Saku	Frekuensi	Presentase (%)
1.	<Rp. 500.000	8	8%
2.	Rp. 500.001 – Rp. 1.000.000	51	51%
3.	Rp. 1.000.001 – Rp. 2.000.000	39	39%
4.	>Rp. 2.000.001	2	2%
Jumlah		100	100%

Olah data kuesioner (2024)

Berdasarkan pada tabel 5.5 menunjukkan bahwa dari 100 responden terdapat responden yang memiliki penghasilan atau uang saku perbulan kurang dari Rp.500.000 dengan presentase 8% berjumlah sebanyak 8 mahasiswa. Penghasilan atau uang saku perbulan Rp.500.001 – Rp.1.000.000 dengan presentase 51% berjumlah 51 mahasiswa. Penghasilan atau uang saku perbulan Rp.1.000.001 – Rp.2.000.000 dengan presentase 39% berjumlah 39 mahasiswa, dan penghasilan atau uang saku perbulan lebih dari Rp.2000.001 dengan presentase sebesar 2% berjumlah 2 mahasiswa.

5.2 Analisis Statistik Deskriptif

Deskripsi data sampel dapat dilakukan dengan menggunakan analisis statistik deskriptif (Sugiyono, 2017). Tujuannya adalah untuk menganalisis data berdasarkan hasil yang diperoleh dari jawaban responden terhadap indikator pengukuran setiap variabel. Untuk mendefinisikan kondisi dan tingkat penerapan setiap variabel. Berikut klasifikasi untuk menjelaskan kondisi dan tingkat kesesuaian masing-masing variabel. Dimana jumlah keseluruhan responden sebanyak 100 mahasiswa dan skala pengukuran tertinggi 5 dan terendah 1.

Tabel 5. 6
Rentang Klasifikasi Responden

Variabel	Rentang Penilaian	Klasifikasi
Motivasi Investasi	102 – 183,4	Sangat Rendah
	183,5 – 265,1	Rendah
	265,2 – 346,8	Sedang
	346,7 – 428,3	Tinggi
	428,4 – 510	Sangat Tinggi
Pengetahuan Investasi	102 – 183,4	Sangat Rendah
	183,5 – 265,1	Rendah
	265,2 – 346,8	Sedang
	346,7 – 428,3	Tinggi
	428,4 – 510	Sangat Tinggi
<i>Influencer</i> Media Sosial	102 – 183,4	Sangat Rendah
	183,5 – 265,1	Rendah
	265,2 – 346,8	Sedang
	346,7 – 428,3	Tinggi
	428,4 – 510	Sangat Tinggi
Minat Investasi	102 – 183,4	Sangat Rendah
	183,5 – 265,1	Rendah
	265,2 – 346,8	Sedang
	346,7 – 428,3	Tinggi
	428,4 – 510	Sangat Tinggi

Sumber : Data Primer di oleh (Juni 2022)

Pada tabel 5.6 dapat dilihat klasifikasi implelementasi skor yang bertujuan untuk mengukur masing-masing item di tiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Gambaran masing-masing variabel mengenai tanggapan responden akan ditunjukkan pada bagian berikut ini :

1. Variabel Motivasi Investasi (X1)

Berikut merupakan jawaban responden yang merupakan mahasiswa pada Program Studi Bisnis Digital dan Kewirausahaan terkait motivasi investasi :

Tabel 5. 7
Tanggapan Responden Terkait Motivasi Investasi

No	Pernyataan		Skor					Total Skor	Keterangan
			STS	TS	KS	S	SS		
			1	2	3	4	5		
1	Dengan melakukan investasi pada perusahaan, berarti saya memiliki perusahaan dimana saya berinvestasi	Jumlah	0	0	5	66	29	100	Tinggi
		%	0	0	5	66	29	100	
		Skor	0	0	15	264	145	424	
2	Saham yang saya miliki merupakan bukti kepemilikan atas perusahaan dimana saya berinvestasi	Jumlah	0	1	3	66	30	100	Tinggi
		%	0	1	3	66	30	100	
		Skor	0	2	9	264	150	425	
3	Dengan investasi yang saya lakukan di suatu perusahaan, saya berhak atas keuntungan berupa deviden dari perusahaan tersebut	Jumlah	0	1	5	58	36	100	Sangat Tinggi
		%	0	1	5	58	36	100	
		Skor	0	2	15	232	180	429	
4	Investasi yang saya lakukan pada suatu perusahaan akan membantu pendanaan pada perusahaan tersebut	Jumlah	0	0	2	59	39	100	Sangat Tinggi
		%	0	0	2	59	39	100	
		Skor	0	0	6	236	195	437	
5	Pendanaan yang saya berikan melalui investasi pada suatu perusahaan akan membantu perusahaan tersebut untuk berkembang	Jumlah	0	1	4	58	37	100	Sangat Tinggi
		%	0	1	4	58	37	100	
		Skor	0	2	12	232	185	431	

6	Hasil pembelian saham suatu perusahaan akan memberikan modal tambahan yang dapat digunakan untuk kegiatan produksi perusahaan	Jumlah	0	0	3	64	33	100	Sangat Tinggi
		%	0	0	3	64	33	100	
		Skor	0	0	15	256	165	436	
7	Saya akan melakukan investasi apabila rekan, kerabat dan orang yang saya kenal melakukan investasi di pasar modal	Jumlah	0	1	13	60	26	100	Tinggi
		%	0	1	13	60	26	100	
		Skor	0	2	39	240	130	411	
8	Saya tertarik berinvestasi apabila ada rekan, kerabat dan orang terdekat yang menjadi mentor dalam kegiatan investasi di pasar modal	Jumlah	0	0	7	52	41	100	Sangat Tinggi
		%	0	0	7	52	41	100	
		Skor	0	0	21	208	205	434	
9	Apabila rekan dan kerabat saya mendapatkan keuntungan saat berinvestasi, saya akan tertarik untuk berinvestasi	Jumlah	0	0	3	55	42	100	Sangat Tinggi
		%	0	0	3	55	42	100	
		Skor	0	0	9	220	210	439	
10	Melakukan investasi akan memberikan banyak manfaat di masa mendatang agar dapat hidup mandiri secara financial	Jumlah	0	2	3	66	29	100	Tinggi
		%	0	0	3	66	29	100	
		Skor	0	0	9	264	145	418	
11	Saya melakukan investasi dengan harapan untuk mendapatkan keuntungan sesuai dengan dana yang saya keluarkan	Jumlah	1	1	2	64	32	100	Tinggi
		%	1	1	2	64	32	100	
		Skor	1	2	6	256	160	425	
12	Saya akan melakukan investasi apabila kebutuhan saya telah terpenuhi	Jumlah	1	4	17	51	27	100	Tinggi
		%	1	4	17	51	27	100	
		Skor	1	8	51	204	135	399	
Rata – rata Motivasi Investasi								425,7	Tinggi

Sumber : olah data kuesioner (2023)

Dari hasil pengolahan data kuesioner terhadap 100 responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini, terlihat dari tabel 5.7 bahwa secara keseluruhan indikator variabel Motivasi Investasi mencapai nilai total rata-rata sebesar 425,7 yang artinya variabel Motivasi Investasi masuk dalam kategori Tinggi dengan rentan skala 346,7 – 428,3. Dari total 12 pernyataan indikator, pernyataan “Apabila rekan dan kerabat saya mendapatkan keuntungan saat berinvestasi, saya akan tertarik untuk berinvestasi” memperoleh nilai tertinggi dengan skor 439. Sedangkan pernyataan “Saya akan melakukan investasi apabila kebutuhan saya telah terpenuhi” memiliki skor terendah yaitu 399.

2. Variabel Pengetahuan Investasi (X2)

Berikut merupakan jawaban responden yang merupakan mahasiswa pada Program Studi Bisnis Digital dan Kewirausahaan terkait pengetahuan investasi :

Tabel 5. 8
Tanggapan Responden Terkait Pengetahuan Investasi

No	Pernyataan		Skor					Total Skor	Keterangan
			STS	TS	KS	S	SS		
			1	2	3	4	5		
1	Sebagai calon investor pengetahuan dasar tentang investasi sangat penting untuk dikuasai sebelum melakukan investasi	Jumlah	0	0	4	67	29	100	Tinggi
		%	0	0	4	67	29	100	
		Skor	0	0	12	268	145	425	
2	Sebagai calon investor penilaian investasi perlu dilakukan untuk mengetahui kelayakan suatu instrumen investasi	Jumlah	0	0	3	68	29	100	Tinggi
		%	0	0	3	68	29	100	
		Skor	0	0	9	272	145	426	
3	Adanya sekolah pasar modal membantu investor untuk	Jumlah	0	0	6	59	35	100	Sangat Tinggi
		%	0	0	6	59	35	100	

	memperluas pengetahuan dasar investasi	Skor	0	0	18	236	175	429	
4	Saya mengetahui bahwa risiko investasi merupakan potensi kerugian yang dapat dialami investor pada saat berinvestasi, dimana hasil yang diperoleh bisa tidak sesuai dengan harapan	Jumlah	0	1	4	55	40	100	Sangat Tinggi
		%	0	1	4	55	40	100	
		Skor	0	2	12	220	200	434	
5	Dengan mengetahui cara mengukur risiko investasi membantu investor untuk meminimalisir kerugian	Jumlah	1	0	2	66	31	100	Tinggi
		%	1	0	2	65	31	100	
		Skor	1	0	6	260	155	422	
6	Saya akan memilih jenis investasi sesuai dengan risiko yang dapat saya tanggung	Jumlah	0	1	5	61	33	100	Tinggi
		%	0	1	5	61	33	100	
		Skor	0	2	15	244	165	426	
7	Dengan mengetahui potensi keuntungan dalam berinvestasi merupakan hal yang penting dalam mengambil keputusan untuk berinvestasi	Jumlah	0	1	3	67	29	100	Tinggi
		%	0	1	3	67	29	100	
		Skor	0	2	9	268	145	424	
8	Saya mengetahui bahwa dividen dan capital gain merupakan keuntungan yang dapat di peroleh dari berinvestasi saham di pasar modal	Jumlah	0	2	21	57	20	100	Tinggi
		%	0	2	21	57	20	100	
		Skor	0	4	63	228	100	395	
9	Jumlah keuntungan yang dapat diperoleh dari investasi di pasar modal menjadi pertimbangan saya dalam berinvestasi di pasar modal	Jumlah	0	0	6	65	29	100	Tinggi
		%	0	0	6	65	29	100	
		Skor	0	0	18	260	145	423	

Rata-rata Pengetahuan Investasi	422,7	Tinggi
--	--------------	---------------

Sumber : olah data kuesioner (2023)

Dari hasil olah data pada kuesioner terhadap 100 responden yang telah berpartisipasi pada penelitian ini, dapat dilihat pada tabel 5.8 menunjukkan bahwa dari keseluruhan indikator variabel Pengetahuan Investasi memperoleh total skor rata-rata 422,7 yang artinya variabel Pengetahuan Investasi masuk dalam kategori Tinggi dengan rentan skala 346,7 – 428,3. Dari total jumlah indikator sebanyak 9 pernyataan tersebut nilai skor tertinggi diperoleh pada pernyataan “Saya mengetahui bahwa risiko investasi merupakan potensi kerugian yang dapat dialami investor pada saat berinvestasi, dimana hasil yang diperoleh bisa tidak sesuai dengan harapan” dengan nilai skor sebesar 434. Sedangkan untuk nilai skor terendah diperoleh pada pernyataan “Saya mengetahui bahwa dividen dan capital gain merupakan keuntungan yang dapat di peroleh dari berinvestasi saham di pasar modal” dengan memperoleh skor sebesar 395.

3. Varibel *Influencer* Media Sosial (X3)

Berikut merupakan jawaban responden yang merupakan mahasiswa pada Program Studi Bisnis Digital dan Kewirausahaan terkait *influencer* media sosial

Tabel 5. 9
Tanggapan Responden Terkait *Influencer* Media Sosial

No	Pernyataan		Skor					Total Skor	Keterangan
			STS	TS	KS	S	SS		
			1	2	3	4	5		
1	<i>Influencer</i> dengan jumlah pengikut yang banyak menjadi pertimbangan saya untuk percaya terhadap informasi yang disampaikan	Jumlah	4	2	15	53	26	100	Tinggi
		%	4	2	15	53	26	100	
		Skor	4	4	45	212	130	395	
2		Jumlah	2	1	17	61	19	100	Tinggi

	Saya tertarik untuk berinvestasi karena saya mendapatkan informasi dan solusi pemecahan masalah dari edukasi yang diberikan oleh <i>influencer</i> mengenai investasi	%	2	1	17	61	19	100	
		Skor	2	2	51	244	95	394	
3	Saya tertarik untuk melakukan investasi pada jenis investasi yang di rekomendasikan oleh <i>influencer</i>	Jumlah	4	4	25	50	17	100	Tinggi
		%	4	4	25	50	17	100	
		Skor	4	8	75	200	85	372	
4	Lama atau tidaknya <i>influencer</i> menekuni bidang investasi menjadi pertimbangan saya dalam menerima informasi investasi yang diberikan	Jumlah	1	5	8	64	22	100	Tinggi
		%	1	5	8	64	22	100	
		Skor	1	10	24	256	110	401	
5	Saya tertarik melakukan investasi karena <i>influencer</i> di media sosial jujur dalam memberikan informasi mengenai investasi kepada pengikutnya	Jumlah	3	4	18	58	17	100	Tinggi
		%	3	4	18	58	17	100	
		Skor	3	8	54	232	85	382	
6	Saya tertarik melakukan investasi karena <i>influencer</i> memiliki pengetahuan dan pengalaman dalam berinvestasi	Jumlah	3	3	12	61	21	100	Tinggi
		%	3	3	12	61	21	100	
		Skor	3	9	36	244	105	397	
7	Saya tertarik untuk melakukan investasi apabila semakin banyak orang yang mengunjungi profil atau konten yang diunggah oleh <i>influencer</i> mengenai investasi	Jumlah	3	1	15	64	17	100	Tinggi
		%	3	1	15	64	17	100	
		Skor	3	2	45	256	85	391	

8	Semakin banyak orang yang membagikan kembali konten yang diunggah oleh <i>influencer</i> mengenai investasi menjadi pertimbangan saya untuk menerima informasi dan melakukan investasi	Jumlah	2	3	8	71	16	100	Tinggi
		%	2	3	8	71	16	100	
		Skor	2	6	24	284	80	396	
9	Saya tertarik untuk berinvestasi apabila informasi yang diberikan <i>influencer</i> memiliki banyak <i>like</i> dan komentar	Tinggi	6	1	16	58	19	100	Tinggi
		Tinggi	6	1	16	58	19	100	
		Tinggi	6	2	48	232	95	383	
Rata-rata <i>Influencer</i> Media Sosial								390,1	Tinggi

Sumber : olah data kuesioner (2023)

Dari hasil olah data pada kuesioner terhadap 100 responden yang telah berpartisipasi pada penelitian ini, dapat dilihat pada tabel 5.9 menunjukkan bahwa dari keseluruhan indikator variabel *Influencer* Media Sosial memperoleh total skor rata-rata 390,1 yang artinya variabel *Influencer* Media Sosial masuk dalam kategori Tinggi dengan rentan skala 346,7 – 428,3. Dari total jumlah indikator sebanyak 9 pernyataan tersebut nilai skor tertinggi diperoleh pada pernyataan “Lama atau tidaknya *influencer* menekuni bidang investasi menjadi pertimbangan saya dalam menerima informasi investasi yang diberikan” dengan nilai skor sebesar 401. Sedangkan untuk nilai skor terendah diperoleh pada indikator Jangkauan dengan pernyataan “Saya tertarik untuk melakukan investasi pada jenis investasi yang di rekomendasikan oleh *influencer*” dengan memperoleh skor sebesar 372.

4. Varibel Minat Investasi (Y)

Berikut merupakan jawaban responden yang merupakan mahasiswa pada program studi Bisnis Digital dan Kewirausahaan terkait minat investasi :

Tabel 5. 10
Tanggapan Responden Terkait Minat Investasi

No	Pernyataan		Skor					Total Skor	Keterangan
			STS	TS	KS	S	SS		
			1	2	3	4	5		
1	Dengan mengikuti seminar dan pelatihan investasi menjadi informasi tambahan bagi saya tentang investasi	Jumlah	0	0	3	61	36	100	Sangat Tinggi
		%	0	0	3	61	36	100	
		Skor	0	0	9	244	180	433	
2	Saya mencari berbagai informasi tentang jenis, keuntungan, dan risiko dari setiap instrument investasi yang akan saya pilih melalui seminar investasi	Jumlah	0	0	4	66	30	100	Tinggi
		%	0	0	4	66	30	100	
		Skor	0	0	12	264	150	426	
3	Adanya pelatihan dan seminar investasi memudahkan saya dalam melakukan kegiatan investasi	Jumlah	0	0	4	56	40	100	Sangat Tinggi
		%	0	0	4	56	40	100	
		Skor	0	0	12	224	200	436	
4	Saya akan mempelajari tentang investasi yang direkomendasikan oleh orang yang berpengalaman untuk menetapkan pilihan dimana saya akan berinvestasi	Jumlah	0	2	3	65	30	100	Tinggi
		%	0	2	3	65	30	100	
		Skor	0	4	9	256	150	419	
5	Saya akan mencari informasi lebih banyak pada jenis investasi yang saya pilih seperti keuntungan dan risiko dari investasi tersebut	Jumlah	1	1	2	64	32	100	Tinggi
		%	1	1	2	64	32	100	
		Skor	1	2	6	256	160	425	
6	Informasi mengenai investasi yang saya dapatkan dari orang – orang yang berpengalaman menjadi	Jumlah	0	4	3	65	28	100	Tinggi
		%	0	4	3	55	28	100	
		Skor	0	8	9	220	140	377	

	pertimbangan saya dalam melakukan investasi								
7	Semakin banyak informasi tentang investasi yang saya peroleh, semakin membuat saya yakin untuk terlibat dalam kegiatan investasi	Jumlah	0	0	5	70	25	100	Tinggi
		%	0	0	5	70	25	100	
		Skor	0	0	15	280	125	420	
8	Pengalaman yang saya peroleh dalam kegiatan investasi menjadi pedoman saya untuk melakukan investasi selanjutnya	Jumlah	0	0	5	65	30	100	Tinggi
		%	0	0	5	65	30	100	
		Skor	0	0	15	260	150	425	
9	Saya tertarik untuk melakukan investasi karena berbagai informasi menarik mengenai kelebihan dari jenis investasi yang ditawarkan	Jumlah	0	1	4	64	32	100	Tinggi
		%	0	1	4	64	31	100	
		Skor	0	2	12	256	155	425	
Rata-rata Minat Investasi								420,7	Tinggi

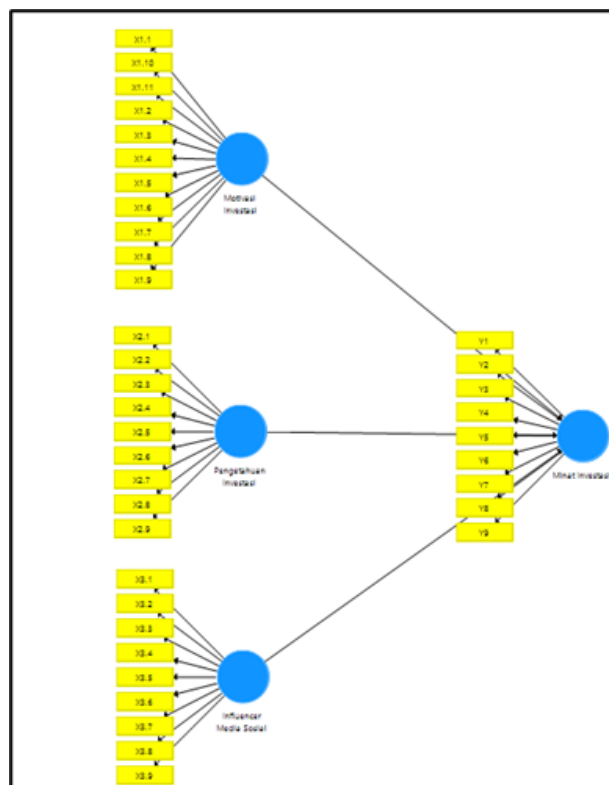
Sumber : olah data kuesioner (2023)

Dari hasil olah data pada kuesioner terhadap 100 responden yang telah berpartisipasi pada penelitian ini, dapat dilihat pada tabel 5.10 menunjukkan bahwa dari keseluruhan indikator variabel Minat Investasi memperoleh total skor rata-rata 420,7 yang artinya variabel Minat Investasi masuk dalam kategori Tinggi dengan rentan skala 346,7 – 428,3. Dari total jumlah indikator sebanyak 9 pernyataan tersebut nilai skor tertinggi diperoleh pada pernyataan “Adanya pelatihan dan seminar investasi memudahkan saya dalam melakukan kegiatan investasi” dengan nilai skor sebesar 436. Sedangkan untuk nilai skor terendah diperoleh pada indikator menerima tawaran investasi dengan pernyataan “Informasi mengenai investasi yang saya dapatkan dari orang – orang yang berpengalaman menjadi pertimbangan saya dalam melakukan investasi” dengan memperoleh skor sebesar 377.

5.3 Analisis Data

Bentuk diagram jalur perencanaan outer model dan inner model yang digambarkan dalam penelitian ini sebagai berikut :

Gambar 5. 1
Outer Model dan Inner Model



Sumber : pengolahan data menggunakan PLS (2023)

Evaluasi model PLS dilakukan dengan mengevaluasi outer model dan inner model. Outer model merupakan pengukuran untuk menilai validitas dan reabilitas model. Sedangkan inner model merupakan model struktural untuk memprediksi hubungan kausal antara variabel laten. Adapun kriteria dalam pengukuran teknik analisa data dengan SmartPLS3 dalam menilai outer model yakni dengan melihat validitas konvergen, validitas diskriminan, *composite reliability* dan *cronbach's alpha*. Sedangkan untuk inner model melalui proses bootstrapping, parameter uji T-statistic diperoleh untuk memprediksi adanya hubungan kausalitas (Ghozali & Latan, 2015).

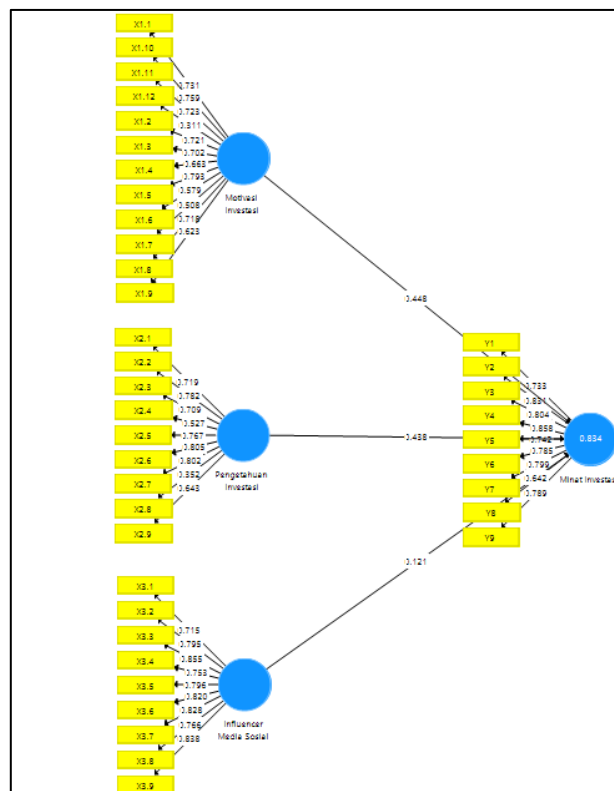
1. Menilai Outer Model atau Measurement Model (Model Pengukuran)

Adapun kriteria dalam penggunaan teknik analisa data dengan SmartPLS3 dalam menilai outer model yakni dengan melihat validitas konvergen, validitas diskriminan, composite reliability dan cronbach's alpha.

a. Convergent Validity

Uji validitas konvergen dalam SmartPLS 3.0 dapat dilihat dengan indikator reflektif dinilai berdasarkan loading faktor indikator-indikator yang mengukur konstruk tersebut (Ghozali & Latan, 2015). Untuk melakukan pengujian validitas konvergen, digunakan nilai faktor outer loading sebagai indikator. Suatu indikator dianggap memenuhi kriteria validitas konvergen yang baik jika nilai faktor outer loading $> 0,7$. Berikut merupakan nilai faktor outer loading dari setiap indikator pada variabel penelitian :

Gambar 5. 2
Model Hubungan Kausal Antar Variabel



Sumber : pengolahan data menggunakan PLS (2023)

Gambar 5.2 menampilkan hasil pengolahan data menggunakan SmartPLS

3. Dari nilai faktor outer loading atau korelasi antara konstruk dan variabel. Berikut merupakan tabel outer loading hasil kalkulasi :

Tabel 5. 11
Tabel Outer Loading

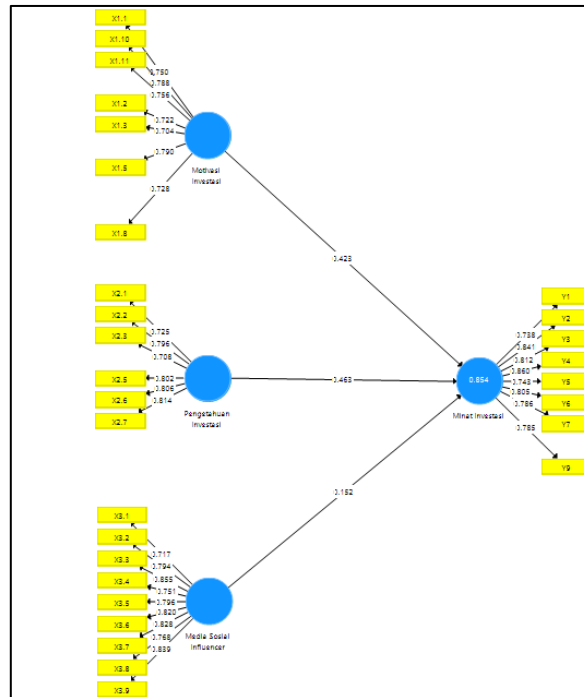
Variabel	Indikator	Outer Loading	Keterangan
Motivasi Investasi	X1.1	0.731	Valid
	X1.2	0.721	Valid
	X1.3	0.702	Valid
	X1.4	0.663	Tidak Valid
	X1.5	0.793	Valid
	X1.6	0.579	Tidak Valid
	X1.7	0.508	Tidak Valid
	X1.8	0.718	Valid
	X1.9	0.623	Tidak Valid
	X1.10	0.759	Valid
	X1.11	0.723	Valid
	X1.12	0.311	Tidak Valid
Pengetahuan Investasi	X2.1	0.719	Valid
	X2.2	0.782	Valid
	X2.3	0.709	Valid
	X2.4	0.527	Tidak Valid
	X2.5	0.767	Valid
	X2.6	0.805	Valid
	X2.7	0.802	Valid
	X2.8	0.352	Tidak Valid
	X2.9	0.643	Tidak Valid
Influencer Media Sosial	X3.1	0.715	Valid
	X3.2	0.795	Valid
	X3.3	0.855	Valid

	X3.4	0.753	Valid
	X3.5	0.796	Valid
	X3.6	0.820	Valid
	X3.7	0.828	Valid
	X3.8	0.766	Valid
	X3.9	0.838	Valid
Minat Investasi	Y1.1	0.733	Valid
	Y1.2	0.831	Valid
	Y1.3	0.804	Valid
	Y1.4	0.858	Valid
	Y1.5	0.742	Valid
	Y1.6	0.785	Valid
	Y1.7	0.799	Valid
	Y1.8	0.642	Tidak Valid
	Y1.9	0.789	Valid

Sumber : pengolahan data menggunakan PLS (2023)

Pada tabel 5.11 dapat dilihat hasil pengolahan data dengan menggunakan SmartPLS. Pada awalnya nilai outer model atau korelasi antara konstruk dengan variabel belum memenuhi uji validitas konvergen karena masih terdapat indikator yang memiliki nilai loading faktor di bawah 0,70. Dengan demikian nilai loading faktor yang berada di bawah 0,07 di eliminasi karena tidak sesuai dengan kriteria validitas. Selanjutnya setelah dilakukan pengeliminasian indikator yang dapat dikatakan tidak valid dilakukan kalkulasi ulang. Berikut adalah hasil gambar setelah mengulang kalkulasi sebagai berikut:

Gambar 5. 3
Outer Model Setelah Dikalkulasi Ulang



Sumber : pengolahan data menggunakan PLS (2023)

Gambar 5.3 menunjukkan adanya beberapa indikator yang telah dieliminasi dari model, sehingga hanya tersisa konstruk yang nilainya valid. Pada gambar 5.3 memperlihatkan bahwa koefisien atau tingkat kepekaan yang dibentuk oleh variabel motivasi investasi terhadap minat investasi yakni sebesar 0,423, kemudian variabel pengetahuan investasi memiliki tingkat kepekaan sebesar 0,463, dan variabel *influencer* media sosial memiliki tingkat kepekaan sebesar 0,152. Berikut merupakan tabel outer loading hasil kalkulasi ulang untuk outer model :

Tabel 5. 12
Outer Loading Setelah Dikalkulasi Ulang

Variabel	Indikator	Nilai Outer Loading	Keterangan
Motivasi Investasi	X1.1	0.750	Valid
	X1.2	0.722	Valid
	X1.3	0.704	Valid
	X1.5	0.790	Valid

	X1.8	0.728	Valid
	X1.10	0.788	Valid
	X1.11	0.756	Valid
Pengetahuan Investasi	X2.1	0.725	Valid
	X2.2	0.796	Valid
	X2.3	0.708	Valid
	X2.5	0.802	Valid
	X2.6	0.806	Valid
	X2.7	0.814	Valid
<i>Influencer Media</i> Sosial	X3.1	0.717	Valid
	X3.2	0.795	Valid
	X3.3	0.855	Valid
	X3.4	0.751	Valid
	X3.5	0.796	Valid
	X3.6	0.820	Valid
	X3.7	0.828	Valid
	X3.8	0.768	Valid
	X3.9	0.839	Valid
Minat Investasi	Y1.1	0.738	Valid
	Y1.2	0.841	Valid
	Y1.3	0.812	Valid
	Y1.4	0.860	Valid
	Y1.5	0.743	Valid
	Y1.6	0.805	Valid
	Y1.7	0.786	Valid
	Y1.9	0.785	Valid

Sumber : pengolahan data menggunakan PLS (2023)

Setelah dilakukan kalkulasi ulang outer model pada tabel 5.12 dapat dilihat bahwa semua loading faktor untuk setiap indikator memiliki nilai diatas 0,70. Dengan demikian konstruk untuk masing-masing variabel sudah dinyatakan

memenuhi syarat convergent validity dalam kategori baik dan tidak ada lagi yang dieliminasi dari model.

b. Discriminant validity

Cara untuk menguji validitas diskriminan adalah dengan melihat nilai cross loading pengukuran dengan konstraknya, yaitu ketika nilai cross-loading variabel >0.70 . Metode lain yang dapat digunakan adalah membandingkan akar AVE setiap konstruk dengan konstruk lainnya. Jika akar AVE setiap konstruk lebih besar dibandingkan korelasi antara konstruk tersebut dengan konstruk lainnya, maka model mempunyai validitas diskriminan yang cukup (Ghozali & Latan, 2015). Hasil uji validitas diskriminan adalah sebagai berikut:

Tabel 5. 13
Nilai Discriminant Validity (Cross Loading)

Indikator	Motivasi Investasi	Pengetahuan Investasi	<i>Influencer</i> Media Sosial	Minat Investasi
X1.1	0.750	0.554	0.273	0.527
X1.2	0.788	0.722	0.507	0.860
X1.3	0.756	0.695	0.295	0.743
X1.5	0.722	0.489	0.217	0.495
X1.8	0.704	0.487	0.252	0.427
X1.10	0.790	0.649	0.266	0.619
X1.11	0.728	0.622	0.522	0.720
X2.1	0.608	0.725	0.338	0.697
X2.2	0.703	0.796	0.463	0.824
X2.3	0.619	0.708	0.261	0.567
X2.5	0.633	0.802	0.222	0.644
X2.6	0.573	0.806	0.241	0.625
X2.7	0.691	0.814	0.194	0.640
X3.1	0.206	0.093	0.717	0.258
X3.2	0.454	0.407	0.794	0.520

X3.3	0.272	0.233	0.855	0.338
X3.4	0.694	0.579	0.751	0.689
X3.5	0.280	0.249	0.796	0.320
X3.6	0.248	0.202	0.820	0.328
X3.7	0.249	0.185	0.828	0.303
X3.8	0.273	0.205	0.768	0.311
X3.9	0.201	0.111	0.839	0.271
Y1.1	0.591	0.570	0.366	0.738
Y1.2	0.686	0.784	0.464	0.841
Y1.3	0.710	0.681	0.519	0.812
Y1.4	0.788	0.722	0.507	0.860
Y1.5	0.756	0.695	0.295	0.743
Y1.6	0.705	0.722	0.435	0.805
Y1.7	0.665	0.752	0.329	0.786
Y1.9	0.671	0.594	0.432	0.785

Sumber : pengolahan data menggunakan PLS (2023)

Semua variabel dalam penelitian ini memiliki validitas diskriminan yang baik berdasarkan data yang ditunjukkan pada tabel 5.13. Ini menunjukkan bahwa, jika dibandingkan dengan nilai cross loading pada variabel lainnya, dengan nilai cross loading pada variabel yang dibentuk lebih besar. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa indikator-indikator yang digunakan dalam penelitian ini memiliki validitas diskriminan yang baik untuk menyusun masing-masing variabel.

Sebagai alternatif untuk menilai validitas diskriminan selain dengan memeriksa nilai pertautan silang, dapat dilakukan uji Avarage Variant Extracted (AVE) pada tiap indikator. AVE yang melebihi 0,50 menunjukkan bahwa model tersebut dapat dianggap baik. Hasil pengujian AVE sebagai berikut :

Tabel 5. 14
Avarage Variant Extracted (AVE)

Variabel	AVE
Motivasi Investasi	0.561
Pengetahuan Investasi	0.603
<i>Influencer Media Soaial</i>	0.636
Minat Investasi	0.635

Sumber : pengolahan data menggunakan PLS (2023)

Berdasarkan Tabel 5.14 menunjukkan bahwa nilai AVE masing-masing variabel lebih besar dari 0.5 artinya seluruh konstruk pada model penelitian ini mempunyai nilai yang baik dan memenuhi kriteria dari uji validitas diskriminan.

c. Composite Reability dan Cronbach's Alpha

Dalam pengukuran reabilitas dalam suatu konstruk dalam PLS-SEM menggunakan smartPLS, terdapat dua metode yaitu composite reability dan cronbach's alpha, konstruk dianggap reliabel apabila nilai composite reability dan cronbach's alpha lebih besar dari 0,70. Berikut adalah hasil data analisis pengujian composite reability dan cronbach's alpa untuk masing-masing variabel :

Tabel 5. 15
Composite Reability

Variabel	Composite Reability
Motivasi investasi (X1)	0.899
Pengetahuan Investasi (X2)	0.901
<i>Influencer Media Sosial (X3)</i>	0.940
Minat Investasi (Y)	0.933

Sumber : pengolahan data menggunakan PLS (2023)

Berdasarkan tabel 5.15 dapat disimpulkan bahwa konstruk telah memenuhi kriteria reliabel, hal ini dibuktikan dengan nilai composite reability lebih dari 0.70

Berikut disajikan nilai cronbach's alpa untuk masing-masing variabel :

Tabel 5. 16
Cronbach's Alpa

Variabel	Cronbach's Alpa
Motivasi investasi (X1)	0.873
Pengetahuan Investasi (X2)	0.868
<i>Influencer</i> Media Sosial (X3)	0.931
Minat Investasi (Y)	0.918

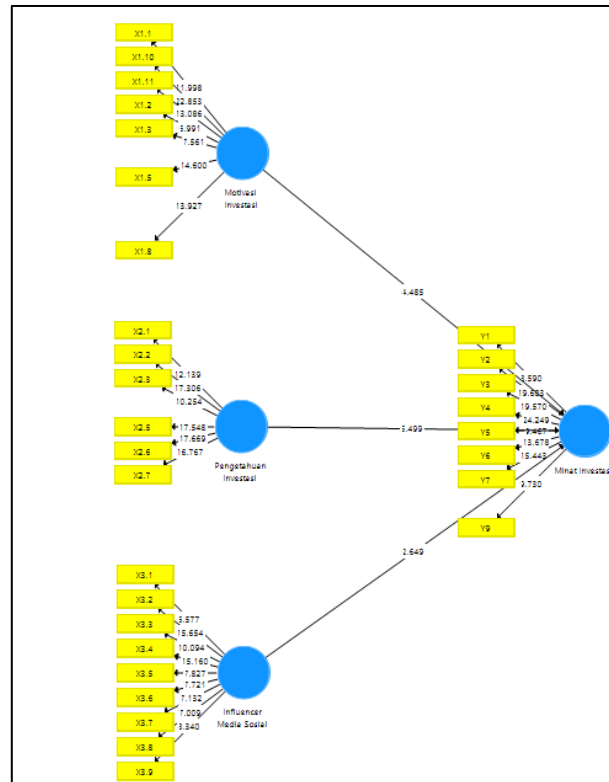
Sumber : pengolahan data menggunakan PLS (2023)

Berdasarkan tabel 5.16 dapat disimpulkan bahwa konstruk telah memenuhi kriteria reliabel, hal ini dibuktikan dengan nilai Cronbach's Alpa lebih dari 0.70.

2. Pengujian Inner Model (Model Structural)

Inner model atau model structural dalam PLS dilihat berdasarkan R-Square. Dimana nilai R-Square digunakan untuk mengukur tingkat variasi perubahan variabel independen terhadap variabel dependen. Semakin tinggi nilai R-Square maka semakin baik model prediksi dari model penelitian yang diajukan. Pengujian inner model dilakukan dengan uji bootstrapping (Abdillah & Jogiyanto, 2015). Berikut disajikan hasil pengujian inner model melalui uji bootstrapping:

Gambar 5. 4
Inner Model (Model Struktural)



Sumber : pengolahan data menggunakan PLS (2023)

Dalam pengujian hipotesis tingkat signifikansi ditunjukkan oleh nilai Path Coefficient atau inner model (Abdillah & Jogiyanto, 2015). Pada gambar 5.4 dapat dijelaskan bahwa nilai path coefficient terbesar ditunjukkan dengan pengaruh pengetahuan investasi terhadap minat investasi sebesar 5.499, untuk pengaruh motivasi investasi terhadap minat investasi memperoleh nilai path coefficient sebesar 4.485, sedangkan nilai path coefficient terkecil diperoleh pada pengaruh *influencer* media sosial sebesar 2.649. Selain itu, variabel yang digunakan dalam model ini bernilai positif dimana semakin besar nilai path coefficient pada suatu variabel independen terhadap dependen, maka semakin kuat pula pengaruh antar variabel independen terhadap variabel dependen.

Dalam menilai inner model dengan menggunakan PLS dapat dilakukan dengan melihat R-Square untuk konstruk dependen. Pada tabel merupakan hasil estimasi R-Square dengan menggunakan SmartPLS.

Tabel 5. 17
Nilai R-Square

varibel	Nilai R-square	Nilai R-Square Adjusted
Minat investasi	0,854	0,849

Sumber : pengelolaan data menggunakan PLS (2023)

Pada dasarnya, studi ini menggunakan tiga variabel independen (X1) Motivasi Investasi (X1), Pengetahuan Investasi (X2), dan *Influencer* Media Sosial. Selain itu, terdapat satu variabel dependen, yaitu Minat Investasi (Y). Pada penelitian ini, R-Square adalah hasil pengujian yang digunakan untuk menghitung besarnya perubahan yang disebabkan oleh variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil menunjukkan bahwa model prediksi pada model penelitian yang diajukan lebih baik jika nilai R-square yang lebih tinggi. Pada penelitian ini diperoleh nilai R-Square Adjusted sebesar 0.849 atau 84,9%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variasi perubahan variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen sebesar 84,9%, dan sisanya dijelaskan oleh variabel lain diluar model yang diajukan.

5.4 Pengujian Hipotesis

Adapun dasar yang digunakan untuk menunjukkan tingkat signifikan dalam pengujian hipotesis yakni dengan melihat nilai koefisien path atau inner model. Berikut disajikan tabel yang memberikan hasil output pengujian model structural.

Tabel 5. 18
Path Coefficients

	Original sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STEDV)	T Statistics	P Values
Motivasi Investasi > Minat Investasi	0.423	0.425	0.094	4.485	0.000
Pengetahuan Investasi > Minat Investasi	0.463	0.459	0.084	5.499	0.000
<i>Influencer</i> Media Sosial > Minat Investasi	0.152	0.154	0.057	2.649	0.008

Sumber : pengolahan data menggunakan PLS (2023)

Dari tabel 5.18 diperoleh hasil pengujian dengan metode bootstrapping menggunakan PLS dan didapatkan uji hipotesis yakni :

1. Uji Hipotesis 1 Pengaruh Motivasi Investasi terhadap Minat Investasi

Dari hasil uji hipotesis diperoleh koefisien jalur bertanda positif sebesar 0.423 dan nilai P- Value yang membentuk pengaruh antara variabel motivasi investasi terhadap minat investasi sebesar $0.000 < 0,05$ sedangkan nilai T-Statistic $4.485 > 1,96$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa motivasi investasi berpengaruh positif signifikan terhadap minat investasi. Maka dapat dinyatakan bahwa hipotesis 1 dapat diterima H_0 ditolak karena nilai T hitung lebih besar dari 1,96 dan nilai P-Values kurang dari 0,05.

2. Uji Hipotesis 2 Pengaruh Pengetahuan Investasi terhadap Minat Investasi

Dari hasil uji hipotesis diperoleh koefisien jalur positif sebesar 0.463 dan nilai P-Values yang membentuk pengaruh antara pengetahuan investasi terhadap minat investasi sebesar $0.000 < 0.50$ dan nilai T-Statistic $5.499 > 1.96$. Hal ini dapat menjelaskan bahwa pengetahuan investasi berpengaruh positif signifikan terhadap minat investasi. Maka dapat dinyatakan bahwa hipotesis 2 dapat diterima dan H_0

ditolak karena nilai T hitung lebih besar dari 1,96 dan nilai P-Values kurang dari 0,05

3. Uji Hipotesis 3 Pengaruh *Influencer* Media Sosial terhadap Minat Investasi

Dari hasil uji hipotesis diperoleh koefisien jalur positif sebesar 0.152 dan nilai P-Values yang membentuk pengaruh antara *influencer* media sosial terhadap minat investasi sebesar $0.008 < 0.05$ dan nilai T-Statistic $2.649 > 1.96$. Hal ini dapat menjelaskan bahwa hasil dari penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa *influencer* media sosial berpengaruh positif signifikan terhadap minat investasi. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis 3 dapat diterima dan H_0 ditolak karena nilai T hitung lebih besar dari 1,96 dan nilai P-Values kurang dari 0,05.

5.5 Pembahasan

Berdasarkan pengujian hipotesis diperoleh hasil bahwa motivasi investasi, pengetahuan investasi, dan *influencer* media sosial berpengaruh positif signifikan terhadap minat investasi pada mahasiswa program studi bisnis digital dan kewirausahaan Angkatan 2021- 2022. Adapun pembahasan dari hasil analisis yang dilakukan menggunakan SmartPLS 3 yaitu :

1. Pengaruh Motivasi Investasi terhadap Minat Investasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi investasi (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap minat investasi (Y). Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai koefisien jalur bertanda positif sebesar 0.423 dan nilai P- Value yang membentuk pengaruh antara variabel motivasi investasi terhadap minat investasi sebesar $0.000 < 0,05$ sedangkan nilai T-Statistic $4.485 > 1,96$. Hal ini dapat dijelaskan bahwa hasil penelitian yang telah dilakukan semakin tinggi motivasi seseorang maka akan semakin tinggi pula minat seseorang dalam melakukan kegiatan investasi. Seseorang yang memiliki dorongan atau hasrat yang tinggi untuk berinvestasi, maka orang tersebut akan cenderung mewujudkannya untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Semakin kuat keinginan yang membentuk adanya motivasi investasi pada seseorang maka akan semakin tinggi minat seseorang untuk melakukan investasi.

Hasil penelitian ini sesuai dengan nilai rata-rata berdasarkan tanggapan responden pada variabel motivasi investasi sebesar 425,7 dalam hal ini menjelaskan bahwa pada variabel minat investasi termasuk dalam kategori tinggi. Motivasi dapat berasal dari dalam diri seseorang ataupun dapat dipengaruhi oleh lingkungan sekitar yang dapat menyebabkan perubahan tingkah laku pada seseorang untuk melakukan suatu perbuatan atau tindakan dengan tujuan tertentu. Dalam penelitian ini, berdasarkan data yang dikumpulkan, menunjukkan mayoritas responden merasa terdorong untuk melakukan investasi ketika melihat lingkungan sekitarnya seperti keluarga dan teman-temannya melakukan kegiatan investasi dipasar modal dan mendapatkan keuntungan atas investasi yang telah mereka lakukan. Motivasi atau dorongan pada diri sendiri dengan dukungan orang lain maupun lingkungan sekitar akan menyebabkan suatu perubahan terhadap tingkah laku seseorang sebagai bentuk pengalaman individu dalam melakukan suatu tindakan maka niat seseorang untuk mencapai tujuannya juga akan semakin tinggi. Seseorang melakukan kegiatan investasi tentunya memiliki tujuan yang ingin dicapai seperti memperoleh keuntungan serta manfaat dimasa mendatang. Sehingga dengan adanya dorongan yang kuat pada diri seseorang maka akan semakin tinggi pula minat orang tersebut dalam melakukan kegiatan investasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

Selain itu, penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Saputra, 2018), yang menyatakan bahwa motivasi investasi memiliki hubungan satu arah dengan minat investasi. Semakin meningkatnya motivasi mahasiswa untuk berinvestasi, maka semakin meningkat pula minat mahasiswa untuk melakukan investasi. Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Patma et al., 2021) menyatakan bahwa, motivasi investasi berpengaruh terhadap minat investasi mahasiswa akuntansi angkatan 2016, 2017 dan 2018. Artinya bahwa calon investor akan tertarik untuk berinvestasi jika mitra, kerabat, dan lingkungannya telah berinvestasi di pasar modal. Penelitian lainnya juga dilakukan oleh (Ekayana Sangkasari Paranita & Mahardika Agustinus, 2020), menyatakan bahwa motivasi investasi berpengaruh positif terhadap minat berinvestasi. Semakin tinggi motivasi investasi maka minat berinvestasi akan semakin tinggi.

Namun, penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Alfarauq & Yusup, 2020), hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi investasi tidak berpengaruh terhadap minat investasi kaum milenial Garut di pasar modal syariah. Hal ini disebabkan oleh karakteristik generasi milenial yang merupakan konsumen dan lebih suka menghabiskan waktu bersama teman sehingga mengurangi keinginan mereka untuk berinvestasi dan mengonsumsi dana yang dapat dialokasikan ke pasar modal. Selain itu, menurut analisis peneliti, lingkungan generasi milenial di Garut belum cukup kuat untuk mendorong keinginan mereka berinvestasi di pasar modal syariah.

2. Pengaruh Pengetahuan Investasi terhadap Minat Investasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan (X2) berpengaruh positif signifikan terhadap minat investasi (Y). Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai koefisien jalur bertanda positif sebesar 0.463 dan nilai P- Value yang membentuk pengaruh antara variabel motivasi investasi terhadap minat investasi sebesar $0.000 < 0,05$ sedangkan nilai T-Statistic $5.499 > 1,96$. Hal ini dapat dijelaskan bahwa hasil penelitian yang telah dilakukan semakin tinggi tingkat pengetahuan seseorang terhadap investasi maka semakin tinggi pula minat seseorang dalam berinvestasi. Pengetahuan investasi yang dimiliki oleh seseorang dapat digunakan dalam melakukan kegiatan investasi agar terhindar dari segala bentuk penipuan di pasar modal dan meminimalkan risiko dalam berinvestasi sehingga dapat memaksimalkan manfaat yang didapat dalam melakukan kegiatan investasi.

Hasil penelitian ini sesuai dengan nilai rata-rata berdasarkan tanggapan responden untuk variabel pengetahuan investasi sebesar 422,7 yang dalam hal ini menjelaskan variabel pengetahuan investasi berada pada kategori tinggi. Untuk meningkatkan pengetahuan mahasiswa mengenai pasar modal salah satunya dapat dilakukan dengan memberikan sosialisasi atau seminar serta pelatihan mengenai pasar modal. Dalam penelitian ini, berdasarkan data yang dikumpulkan, menunjukkan bahwa mayoritas responden sudah mengetahui bahwa risiko investasi merupakan potensi kerugian yang dapat dialami investor pada saat berinvestasi, dimana hasil yang diperoleh bisa tidak sesuai dengan harapan. Selain itu, dengan

adanya sekolah pasar modal dapat membantu para calon investor untuk memperluas pengetahuan dasar mengenai investasi. Orang-orang yang tertarik untuk melakukan investasi pasti akan lebih giat dalam mencari informasi serta mempelajari hal - hal yang berkaitan dengan jenis investasi yang diinginkan. Untuk dapat meningkatkan minat mahasiswa dalam melakukan investasi dapat dilakukan dengan memberikan pengetahuan yang berkaitan dengan pasar modal yang dapat dilakukan dengan memberikan sosialisasi atau seminar yang berkaitan dengan investasi. Dengan adanya seminar investasi maka mahasiswa akan mendapatkan pengetahuan yang baik mengenai investasi. Umumnya seseorang akan melakukan investasi setelah mengetahui keuntungan yang bisa diperoleh dari investasi yang dilakukan. Dengan demikian tingkat pengetahuan investasi seseorang akan mempengaruhi minatnya untuk melakukan kegiatan investasi atau tidak.

Selain itu, penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Pratama & Lastiati, 2021), menyatakan bahwa pengetahuan pasar modal berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa akuntansi dalam berinvestasi di pasar modal. Semakin baik pengetahuan yang dimiliki mahasiswa akuntansi, maka minat dalam berinvestasi pun akan semakin meningkat. Sama halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh (Suyanti & Hadi, 2019), menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan pengetahuan investasi terhadap minat investasi. Hal ini berarti semakin tinggi pengetahuan investasi maka cenderung dapat meningkatkan minat investasi. Penelitian yang dilakukan oleh (Pajar & Pustikaningsih, 2017), menyatakan bahwa pengetahuan investasi berpengaruh terhadap minat berinvestasi di pasar modal pada mahasiswa FE UNY.

Namun penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Darmawan & Japar, 2019) menyatakan bahwa, pengetahuan investasi secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat investasi mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto Tahun Angkatan 2016 dan 2017. Hal ini berarti bahwa memiliki pengetahuan dasar investasi saja tidak cukup untuk meningkatkan minat investasi.

3. Pengaruh *Influencer* Media Sosial terhadap Minat Investasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *influencer* media sosial (X3) berpengaruh positif signifikan terhadap minat investasi (Y). Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai koefisien jalur positif sebesar 0.152 dan nilai P-Values yang membentuk pengaruh antara media sosial *influencer* terhadap minat investasi sebesar $0.008 < 0.05$ dan nilai T-Statistic $2.649 > 1.96$. Hal ini dapat dijelaskan bahwa hasil penelitian yang dilakukan semakin banyak *influencer* di media sosial yang membahas mengenai investasi maka akan semakin tinggi minat investasi seseorang. *Influencer* memiliki pengikut di media sosial yang banyak sehingga peran dari *influencer* ini mampu memberikan informasi penting yang berkaitan dengan investasi dan mampu memberikan pengaruh terhadap minat investasi di pasar modal yang bersifat positif.

Hasil penelitian ini sejalan dengan tanggapan responden pada variabel *influencer* media sosial dimana memperoleh skor rata-rata 390,1 dalam hal ini menjelaskan bahwa variabel *influencer* media sosial termasuk dalam kategori tinggi. 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. Dalam penelitian diperoleh hasil bahwa mayoritas responden menyatakan bahwa lama atau tidaknya investor dalam menekuni bidang investasi akan menjadi pertimbangan bagi mereka dalam menerima informasi yang diberikan. Dalam dunia investasi dengan adanya media sosial cukup memberi kemudahan dalam berbisnis. Seorang investor juga sangat diuntungkan dengan adanya media sosial, karena dengan adanya media sosial akan memberi kemudahan dalam mendapatkan informasi ataupun sarana belajar dalam mengembangkan pengetahuan investasi. Kemudahan tersebut tidak luput dari adanya *influencer* pada media sosial. Peran *influencer* dalam media sosial cukup memberikan pengaruh positif terhadap minat investasi, karena seorang *influencer* dapat memberikan informasi mengenai pentingnya investasi dan mengajak para pengikutnya dalam berinvestasi yang mereka lakukan dengan cara

memberikan promosi ataupun pengetahuan melalui media sosial. sehingga dapat membantu menambah pemahaman mengenai investasi dan dapat meningkatkan minat seseorang dalam melakukan investasi. Banyaknya publik figur yang membagikan pengalamannya terkait investasi di pasar modal, maka akan berdampak positif terhadap peningkatan jumlah investor.

Selain itu, penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Trisnaningsih et al., 2022), menyatakan bahwa berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa *influencer* berpengaruh positif signifikan terhadap minat investasi. Penelitian lainnya juga dilakukan oleh (Fauzianti, 2022), menyatakan bahwa Social Media *Influencer* mampu memberikan pengaruh pada minat mahasiswa Prodi S1 Akuntansi Universitas Tidar untuk melakukan investasi. Penelitian lainnya juga dilakukan oleh (Gunanti & Mahyuni, 2022), menyatakan bahwa pengaruh *influencer* media sosial terhadap minat berinvestasi generasi milenial di Bursa Efek Indonesia secara statistik terbukti positif dan signifikan. Hasil ini menjelaskan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan generasi milenial terhadap *influencer* media sosial yang ahli dibidang investasi akan mampu meningkatkan minat mereka untuk ikut berpartisipasi dalam transaksi di BEI.

Namun penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Putra & Qodary, 2021) menyatakan bahwa, sosial media edukasi saham mempengaruhi secara negatif minat investasi. Hal ini karena informasi mengenai investasi saham tidak bisa didapatkan hanya dari media sosial. Banyak media lain yang memberikan informasi tentang investasi saham.