

## Minat investasi generasi milenial di bursa efek Indonesia

A A Istri Indah Paristya Gunanti<sup>1✉</sup>, Luh Putu Mahyuni<sup>2</sup>

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Nasional, Denpasar.

### Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk menguji secara empiris pengaruh literasi keuangan, influencer media sosial, dan preferensi risiko terhadap minat generasi milenial dalam berinvestasi. Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif yang menyoroti generasi milenial di Kota Denpasar. Data dikumpulkan melalui kuesioner online dengan memanfaatkan google form yang menyertakan 150 responden. Data tersebut selanjutnya dianalisis menggunakan software SmartPLS 3.2.9. Secara empiris, minat berinvestasi generasi milenial dipengaruhi oleh literasi keuangan dan influencer media sosial. Sedangkan preferensi risiko tidak mampu mempengaruhi secara signifikan minat berinvestasi generasi milenial. Hasil penelitian juga membuktikan bahwa variabel literasi keuangan menunjukkan nilai koefisien jalur tertinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa literasi keuangan sangat penting dan harus mendapatkan perhatian besar dalam meningkatkan minat investasi generasi milenial. Studi ini memberikan implikasi bagi pihak BEI dalam meningkatkan jumlah investor pasar modal Indonesia yang menyoroti generasi milenial.

**Kata kunci:** Influencer media sosial; generasi milenial; literasi keuangan; minat investasi; preferensi risiko

### *Millennial generation investment interest in indonesia stock exchange*

#### *Abstract*

*The purpose of this study is to empirically examine the effect of financial literacy, social media influencers, and risk preferences on millennial generation's investment interest. This study applies a quantitative approach that targets the millennial generation in Denpasar City. The data was collected through online questionnaires using a google form that included 150 respondents. The data is then analyzed using SmartPLS 3.2.9 software. Empirically, millennial generation's interest in investing was influenced by financial literacy and social media influencers. Meanwhile, risk preferences are not able to significantly influence the millennial generation's interest in investing. The results also prove that the financial literacy variable has the greatest path coefficient value. This indicates that financial literacy is very important and must receive great attention in increasing millennial generation's investment. The results of this study have implications for the Indonesia Stock Exchange in increasing the number of Indonesian capital market investors targeting the millennial generation.*

**Key words:** *Financial literacy; investment interest; millennial generation; risk preference; social media influencers*

## PENDAHULUAN

Pertumbuhan investor domestik di pasar modal Indonesia setiap tahun terus mengalami peningkatan terutama di sepanjang tahun 2021. Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) tahun 2021 mengungkapkan bahwa jumlah investor secara keseluruhan per Agustus 2021 mencapai 6,10 juta investor atau melesat 57,20 persen jika dibandingkan dengan akhir tahun 2020 sebanyak 3,88 juta investor. Dari jumlah keseluruhan investor tersebut, jumlah investor C-Best atau investor saham mencapai 2,69 juta per Agustus 2021 atau melesat 59,14 persen jika dibandingkan dengan akhir tahun 2020 sebanyak 1,69 juta investor. Menurut Direktur Utama BEI Inarno Djajadi, pencapaian per Agustus 2021 yaitu bertambahnya jumlah investor saham baru sebanyak 1 juta yang melonjak tinggi dalam 8 bulan terakhir memecahkan rekor SID tertinggi selama 44 tahun berdirinya BEI (CNN Indonesia, 2021).

Direktur Pengembangan BEI Hasan Fawzi menjelaskan bahwa selain terjadi peningkatan jumlah investor di Indonesia, terjadi peningkatan lainnya yaitu kepemilikan saham yang saat ini di dominasi oleh investor domestic hingga mencapai 59,21 persen sedangkan sisanya adalah kepemilikan asing. Sementara, jika dilihat dari komposisi investor di Indonesia, sebanyak 80 persen diambil alih oleh investor-investor muda yaitu generasi milenial dan generasi Z (CNN Indonesia, 2021). Peningkatan pertumbuhan investor juga terjadi di Provinsi Bali. Menurut BEI perwakilan Provinsi Bali, per Agustus 2021 sebanyak 64,612 investor saham sudah terdaftar atau sebanyak 25,915 investor saham baru di Provinsi Bali. Hal ini menunjukkan terdapat peningkatan sebanyak 66,97 persen investor saham baru sampai bulan Agustus 2021 jika dibandingkan dengan akhir tahun 2020. Persebaran jumlah investor saham terbesar di Bali berada di Kota Denpasar dengan porsi 42 persen yang kemudian disusul oleh Kabupaten Badung sebanyak 19 persen, Kabupaten Gianyar sebanyak 10 persen, Kabupaten Buleleng dan Tabanan sebanyak 8 persen, Kabupaten Karangasem dan Jembrana sebanyak 4 persen, Kabupaten Klungkung sebanyak 3 persen, dan Kabupaten Bangli sebanyak 2 persen. Dilihat dari komposisi investor, mayoritas investor saham di Bali adalah generasi milenial sebanyak 81 persen (Fanany, 2021). Hal tersebut mengindikasikan bahwa minat masyarakat Indonesia termasuk Bali dalam berinvestasi di bursa efek Indonesia sangat tinggi, meskipun baru setengah dari tahun 2021 berjalan.

Pertumbuhan investor yang sangat pesat harus diimbangi dengan literasi keuangan yang baik sehingga para calon investor mengetahui bagaimana potensi dan risiko yang dapat terjadi saat berinvestasi saham di Bursa Efek Indonesia. Menurut Darmawan et al., (2019) literasi keuangan merupakan suatu kemampuan dan ketrampilan individu dalam memahami, mengimplementasi, dan mengelola keuangan sehingga dapat melakukan investasi. Merujuk pada hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (2019) yang dilaksanakan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan di Provinsi Bali menunjukkan hasil 38,06 persen. Pencapaian ini dikatakan cukup baik karena telah berhasil melewati target yang ditetapkan pada Peraturan Presiden No.50 tahun 2017 tentang Strategi Nasional Perlindungan Konsumen sebesar 35 persen. Jika dilihat dari sector pasar modal, literasi keuangan masyarakat mengenai sector pasar modal telah mencapai 4,92 persen atau terjadi peningkatan sebesar 0,52 persen jika dibandingkan dengan tahun 2016 di posisi 4,4 persen. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa peningkatan literasi keuangan sejalan dengan peningkatan pertumbuhan investor di Bursa Efek Indonesia.

Fadli & Wijayanto (2020) dalam penelitiannya mengatakan, literasi keuangan seseorang dapat mempengaruhi minatnya dalam pengelolaan keuangan dan akan memikirkan tentang masa depan salah satunya adalah investasi. Hal tersebut di dukung oleh temuan (Devianti et al., 2017; Herawati & Dewi, 2020; Tehupelasuri et al., 2021; Allgood & Walstad, 2016; Parulian & Aminuddin, 2020; Samsuri et al., 2019) bahwa literasi keuangan berpengaruh pada minat investasi di pasar modal. Namun berbeda pada penelitian (Mazumdar, 2014; Taufiqoh et al., 2019) yang menemukan bahwa tidak adanya pengaruh pemahaman keuangan terhadap minat investasi. Selain literasi keuangan, preferensi risiko merupakan hal yang sangat diperlukan bagi individu yang akan mulai terjun di pasar modal. Preferensi risiko dalam investasi berkaitan erat dengan bagaimana penilaian individu mengenai return dan risiko investasi (Lopa & Manggu, n.d.). Dalam berinvestasi, seorang investor harus memahami konsep high risk – high return dan sebaliknya. Hal ini karena keuntungan investasi selalu diikuti oleh risiko investasi atau dengan kata lain keuntungan yang diperoleh berbanding lurus dengan risiko investasi (Yunia et al., 2021).

Setiap individu memiliki kemampuan untuk menerima risiko yang berbeda tetapi tetap menginginkan keuntungan yang sesuai. Selain itu, penentuan profil risiko sebelum berinvestasi akan memudahkan individu dalam memilih produk keuangan dalam pasar modal. Riset Hati & Harefa (2019)

menegaskan bahwa preferensi risiko berpengaruh positif terhadap minat investasi generasi milenial di Bursa Efek Indonesia. Beberapa penelitian lainnya juga membuktikan bahwa preferensi risiko berpengaruh secara signifikan terhadap minat investasi mahasiswa (Lopa & Manggu, n.d.; Raditya et al., 2014; Yunia et al., 2021). Namun berbeda dengan penelitian dari (Mazumdar, 2014; Supriyanto et al., 2019; Tandio & Widanaputra, 2016) dimana preferensi risiko tidak berpengaruh terhadap minat berinvestasi mahasiswa.

Meningkatnya pertumbuhan investor di pasar modal yang didominasi oleh generasi milenial tidak terlepas dari adanya media sosial. Keberadaan media sosial mengakibatkan banyaknya bermunculan influencer media sosial dalam bidang pasar modal. Influencer media sosial adalah orang yang aktif mengaplikasikan media sosial yang memiliki followers yang banyak dan sering menggunakan produk serta membagikan ulasannya di akun media sosial mereka (Hermenda et al., 2019). Mayoritas masyarakat juga menganggap bahwa influencer media sosial adalah sumber informasi terpercaya ketika sedang mencari berbagai informasi dari suatu produk keuangan (Wang et al., 2012). Pada tahun 2019, BEI juga merespons fenomena ini dan bekerja sama dengan influencer media sosial untuk menciptakan program influencer incubator yang merupakan suatu kolaborasi BEI dengan para influencer media sosial untuk melakukan edukasi mengenai pasar modal kepada seluruh masyarakat Indonesia. Direktur Pengembangan BEI Hasan Fawzi menyatakan bahwa adanya kolaborasi ini memberikan efek yang cukup substansial bagi pertumbuhan investor di BEI pada tahun 2020 (Ramadhani, 2021).

Studi ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengaruh dari masing-masing factor yaitu literasi keuangan, influencer media sosial, dan preferensi risiko terhadap minat generasi milenial untuk melakukan investasi di BEI. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan mampu meningkatkan pemahaman tentang factor-faktor yang dapat mempengaruhi minat investasi generasi milenial di Bursa Efek Indonesia. Serta masukan bagi pihak BEI dalam mengembangkan jumlah investor pasar modal Indonesia yang menasar generasi milenial.

#### **Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Minat Berinvestasi**

Literasi keuangan merupakan suatu keahlian individu dalam menerapkan pengetahuan dan ketrampilan mengolah dan mengelola keuangan secara efektif (Taufiqoh et al., 2019). Dalam penelitian Fadli & Wijayanto (2020) dinyatakan bahwa literasi keuangan sangat penting bagi setiap orang untuk menghindari berbagai permasalahan keuangan dan literasi keuangan akan mempengaruhi pengelolaan keuangan dan pemikiran masa depan yang salah satunya adalah investasi. Beberapa penelitian lainnya juga menemukan bahwa pemahaman konsep keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi (Deviyanti et al., 2017; Faridhatun Faidah, 2019; Herawati & Dewi, 2020; Pangestika & Rusliati, 2019; Tehupelasuri et al., 2021). Dengan demikian, hipotesis yang disusun yaitu: Hipotesis 1: Literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat berinvestasi generasi milenial di Bursa Efek Indonesia.

#### **Pengaruh Influencer Media Sosial terhadap Minat Berinvestasi**

Influencer media sosial merupakan individu yang memiliki popularitas dan kemampuan di media sosial yang bertindak sebagai pihak ketiga dalam menyampaikan, mendeskripsikan, dan merekomendasikan suatu informasi atau topik tertentu melalui media sosial sehingga dapat mempengaruhi audiensnya (Putri & Tiarawati, 2021). Hsu et al (2013) menegaskan bahwa konsumen akan mempercayai influencer media sosial dan memungkinkan untuk dipengaruhi jika pendapat influencer media sosial relevan dengan subjeknya. Hal ini selaras dengan elemen norma subjektif pada Theory of Planned Behavior dimana menurut Halim & Karami (2020) norma subjektif merupakan sebuah keyakinan yang dapat memberikan pengaruh sosial pada seseorang untuk berperilaku sehingga akan memiliki minat pada sesuatu maupun orang lain. Beberapa penelitian seperti (Abdullah et al., 2020; Glucksman, 2017; Isyanto et al., 2020; Lisichkova & Othman, 2017; Nam, 2018) juga menemukan bahwa influencer media sosial berpengaruh positif pada minat beli konsumen. Dengan demikian, dapat disusun hipotesis penelitian sebagai berikut:

Hipotesis 2: Influencer media sosial berpengaruh positif terhadap minat berinvestasi generasi milenial di Bursa Efek Indonesia.

#### **Pengaruh Preferensi Risiko terhadap Minat Berinvestasi**

Preferensi risiko dalam investasi merujuk pada bagaimana sikap individu dalam mengambil risiko yang berhubungan dengan investasi (Mazumdar, 2014). Dalam penelitiannya, Supriyanto et al (2019)

mengemukakan bahwa preferensi risiko bersifat subjektif, dimana besarnya tingkat risiko yang sanggup dijalankan oleh setiap investor tidaklah sama meskipun investor itu memiliki kepribadian yang sama. Selain itu, preferensi risiko menjadi salah satu pertimbangan dalam memutuskan untuk berinvestasi di BEI. Beberapa penelitian terdahulu seperti (Hati & Harefa, 2019; Lopa & Manggu, n.d.; Raditya et al., 2014; Yunia et al., 2021) juga membuktikan bahwa preferensi risiko berpengaruh positif pada minat berinvestasi di BEI. Sehingga, dapat dirumuskan hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

Hipotesis 3: Preferensi risiko berpengaruh positif terhadap minat berinvestasi generasi milenial di Bursa Efek Indonesia.

## METODE

Pendekatan kuantitatif digunakan dalam penelitian ini dan menargetkan seluruh generasi milenial di Kota Denpasar. Penentuan ukuran sampel dilakukan melalui rumus slovin dengan tingkat kesalahan 10% dan sampel diambil dengan menerapkan teknik probability sampling yaitu simple random sampling (Saunders et al., 2019). Model dari theory of planned behaviour digunakan untuk menentukan elemen-elemen yang dapat mempengaruhi minat investasi generasi milenial di bursa efek Indonesia. Dimana, elemen sikap terkait perilaku (attitude toward the behaviour) diwakili oleh literasi keuangan (LK), norma subjektif (subjective norm) diwakili oleh influencer media sosial (IMS), dan persepsi kendali perilaku (perceive behaviour control) diwakili oleh preferensi risiko (PR).

Untuk menjawab hipotesis penelitian, metode pengumpulan data yang diterapkan adalah kuesioner. Pemberian skor dalam kuesioner menerapkan pengukuran skala likert lima poin yaitu dari 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju) (Saunders et al., 2019). Link kuesioner disebarikan secara online dengan memanfaatkan google form agar dapat menjangkau responden yang lebih luas. Penyebaran kuesioner dilakukan selama periode Oktober 2021. Sebanyak 150 kuesioner telah terkumpul dan valid digunakan untuk tahap analisis.

**Tabel 1.**  
Item Kuesioner Penelitian

Pernyataan	Sumber
Menurut saya, rencana dan penganggaran keuangan adalah hal yang penting sebelum memulai investasi (LK1)	
Berinvestasi di BEI dapat mengurangi risiko inflasi pada uang saya (LK2)	
Berinvestasi di BEI mampu meningkatkan value for money saya (LK3)	
Menurut saya, tabungan adalah hal utama yang harus dimiliki untuk menghindari risiko investasi (LK4)	
Saya perlu menyiapkan dana darurat sebelum mulai berinvestasi (LK5)	
Menurut saya, meminjam uang untuk berinvestasi di BEI tidak disarankan (LK6)	(F Faidah, 2019)
Saya akan menggunakan uang dingin jika berinvestasi di BEI (LK7)	
Menurut saya, investasi adalah bentuk penanaman uang yang keuntungannya bisa diambil di masa depan (LK8)	
Saya akan memilih jenis investasi sesuai dengan risiko yang siap saya tanggung jika mengalami kerugian (LK9)	
Asuransi merupakan salah satu bentuk penanganan risiko dengan mengirimkan risiko ke pihak lain yaitu perusahaan asuransi (LK10)	
Menurut saya, asuransi penting untuk proteksi diri (LK11)	
Saya berinvestasi di BEI karena popularitas dari influencer media social (IMS1)	
Saya berinvestasi di BEI karena pengaruh influencer media sosial yang jujur dalam memberikan edukasi kepada followersnya (IMS2)	
Saya berinvestasi di BEI karena pengaruh influencer media sosial yang mempunyai pengetahuan dan keahlian dalam bidang investasi (IMS3)	
Saya berinvestasi di BEI karena pengaruh influencer media sosial yang memiliki kepribadian yang menyenangkan (IMS4)	(Halim & Karami, 2020)
Saya berinvestasi di BEI karena saya mempunyai pemecahan masalah yang sama dengan yang di edukasikan oleh influencer media social (IMS5)	
Saya berinvestasi di BEI karena sikap dari influencer media sosial yang saya kagumi/tiru (IMS6)	
Menurut saya, berinvestasi di BEI mengandung risiko tertentu yang tidak dapat saya hindari dan saya bertanggung jawab untuk itu (PR1)	(Aini et al., 2019)
Menurut saya, berinvestasi di BEI memiliki risiko yang sangat tinggi (PR2)	

Pernyataan	Sumber
Menurut saya, berinvestasi di BEI belum sepenuhnya bebas dari kerugian (PR3)	
Menurut saya, berinvestasi di BEI belum tentu menjamin terpenuhinya kebutuhan saya di masa depan (PR4)	
Saya merasa berinvestasi di BEI memiliki banyak ketidakpastian (PR5)	
Saya akan bertanya tentang investasi ke orang yang sudah memiliki pengalaman (MI1)	
Saya termotivasi untuk belajar dan menggali informasi terkait investasi (MI2)	
Saya akan mempelajari bagaimana cara berinvestasi di BEI (MI3)	
Saya berusaha meluangkan waktu untuk melihat perkembangan harga saham di BEI (MI4)	(Kusmawati, 2011)
Kemungkinan saya akan berinvestasi di BEI di waktu yang akan datang (MI5)	
Saya terdorong untuk melakukan investasi di BEI karena banyaknya informasi penting terkait investasi (MI6)	

Data yang telah terkumpul selanjutnya ditabulasi dan diproses menggunakan software SmartPLS 3.2.9 untuk dilakukan pengujian *outer* dan *inner model*.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Demografi Responden

Responden penelitian ini terdiri dari 150 generasi milenial yang berpartisipasi dalam mengisi kuesioner penelitian. Profil 150 responden yang berpartisipasi secara rinci tertera pada tabel berikut:

**Tabel 2.**  
Demografi responden

Demografi responden	Jumlah responden	Persentase
Jenis kelamin	Laki-laki	49.3%
	Perempuan	50.7%
Usia	18-25 Tahun	68.7%
	26-30 Tahun	20%
	31-40 Tahun	11.3%
Pendidikan Terakhir	SMA	60.7%
	S1	35.3%
	S2	4%
Pekerjaan/Profesi	Karyawan	16%
	Swasta	16%
	Pelajar/Mahasiswa	59.3%
	Lainnya	8.7%

Dapat diketahui melalui Tabel 2 bahwa mayoritas responden penelitian ini adalah generasi milenial perempuan sebanyak 76 generasi milenial atau sebesar 50.7% dan karakteristik responden berdasarkan usia di dominasi oleh generasi milenial dengan rentang usia 18-25 tahun yaitu dengan persentase sebesar 68.7%. Kemudian dilihat dari Pendidikan terakhir dan pekerjaan/profesi, sebagian besar responden penelitian ini berpendidikan terakhir SMA yaitu sebesar 60.7% dan responden penelitian didominasi oleh generasi milenial dengan pekerjaan sebagai mahasiswa atau pelajar dengan persentase sebesar 59.3%.

### Pengujian Model Pengukuran (Outer Model)

Langkah pertama yang dilakukan yaitu menguji model pengukuran (*outer model*) untuk memastikan instrument penelitian memiliki validitas dan reliabilitas. Pengujian model pengukuran memanfaatkan software SmartPLS 3.2.9 melalui prosedur *algorithm*. Adapun persyaratan validitas dan reliabilitas berdasarkan acuan (Hair et al., 2013) dapat dilihat pada Tabel 3 berikut.

**Tabel 3.**

Kriteria validitas dan reliabilitas (Hair et al., 2013)	
Validitas/reliabilitas	Persyaratan
Validitas konvergen	Nilai Average Variance Extracted > 0.50
Validitas diskriminan	Nilai outer loading indicator pada variable laten terkait harus lebih besar dibandingkan outer loading variable laten lainnya.
Konsistensi internal reliabilitas	Nilai Composite reliability > 0.70
Reliabilitas indikator	Nilai outer/factor loading semua indicator > 0.70 dan signifikan. Nilai antara 0.60 – 0.70 masih dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Saat menguji model pengukuran tahap awal, terdapat indicator yang nilai outer loading < 0.6, yaitu indicator PR5 sebesar 0.425. Kemudian dilakukan penyesuaian dengan mengeliminasi indicator PR5. Saat pengujian outer model yang kedua, semua indicator mempunyai nilai outer loading melebihi 0,6 dan nilai AVE untuk seluruh variable laten telah memenuhi kriteria, yaitu di atas 0,5. Sehingga hasil uji outer model yang ke-2, semua persyaratan validitas dan reliabilitas sudah tercapai. Indikator PR5 “Saya merasa berinvestasi di Bursa Efek Indonesia memiliki banyak ketidakpastian” teridentifikasi dari hasil penyebaran kuesioner tidak dapat mewakili variabel preferensi risiko untuk berinvestasi di BEI. Hal ini mengisyaratkan bahwa faktor berinvestasi di BEI memiliki banyak ketidakpastian tidak dipahami sebagai faktor yang bisa berdampak secara signifikan terhadap minat berinvestasi generasi milenial.

Mengingat penelitian ini dilaksanakan pada generasi milenial yang menurut Onasie & Widoatmodjo (2020) generasi milenial adalah generasi yang masih tergolong dalam usia muda yang tampaknya lebih berani menerima risiko saat berinvestasi. Selain itu, munculnya tren Fear of Missing Out (FOMO) menyebabkan banyak generasi milenial yang berinvestasi di Bursa Efek Indonesia hanya sekedar mengikuti tren tanpa mengetahui produk yang diinvestasikan, prospek kedepannya, dan cenderung mengabaikan risiko. Dengan menghilangkan indicator PR5 memberikan model pengukuran yang telah memenuhi semua persyaratan validitas dan reliabilitas. Tabel 4 merangkum hasil uji untuk model pengukuran (outer model) yang dipergunakan untuk analisis selanjutnya.

**Tabel 4.**

Hasil pengujian outer model				
Indikator validitas/reliabilitas		Variabel		
		LK	IMS	PR
Composite reliability		0.943	0.898	0.870
Indicator reliability dan Discriminant validity	LK1	0.822*	0.301	0.580
	LK2	0.722*	0.425	0.542
	LK3	0.770*	0.499	0.612
	LK4	0.755*	0.328	0.499
	LK5	0.761*	0.341	0.504
	LK6	0.749*	0.345	0.510
	LK7	0.761*	0.345	0.543
	LK8	0.877*	0.392	0.562
	LK9	0.801*	0.394	0.588
	LK10	0.714*	0.455	0.534
	LK11	0.792*	0.347	0.501
	IMS1	0.275	0.754*	0.290
	IMS2	0.393	0.793*	0.471
	IMS3	0.562	0.834*	0.545
	IMS4	0.169	0.711*	0.177
	IMS5	0.462	0.866*	0.492
	IMS6	0.088	0.655*	0.180
	PR1	0.383	0.662	0.845*
	PR2	0.444	0.394	0.682*
	PR3	0.402	0.611	0.861*
	PR4	0.469	0.489	0.767*
Convergent validity: AVE		0.602	0.596	0.627

Catatan: \*Signifikan secara statistik

Oleh karena variabel laten MI merupakan variable endogen/konstruk tunggal, maka pengujian validitas dan reliabilitas hanya diujikan pada variabel eksogen dalam penelitian ini. Berdasarkan Tabel 4, variabel laten LK (Literasi Keuangan), IMS (Influencer Media Sosial), dan PR (Preferensi Risiko) telah mencukupi persyaratan internal consistency reliability yaitu semua nilai composite reliability yang dihasilkan sudah > dari 0.70 sehingga data penelitian ini dapat dikatakan reliabel. Kemudian, penilaian dari indicator reliability mengindikasikan semua indicator sudah signifikan yaitu > dari 0.70. Meskipun terdapat dua indicator yang nilainya diantara 0.60 – 0.70 namun hasil tersebut masih dapat ditoleransi karena penelitian ini bersifat eksploratori (Hair et al., 2013).

Oleh karena itu, semua indicator penelitian ini sudah mencukupi kriteria indicator reliability. Selanjutnya, kriteria discriminat validity juga sudah tercapai dimana semua indicator pada variable laten induknya mempunyai nilai outer loading yang lebih tinggi daripada nilai outer loading pada variable laten lainnya. Hal ini menjelaskan bahwa semua indicator yang ditetapkan dalam penelitian ini dapat menilai variabel laten yang direfleksikannya dengan baik. Untuk persyaratan convergent validity juga sudah dipenuhi oleh seluruh variabel eksogen. Dimana nilai AVE yang dihasilkan semua variabel eksogen sudah lebih dari 0.50. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa model pengukuran penelitian ini valid dan reliabel untuk dianalisis lebih lanjut ke pengujian model structural.

**Pengujian Model Struktural (Inner Model)**

Model structural dapat diukur dengan menggunakan koefisien determinasi (R2) dan nilai koefisien jalur. R2 dipergunakan untuk menilai model structural pada variabel laten dependen yang menjelaskan pengaruh variabel terhadap variabel lain yang ada dalam penelitian maupun diluar penelitian (Hair et al., 2013). Adapun hasil R-Square disajikan pada Tabel 5 berikut.

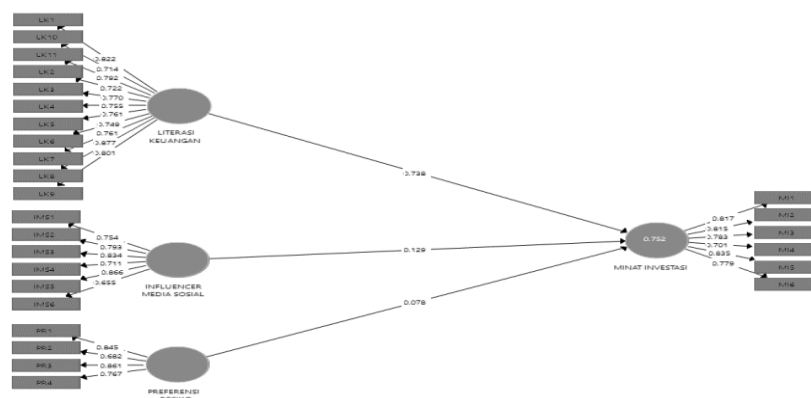
**Tabel 5.**  
 Hasil pengujian R-Square

	R Square	R Square Adjusted
MI (Minat Investasi)	0.752	0.746

Hasil analisis R-Square sebagaimana yang disajikan pada Tabel 5, diperoleh nilai R-Square variabel Minat Investasi sebesar 0.752, yang berarti sebesar 75.2% variabel minat investasi dapat dipengaruhi atau dapat dijelaskan oleh variabel influencer media sosial, literasi keuangan, dan preferensi resiko. Selain itu, prediksi dari model penelitian tergolong dalam kriteria kuat atau baik karena nilai yang diperoleh lebih dari 75%. Sementara sisanya yaitu sebesar 24.8% (100%-75.2%) dipengaruhi oleh faktor lainnya diluar model penelitian. Selanjutnya, analisis nilai path coefficient/koefisien jalur untuk menguji signifikansi variabel laten dalam model structural dengan prosedur bootstrapping (Hair et al., 2013). Hasil pengujian model structural disajikan pada Tabel 6 dan Gambar 2 berikut.

**Tabel 6.**  
 Hasil pengujian model structural (inner model)

	Original Sample (O)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values
LK → MI	0.738	16.284	0.000
IMS → MI	0.129	2.547	0.006
PR → MI	0.078	1.432	0.076



**Gambar 2.**

Path model determinan minat berinvestasi generasi milenial di Bursa Efek Indonesia

### **Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Minat Investasi**

Nilai koefisien jalur literasi keuangan menunjukkan arah positif sebesar 73,8% dan pengaruhnya paling dominan dibandingkan dengan variabel eksogen lainnya. Sehingga dalam meningkatkan minat investasi generasi milenial di BEI, literasi keuangan harus mendapatkan perhatian yang besar. Selain itu, diantara semua indikator yang digunakan untuk mengukur literasi keuangan ternyata responden memberikan skor paling tinggi pada indikator LK8 yaitu “investasi adalah bentuk penanaman uang yang keuntungannya bisa di ambil di masa depan”. Hasil ini menunjukkan generasi milenial sudah mengetahui bahwa berinvestasi adalah suatu hal yang menguntungkan. Sehingga jika ingin memberikan literasi keuangan kepada generasi milenial dalam menumbuhkan minat berinvestasi di BEI perlu menekankan lebih banyak pada elemen potensi keuntungan dari suatu investasi.

Kemudian, nilai t-statistik yang diperoleh melalui analisis bootstrapping yaitu sebesar 16.284 (> 1.65) dengan nilai p-values sebesar 0.000 ( $\alpha < 0.05$ ). Dengan demikian, pengaruh literasi keuangan terhadap minat berinvestasi generasi milenial di Bursa Efek Indonesia secara statistik terbukti positif dan signifikan. Hasil ini mengindikasikan bahwa semakin baik literasi keuangan dan pemahaman generasi milenial terhadap investasi akan mampu meningkatkan minat mereka untuk berinvestasi di BEI. Hasil penelitian ini selaras dengan temuan (Deviyanti et al., 2017; Faridhatun Faidah, 2019; Herawati & Dewi, 2020; Pangestika & Rusliati, 2019; Tehupelasuri et al., 2021; Allgood & Walstad, 2016; Parulian & Aminuddin, 2020; Samsuri et al., 2019). Disisi lain, temuan penelitian juga selaras dengan elemen sikap pada Theory of Planned Behaviour yang menurut Ramdhani (2016) sikap terkait perilaku (attitude toward the behaviour) mengacu pada sejauh mana seorang individu mempunyai penilaian yang positif atau negative dari perilaku yang bersangkutan. Sikap terhadap perilaku ini ditentukan oleh keyakinan tentang hasil dari suatu perilaku (behavioural beliefs). Dalam berinvestasi, sikap individu tentunya memainkan peranan penting untuk mengembangkan minatnya dalam berinvestasi (Akhtar & Das, 2019). Hal ini berkaitan dengan literasi keuangan, dimana individu yang mempunyai literasi keuangan yang baik akan memiliki keyakinan dalam mengaplikasikan dan mengelola keuangannya dengan bijak. Sehingga, seseorang akan bersikap lebih percaya diri untuk berinvestasi di BEI apabila memiliki literasi keuangan baik.

### **Pengaruh Influencer Media Sosial terhadap Minat Investasi**

Nilai koefisien jalur menunjukkan bahwa variabel laten influencer media sosial memberikan pengaruh positif sebesar 12.9% terhadap variabel minat investasi. Nilai t-statistik yang diperoleh yaitu sebesar 2.547 (< 1.65) dan nilai p-values sebesar 0.006 ( $\alpha < 0.05$ ). Dengan demikian, 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. Temuan ini selaras dengan riset (Abdullah et al., 2020; Glucksman, 2017; Isyanto et al., 2020; Lisichkova & Othman, 2017; Nam, 2018; Gautam & Sharma, 2017; Ibrahim et al., 2020).

Lebih lanjut, hasil analisis loading factor juga menunjukkan kontribusi terbesar diberikan oleh indikator IMS5 yaitu “Saya berinvestasi di Bursa Efek Indonesia karena saya mempunyai pemecahan masalah yang sama dengan yang di edukasikan oleh influencer media social” kemudian IMS3 yaitu “Saya berinvestasi di Bursa Efek Indonesia karena pengaruh influencer media sosial yang mempunyai pengetahuan dan keahlian dalam bidang investasi”. Sedangkan kontribusi terkecil diberikan oleh indikator IMS6 yaitu “Saya berinvestasi di Bursa Efek Indonesia karena sikap dari influencer media sosial yang saya kagumi/tiru”. Dimana hal ini menyiratkan bahwa ketertarikan generasi milenial untuk berinvestasi di Bursa Efek Indonesia tidak serta merta karena influencer media social tersebut adalah idolanya, melainkan generasi milenial akan lebih tertarik untuk berinvestasi apabila influencer media social tersebut memiliki keahlian dalam bidang investasi dan berbagi cerita pengalamannya kepada para followers-nya.

Temuan penelitian juga diperkuat dengan adanya keterkaitan dengan elemen norma subjektif dalam mode TPB yang menegaskan pada persepsi tekanan sosial untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku. Besarnya tekanan social (norma subjektif) yang diberikan akan berpotensi untuk mempengaruhi minat seseorang untuk melakukan sesuatu dan seseorang akan tertarik untuk berinvestasi di pasar modal jika orang terdekat atau orang yang dipercaya membagikan pengalamannya bahwa mereka perlu melakukan investasi (Phan, Khoa Cuong; Zhou, 2014; Salisa, 2020). Kondisi ini



menjelaskan bahwa semakin banyak orang di sekitar individu atau orang yang dipercaya yang dalam hal ini adalah influencer media social yang memberikan dukungan untuk berinvestasi, maka semakin meningkat minat individu untuk melakukan investasi di BEI.

### **Pengaruh Preferensi Risiko terhadap Minat Investasi**

Nilai koefisien jalur menjelaskan bahwa variabel laten preferensi risiko memberikan pengaruh positif sebesar 7.8% terhadap variabel minat investasi. Hasil tersebut tergolong sangat kecil jika dibandingkan dengan pengaruh variable independent lainnya terhadap minat investasi dalam penelitian ini. Kemudian, nilai t-statistik yang diperoleh melalui analisis bootstrapping yaitu sebesar 1.432 ( $< 1.65$ ). Selain itu, nilai p-values yang diperoleh sebesar 0.076 ( $\alpha > 0.05$ ). Sehingga, pengaruh preferensi risiko terhadap minat generasi milenial berinvestasi secara statistik terbukti tidak berpengaruh signifikan. Hasil ini mengindikasikan bahwa sikap generasi milenial terhadap risiko tidak akan berpengaruh pada minat mereka untuk berinvestasi di Bursa Efek Indonesia.

Di lain sisi, temuan penelitian ini rupanya memiliki keterkaitan dengan variable literasi keuangan terutama pada indicator LK10 yaitu “asuransi merupakan salah satu bentuk penanganan risiko yang mengirimkan risiko ke pihak lain yaitu perusahaan asuransi”. Berdasarkan data yang diperoleh, responden memberikan skor paling rendah pada indicator tersebut sehingga hal tersebut menjelaskan bahwa generasi milenial cenderung mengabaikan risiko dan tidak terlalu mempertimbangkan faktor risiko dalam melakukan suatu aktivitas investasi di BEI. Selain itu, mayoritas responden penelitian merupakan generasi milenial pada usia 18-25 tahun yang tergolong masih muda yang masih memiliki jiwa petualang. Pernyataan tersebut juga diperkuat oleh (Bayu, 2017; Onasie & Widodoatmodjo, 2020; Soebiakto, 2018) yang menyatakan bahwa generasi millennial masih tergolong dalam usia muda yang terlihat lebih berani mengambil risiko, kreatif dan menyukai tantangan. Hasil penelitian ini juga selaras dengan penelitian dari (Mazumdar, 2014; Supriyanto et al., 2019; Tandio & Widanaputra, 2016). Serta penelitian dari Thai et al (2017) yang menemukan bahwa preferensi risiko berpengaruh sangat kecil terhadap minat investasi, dimana investor sudah mengetahui risiko yang akan dihadapi dan besarnya keuntungan yang dapat diperoleh.

Temuan penelitian ini bertolak belakang dengan riset (Hati & Harefa, 2019; Lopa & Manggu, n.d.; Raditya et al., 2014; Yunia et al., 2021) serta elemen persepsi kendali perilaku (perceive behavioural control) dalam TPB yang menyatakan bahwa persepsi kendali perilaku sebagai suatu fungsi yang berdasarkan pada keyakinan seseorang tentang ada tidaknya factor – factor yang mendukung atau menghambat seseorang dalam berperilaku (Alleyne & Broome, 2011). Dimana hasil penelitian ini menjelaskan bahwa factor penghambat yaitu risiko yang ditanggung oleh generasi milenial dalam berinvestasi tidak mempengaruhi minat mereka untuk menanamkan modalnya di BEI. Dengan kata lain, mereka mengabaikan faktor preferensi risiko sebelum terjun berinvestasi di Bursa Efek Indonesia. Hal tersebut dapat dipahami karena pada jaman sekarang munculnya trend untuk berinvestasi di kalangan anak muda, sehingga banyak yang akhirnya ikut terjun dalam dunia saham pun dilatarbelakangi dengan rasa FOMO (Fear of Missing Out) atau adanya takut untuk ketinggalan trend. Sehingga, risiko investasi pun mereka abaikan dan tak sedikit pula yang tidak tahu mengenai profil risiko mereka sendiri.

### **SIMPULAN**

Literasi keuangan terbukti berperan penting dalam keputusan generasi milenial dalam berinvestasi di BEI. Hal ini menjelaskan bahwa semakin baik pemahaman generasi milenial mengenai investasi dan keuangan akan mampu meningkatkan minat mereka untuk melakukan investasi. Selain itu, faktor literasi keuangan memiliki peran paling dominan yang terlihat dari nilai koefisien jalur yang jauh lebih besar daripada factor lainnya dalam penelitian ini. Temuan ini menjelaskan bahwa literasi keuangan sangat penting dan harus mendapatkan perhatian besar dalam meningkatkan minat investasi generasi milenial di BEI. Influencer media social berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi generasi milenial di BEI. Hal ini menegaskan bahwa semakin meningkat kepercayaan generasi milenial dengan influencer media sosial terkait dengan investasi akan meningkatkan minat mereka untuk ikut terjun di Bursa Efek Indonesia. Selain itu, minat generasi milenial untuk berinvestasi di Bursa Efek Indonesia tidak serta merta karena influencer media social tersebut adalah idolanya, melainkan generasi milenial dalam penelitian ini akan lebih tertarik untuk berinvestasi di Bursa Efek Indonesia bila influencer media social tersebut memiliki keahlian dalam bidang investasi dan berbagi cerita pengalaman investasinya kepada para followers-nya. Preferensi risiko tidak berpengaruh

signifikan terhadap minat generasi milenial dalam melakukan investasi di BEI. Hal tersebut mengisyaratkan bahwa tingkat risiko yang ditanggung oleh generasi milenial tidak akan berpengaruh terhadap minat mereka untuk berinvestasi pada Bursa Efek Indonesia. Selain itu, generasi milenial dalam penelitian ini cenderung mengabaikan risiko dan tidak terlalu mempertimbangkan factor risiko dalam melakukan suatu aktivitas investasi di Bursa Efek Indonesia dan tak sedikit pula yang tidak tahu mengenai profil risiko mereka sendiri.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., Deraman, S. N. S., Zainuddin, S. A., Azmi, N. F., Abdullah, S. S., Anuar, N. I. M., Mohamad, S. R., Zulkiffli, W. F. W., Hashim, N. A. A. N., Abdullah, A. R., Rasdi, A. L. M., & Hasan, H. (2020). Impact of social media influencer on instagram user purchase intention towards the fashion products: The perspectives of students. *European Journal of Molecular and Clinical Medicine*, 7(8), 2589–2598. <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85098493744&partnerID=40&md5=2dbd4f03dd6c6df6b659db322526309c>
- Aini, N., Maslichah, & Junaidi. (2019). Pengaruh Pengetahuan Dan Pemahaman Investasi, Modal Minimum Investasi, Return, Risiko Dan Motivasi Investasi Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi Di Pasar Modal (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Kota Malang). *E-Jra*, 08(05), 38–52.
- Akhtar, F., & Das, N. (2019). Predictors of investment intention in Indian stock markets: Extending the theory of planned behaviour. *International Journal of Bank Marketing*, 37(1), 97–119. <https://doi.org/10.1108/IJBM-08-2017-0167>
- Alleyne, P., & Broome, T. (2011). Using the Theory of Planned Behaviour and Risk Propensity to Measure Investment Intentions among Future Investors. *Journal of Eastern Caribbean Studies*, 36(1), 1–20.
- Allgood, S., & Walstad, W. B. (2016). The effects of perceived and actual financial literacy on financial behaviors. *Economic Inquiry*, 54(1), 675–697. <https://doi.org/10.1111/ecin.12255>
- Bayu, D. J. (2017, June 30). Survei HSBC: Generasi Millennial Ingin Pensiun Di Usia Lebih Muda - Keuangan Katadata.co.id. <https://katadata.co.id/marthathertina/finansial/5e9a56495ab31/survei-hsbc-generasi-millennial-ingin-pensiun-di-usia-lebih-muda>
- CNN Indonesia. (2021, September 2). 1 Juta Investor Masuk Pasar Saham per 31 Agustus. <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20210902104904-92-688732/1-juta-investor-masuk-pasar-saham-per-31-agustus>
- Darmawan, A., Kurnia, K., & Rejeki, S. (2019). PENGETAHUAN INVESTASI, MOTIVASI INVESTASI, LITERASI KEUANGAN DAN LINGKUNGAN KELUARGA PENGARUHNYA TERHADAP MINAT INVESTASI DI PASAR MODAL. *Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 08(02), 44–56.
- Deviyanti, L. P. ayu E., Purnamawati, I. gusti A., & Yasa, I. N. P. (2017). PENGARUH NORMA SUBJEKTIF, PERSEPSI RETURN, DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP MINAT MAHASISWA UNTUK BERINVESTASI SAHAM DI PASAR MODAL (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Program S1 Universitas Pendidikan Ganesha). *E-Journal S1 Ak Universitas Pendidikan Ganesha*, 8(2).
- Fadli, A., & Wijayanto, A. (2020). Investment Training Moderates the Effect of Financial Literacy, Return and Risk on Investment Interest in Capital Markets. *Management Analysis Journal*. <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/maj/article/view/36879>
- Faidah, F. (2019). Effect of Financial Literacy and Demographic Factors on Student Investment Interest. In *Journal of Applied Business and Economic* Vol.
- Faidah, Faridhatun. (2019). PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN FAKTOR DEMOGRAFI TERHADAP MINAT INVESTASI MAHASISWA. *Journal of Applied Business and Economic*, 5(3), 251–263.

- Fanany, R. (2021, September 11). Hingga Agustus 2021 Transaksi Saham di Bali Capai Rp 32,2 Triliun, Investor Bertambah 25.915 Orang - Tribun-bali.com. <https://bali.tribunnews.com/2021/09/11/hingga-agustus-2021-transaksi-saham-di-bali-capai-rp-322-triliun-investor-bertambah-25915-orang>
- Gautam, V., & Sharma, V. (2017). The Mediating Role of Customer Relationship on the Social Media Marketing and Purchase Intention Relationship with Special Reference to Luxury Fashion Brands. *Journal of Promotion Management*, 23(6), 872–888. <https://doi.org/10.1080/10496491.2017.1323262>
- Glucksman, M. (2017). The Rise of Social Media Influencer Marketing on Lifestyle Branding: A Case Study of Lucie Fink. *Elon Journal of Undergraduate Research in Communications*, 8(2), 77–87.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2013). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). In *Long Range Planning* (Vol. 46, Issues 1–2). <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2013.01.002>
- Halim, E., & Karami, R. H. (2020). Information systems, social media influencers and subjective norms impact to purchase intentions in e-commerce. *Proceedings of 2020 International Conference on Information Management and Technology, ICIMTech 2020, August*, 899–904. <https://doi.org/10.1109/ICIMTech50083.2020.9211117>
- Hati, S. W., & Harefa, W. S. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berinvestasi Di Pasar Modal Bagi Generasi Milenial (Studi Pada Mahasiswi Jurusan Manajemen Bisnis Politeknik Negeri Batam). *Business Administration*, 3(2), 281–295.
- Herawati, N. T., & Dewi, N. W. Y. (2020). The Effect of Financial Literacy, Gender, and Students' Income on Investment Intention: The Case of Accounting Students. *Advance in Social Science, Education and Humanities Research*, 394, 133–138. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.200115.022>
- Hermanda, A., Sumarwan, U., & Tinaprillia, N. (2019). the Effect of Social Media Influencer on Brand Image, Self-Concept, and Purchase Intention. *Journal of Consumer Sciences*, 4(2), 76–89. <https://doi.org/10.29244/jcs.4.2.76-89>
- Hsu, C. L., Lin, J. C. C., & Chiang, H. Sen. (2013). The effects of blogger recommendations on customers' online shopping intentions. *Internet Research*, 23(1), 69–88. <https://doi.org/10.1108/10662241311295782>
- Ibrahim, B., Aljarah, A., & Ababneh, B. (2020). Do Social Media Marketing Activities Enhance Consumer Perception of Brands? A Meta-Analytic Examination. *Journal of Promotion Management*, 26(4), 544–568. <https://doi.org/10.1080/10496491.2020.1719956>
- Isyanto, P., Sapitri, R. G., & Sinaga, O. (2020). Micro influencers marketing and brand image to purchase intention of cosmetic products focallure. *Systematic Reviews in Pharmacy*, 11(1), 601–605. <https://doi.org/10.5530/srp.2020.1.75>
- KSEI. (2021). Statistik Pasar Modal Indonesia. Ksei, 1–6. [https://www.ksei.co.id/publications/demografi\\_investor](https://www.ksei.co.id/publications/demografi_investor)
- Kusmawati, K. (2011). Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Berinvestasi Di Pasar Modal Dengan Pemahaman Investasi Dan Usia Sebagai Variabel Moderat. *Jurnal Ekonomi Dan Informasi Akuntansi (JENIUS)*, 1(2), 103–117.
- Lisichkova, N., & Othman, Z. (2017). The Impact of Influencers on Online Purchase Intent. May 2017, 1–64. <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1109584/FULLTEXT01.pdf>
- Lopa, Z. L. A., & Manggu, S. A. R. (n.d.). Pengaruh Pengetahuan, Persepsi dan Preferensi Risiko Masyarakat di Kabupaten Majene Terhadap Minat Berinvestasi di Pasar Modal. *Majalah Neraca*, 17–34.

- Mazumdar, S. (2014). Individual Investment Behavior with Respect to Financial Knowledge and Investment Risk Preference: A Study. *International Journal of Management Research and Business Strategy*, 3(2), 47–55. <https://doi.org/2319-345X>
- Nam, H. T. D. L. G. (2018). Impact of social media Influencer marketing on consumer at Ho Chi Minh City. In *The International Journal of Social ...*. [pdfs.semanticscholar.org/2625/8523583ed80f75bd2ece1b17ad59223b10ec.pdf](https://pdfs.semanticscholar.org/2625/8523583ed80f75bd2ece1b17ad59223b10ec.pdf)
- OJK. (2019). HASIL SURVEI NASIONAL LITERASI KEUANGAN DAN INKLUSI KEUANGAN. [https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Documents/Pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Keuangan-2019/BOOKLET Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2019.pdf](https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Documents/Pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Keuangan-2019/BOOKLET%20Survei%20Nasional%20Literasi%20dan%20Inklusi%20Keuangan%202019.pdf)
- Onasie, V., & Widodoatmodjo, S. (2020). Niat Investasi Generasi Milenial Di Pasar Modal. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 2(2), 318–326.
- Pangestika, T., & Rusliati, E. (2019). Literasi Dan Efikasi Keuangan Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi Di Pasar Modal. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 12(1), 37. <https://doi.org/10.23969/jrbm.v12i1.1524>
- Parulian, & Aminnudin, M. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan dan Modal Minimal Terhadap Minat Investasi pada Mahasiswa (The Effect of Financial Literation and Minimum Capital on Investment Interest in Students). *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 22(02), 131. <http://ejournal.stieipwija.ac.id/index.php/jpw>
- Phan, Khoa Cuong; Zhou, J. (2014). Factors Influencing Individual Investors' Behavior: An Empirical Study of the Vietnamese Stock Market. *American Journal of Business and Management*, 3(2), 77–94. <https://doi.org/10.11634/216796061403527>
- Putri, F., & Tiarawati, M. (2021). The Effect of Social Media Influencer and Brand Image On Online Purchase Intention During The Covid-19 Pandemic. *Ilomata International Journal of Management*. <https://www.ilomata.org/index.php/ijjm/article/view/261>
- Raditya, D., Budiarta, I. K., & Suardikha, I. M. S. (2014). Pengaruh Modal Investasi Minimal di BNI Sekuritas, Return dan Persepsi terhadap Risiko pada Minat Investasi Mahasiswa dengan Penghasilan Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus pada Mahasiswa Magister di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana). *Ekonomi*, 7, 377–390.
- Ramadhani, P. I. (2021, February 23). Genjot Edukasi Pasar Modal, BEI Bakal Gandeng Influencer Saham - Saham Liputan6.com. <https://www.liputan6.com/saham/read/4490726/genjot-edukasi-pasar-modal-bei-bakal-gandeng-influencer-saham>
- Ramdhani, N. (2016). Penyusunan Alat Pengukur Berbasis Theory of Planned Behavior. *Buletin Psikologi*, 19(2), 55–69. <https://doi.org/10.22146/bps.11557>
- Salisa, N. R. (2020). Faktor yang Mempengaruhi Minat Investasi di Pasar Modal: Pendekatan Theory of Planned Behaviour (TPB). *Jurnal Akuntansi Indonesia*, 9(2), 182–194. <https://doi.org/10.30659/jai.9.2.182-194>
- Samsuri, A., Imsiyanti, F., & Narsa, I. M. (2019). Effects of Risk Tolerance and Financial Literacy to Investment Intentions. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 10(9), 40–54.
- Saunders, M. N. K. ., Lewis, P., & Thornhill, A. (2019). Research Methods for Business Students (Eight). In *Synthesis* (Vol. 195, Issue 5). Pearson Education Limited. [https://www.amazon.com/Research-Methods-for-Business-Students/dp/1292208783/ref=sr\\_1\\_2?dchild=1&qid=1614706531&refinements=p\\_27%3AAAdrian+Thornhill+%2F+Philip+Lewis+%2F+Mark+N.+K.+Saunders&s=books&sr=1-2&text=Adrian+Thornhill+%2F+Philip+Lewis+%2F+Mark+N.+K](https://www.amazon.com/Research-Methods-for-Business-Students/dp/1292208783/ref=sr_1_2?dchild=1&qid=1614706531&refinements=p_27%3AAAdrian+Thornhill+%2F+Philip+Lewis+%2F+Mark+N.+K.+Saunders&s=books&sr=1-2&text=Adrian+Thornhill+%2F+Philip+Lewis+%2F+Mark+N.+K)
- Soebiakto, B. (2018, April 19). Alasan Generasi Milenial Lebih Konsumtif. *CNN Indonesia*. <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20180418215055-282-291845/alasan-generasi-milenial-lebih-konsumtif>

- Supriyanto, R. G. E., Andayani, E., & Arsy, A. F. Al. (2019). Pengaruh Preferensi Resiko, Literasi Ekonomi, Pengetahuan Galeri Investasi Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis. *Riset Pendidikan Ekonomi*, 4(1), 1–7.
- Tandio, T., & Widanaputra, A. A. G. P. (2016). Pengaruh Pelatihan Pasar Modal, Return, Persepsi, Risiko, Gender, Dan Kemajuan Teknologi Pada Minat Investasi Mahasiswa. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 16(3), 2–26.
- Taufiqoh, E., Diana, N., & Junaidi. (2019). PENGARUH NORMA SUBJEKTIF, MOTIVASI INVESTASI, PENGETAHUAN INVESTASI, PERSEPSI RETURN DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP MINAT MAHASISWA BERINVESTASI SAHAM DI PASAR MODAL (Studi Empiris Pada Mahasiswa Akuntansi FEB UNISMA dan UNIBRAW di Malang). *E-Jra*, 08(03), 9–19.
- Tehupelasuri, N. B., Askandar, N. S., & Mahsuni, A. W. (2021). PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN PERILAKU KEUANGAN TERHADAP MINAT INVESTASI MAHASISWA FEB UNIVERSITAS ISLAM MALANG. *E-Jra*, 10(06), 52–59.
- Thai, P., Trang, M., & Tho, N. H. (2017). Perceived Risk, Investment Performance and Intentions in Emerging Stock Markets. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 7(1), 269–278.
- Wang, X., Yu, C., & Wei, Y. (2012). Social Media Peer Communication and Impacts on Purchase Intentions: A Consumer Socialization Framework. *Journal of Interactive Marketing*, 26(4), 198–208. <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2011.11.004>
- Yunia, P. S., Khanifiana, R., & Faizah, C. N. (2021). Pengaruh Motivasi, Pengetahuan, Dan Preferensi Risiko Investasi Terhadap Minat Investasi Saham Syariah Mahasiswa Febi Iain Pekalongan Di Pasar Modal Syariah. *Finansha- Journal of Sharia Financial Management*, 1(2), 55–63. <https://doi.org/10.15575/fsfm.v1i2.10866>