EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi
Vol.3, No.6, September 2024

Determinan Minat Mahasiswa Berinvestasi Saham di Pasar Modal

Ulya Triana Dahar[1], Nurfitriana[2], Mentari Dwi Aristi[3]
[1,2,3]Universitas Muhammadiyah Riau
E-mail: ulya3ana@gamail.com[1], nurfitri@umri.ac.id[2], mentaridwi@umri.ac.id[3]

Article History:
Received: 20 Juli 2024
Revised: 20 Agustus 2024
Accepted: 23 Agustus 2024

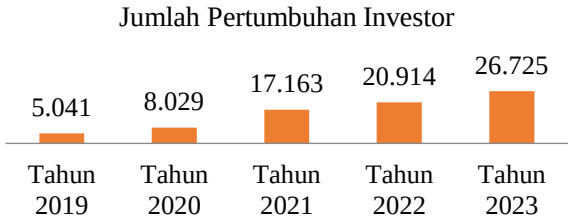
Keywords: *Minat Investasi, Norma Subjektif, Motivasi, Pengetahuani, Persepsi Retur, Literasi Keuangan, Media Sosial.*

Abstract: *Penelitian ini membahas minat mahasiswa akuntansi universitas-universitas di Pekanbaru untuk berinvestasi dipasar modal. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dan menggunakan skala likert sebagai pengukuran. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan random sampling dengan rumus slovin tingkat error 5%. Hasil penelitian memberikan hasil bahwa norma subjektif, motivasi investasi, pengetahuan investasi, persepsi return, literasi keuangan dan media sosial berpengaruh terhadap minat mahasiswa berinvestasi saham dipasar modal. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif program studi akuntansi universitas-universitas di Pekanbaru*

PENDAHULUAN

Investasi di pasar modal sudah menjadi hal yang mudah diakses oleh masyarakat luas sejak berdirinya Bursa Efek Indonesia. Aktivitas investasi masih tergolong baru di kalangan masyarakat Indonesia, sehingga minat berinvestasi di kalangan masyarakat masih tergolong rendah. Minat masyarakat yang masih terbatas ini dapat disebabkan oleh minimnya kesadaran masyarakat untuk berinvestasi di pasar modal. Dalam melakukan aktivitas investasi, pengetahuan dasar investasi sangat penting untuk dimiliki guna mencegah praktik investasi yang tidak rasional (seperti perjudian) dan kecenderungan untuk ikut-ikutan orang lain. Untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang investasi dan mendorong perkembangan pasar modal Indonesia, Bursa Efek Indonesia bekerja sama dengan PT. Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI), PT. Kliring Penjaminan Efek Indonesia (KPEI), dan perusahaan sekuritas, menyelenggarakan berbagai kegiatan edukasi, seperti seminar, workshop, talk show interaktif, dan Sekolah/Pelatihan Pasar Modal (SPM/PPM).

Investasi merupakan alokasi modal perusahaan terhadap suatu aset atau aktivitas dengan harapan memperoleh keuntungan yang lebih besar di masa mendatang. Setiap investor memiliki tujuan yang sama, yaitu memperoleh keuntungan yang dikenal sebagai capital gain (Taufiqoh et al., 2019).



Sumber: BEI Kantor Perwakilan Riau, 2024

Grafik 1. Peningkatan Jumlah Investor Berstatus Pelajar

Grafik yang ditampilkan menunjukkan peningkatan jumlah investor mahasiswa yang terdaftar di KSEI di Riau, pasar modal Indonesia, dari tahun ke tahun. Mahasiswa yang membuka rekening untuk melakukan investasi, masuk dalam kategori mahasiswa. Perluasan yang cukup signifikan ini tidak lepas dari upaya BEI yang gencar menggaet investor pemula melalui Galeri Investasi (GI) yang ada di berbagai perguruan tinggi atau dengan menyelenggarakan seminar secara berkala yang mengedukasi dan menekankan pentingnya investasi sejak dini. Meskipun galeri investasi telah hadir di berbagai perguruan tinggi di Indonesia, namun dampaknya terhadap minat investasi mahasiswa, khususnya di Universitas Muhammadiyah Riau, belum signifikan. Hal ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Jumlah Investor Galeri Investasi Syari'ah Universitas Muhammadiyah Riau

No	Tahun	Jumlah Investor	Jumlah Pertambahan Investor/Tahun
1	2019	858	171
2	2020	1028	170
3	2021	1184	156
4	2022	1227	43
5	2023	1.420	193

Sumber: Galeri Investasi Syari'ah Universitas Muhummadiyah Riau,2023

Tabel 2. Jumlah Investor Galeri Investasi Syari'ah Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

No	Tahun	Jumlah Pertambahan Investor/Tahun
1	2019	75
2	2020	283
3	2021	57
4	2022	208
5	2023	362

Sumber: Galeri Investasi Syari'ah Universitas Islam Negri Sultan Syarif Kasim Riau,2023

Berdasarkan survei pendahuluan yang dilakukan melalui wawancara tatap muka dengan sejumlah mahasiswa, ditemukan bahwa mayoritas mahasiswa enggan berinvestasi karena keterbatasan pendapatan. Secara spesifik, sebagian besar mahasiswa hanya mengandalkan uang saku dari orang tua sebagai sumber pendapatan. Selain minimnya literasi keuangan dan minimnya pengetahuan mahasiswa tentang teknik investasi di pasar modal, kurangnya waktu yang tersedia untuk melakukan dan mengawasi transaksi di pasar modal juga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa untuk berinvestasi. Minat mahasiswa untuk berinvestasi dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti norma subjektif, motif investasi, pengetahuan investasi, persepsi keuntungan, literasi keuangan, dan media sosial, jika dilihat dari sudut pandang mahasiswa. Norma subjektif merupakan kesan atau pemahaman individu terhadap pendapat dan gagasan orang lain yang kemudian memengaruhi keinginan untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku tertentu. Penelitian yang dilakukan oleh (Taufiqoh et al., 2019) menemukan bahwa norma subjektif sangat memengaruhi motivasi mahasiswa dalam berinvestasi, sehingga berdampak positif. Temuan ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Hapsari, 2021) yang menunjukkan bahwa norma subjektif tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keinginan berinvestasi. Fenomena ini dapat terjadi karena transaksi keuangan sering kali memiliki makna pribadi bagi individu dan tidak terlalu dipengaruhi oleh norma sosial. Selain norma subjektif, motivasi investasi diyakini memengaruhi kecenderungan individu untuk

berinvestasi. Motivasi dapat diartikan sebagai katalis awal yang memberikan dorongan dan membimbing seseorang untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Pernyataan tersebut diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh (Taufiqoh et al., 2019) yang menyatakan bahwa motivasi investasi memberikan dampak yang cukup besar dan positif terhadap minat mahasiswa untuk berinvestasi saham di pasar modal. Berbagai penelitian telah menunjukkan bahwa motivasi tidak memiliki dampak terhadap minat investasi, sebagaimana ditunjukkan oleh penelitian yang dilakukan oleh (Nugroho, 2021) di pasar modal. Penelitian yang dilakukan oleh (Arrahmi & Nursanita, 2023) menunjukkan bahwa pengetahuan investasi berdampak signifikan terhadap minat investasi. Hasil penelitian tersebut menegaskan adanya hubungan positif antara pengetahuan investasi dengan minat investasi. Namun demikian, hasil penelitian (Rahmawati & Rosita, 2023) dan (Taufiqoh et al., 2019) bertentangan dengan pendapat tersebut, karena penelitian mereka menunjukkan bahwa pengetahuan investasi tidak berdampak terhadap minat mahasiswa untuk berinvestasi saham di pasar modal.

Persepsi tentang return diyakini menjadi aspek lain yang meningkatkan keinginan berinvestasi. Sebuah penelitian yang dilakukan oleh (Taufiqoh *et al.*, 2019) menemukan bahwa persepsi return memiliki dampak yang substansial dan menguntungkan terhadap kecenderungan mahasiswa untuk berinvestasi pada saham. Namun demikian, temuan (Purboyo *et al.*, 2019) bertentangan dengan pernyataan ini, karena penelitian mereka menunjukkan bahwa persepsi return tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kecenderungan mahasiswa untuk berinvestasi pada saham syariah. Literasi keuangan, bersama dengan rasa return, mungkin juga berkontribusi terhadap kecenderungan mahasiswa untuk berinvestasi. Literasi keuangan mengacu pada kemampuan untuk mengelola dana dengan baik dengan menerapkan keterampilan dan pengetahuan (Taufiqoh et al., 2019). Pernyataan ini diperkuat oleh temuan penelitian yang dilakukan oleh (Darmawan *et al.*, 2019) dan (Maria & Da, 2022) yang menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki dampak yang substansial dan menguntungkan terhadap minat berinvestasi. Bertentangan dengan temuan (Taufiqoh *et al*., 2019) dan (Yustati & Harpepen, 2023) ditemukan bahwa literasi keuangan tidak berdampak pada kecenderungan mahasiswa untuk berinvestasi saham.

Media sosial dianggap sebagai faktor yang paling berpengaruh dalam membentuk minat investasi di kalangan generasi muda. Media sosial memiliki kemampuan untuk memengaruhi kecenderungan seseorang untuk berinvestasi. Informasi investasi dapat diperoleh dengan mudah melalui platform daring, outlet berita, dan film yang didistribusikan melalui internet. Penelitian yang dilakukan oleh (LuthfiyahL *et al*., 2021) dan (Mahendrayani & Musmini, 2021) menunjukkan bahwa media sosial memberikan dampak pada minat investasi di pasar modal. Di sisi lain, penelitian yang dilakukan oleh (Rahmawati & Rosita, 2023) menyajikan temuan yang bertentangan dengan anggapan bahwa media sosial berdampak pada minat investasi mahasiswa.

LANDASAN TEORI

Theory of Planned Behaviour, yang dikembangkan oleh Ajzen, (1991) merupakan teori psikologi sosial yang bertujuan untuk menjelaskan perilaku manusia. Teori Perilaku Terencana (TPB) merupakan perluasan dari Teori Tindakan Beralasan (TRA). Menurut Teori Perilaku Terencana, individu cenderung berperilaku sesuai dengan tujuan dan persepsi mereka tentang kendali dalam tindakan tertentu. Komponen perilaku yang dipengaruhi oleh niat meliputi keyakinan perilaku, yang dievaluasi terhadap perilaku tersebut. (2) Keyakinan normatif mengacu pada jenis keyakinan yang berkaitan dengan harapan orang lain dalam bentuk norma sosial dan dorongan untuk memenuhi harapan tersebut. (3) Keyakinan kendali mengacu pada pandangan

tentang keberadaan faktor yang memfasilitasi atau menghalangi perilaku yang dimaksudkan, serta sejauh mana faktor-faktor ini memengaruhi perilaku tersebut. Keyakinan ini juga dikaitkan dengan sumber daya dan peluang yang dibutuhkan untuk terlibat dalam perilaku tersebut.

Norma Subjektif

Norma subjektif mengacu pada kesan atau pemahaman individu terhadap pendapat dan gagasan yang dimiliki orang lain, yang pada gilirannya memengaruhi keinginan mereka untuk terlibat dalam atau menjauhi perilaku tertentu.

Motivasi Investasi

Motivasi adalah dorongan sadar atau tidak sadar yang memaksa seseorang untuk mengambil tindakan dengan tujuan tertentu dalam pikiran. Motivasi dapat berasal dari dalam maupun luar, yang berasal dari faktor-faktor seperti keinginan pribadi, aspirasi, nilai, pengakuan, kekaguman, rasa hormat, hubungan yang signifikan, atau insentif eksternal.

Pengetahuan Investasi

Pengetahuan merupakan hasil dari proses "mengetahui" yang terjadi ketika kita mempersepsikan suatu objek menggunakan kelima indera kita: penglihatan, pendengaran, penciuman, pengecapan, dan perabaan. Melalui pemanfaatan indera penglihatan dan pendengaran, mayoritas individu memperoleh pemahaman yang lebih mendalam. Pengetahuan terdiri dari tiga komponen penting: pengetahuan-bagaimana, pengetahuan-kehendak, dan pengetahuan-itu. Memahami pasar keuangan mengacu pada memiliki pengetahuan yang komprehensif tentang pasar modal secara keseluruhan (Yunia *et al.*, 2021).

Persepsi *Return*

Persepsi pengembalian mengacu pada penilaian subjektif atas tingkat keuntungan yang diperoleh dari investasi modal saham di pasar modal. Hal ini dianggap sebagai aspek penting dari manajemen keuangan.

Literasi Kuangan

Literasi keuangan mengacu pada pemahaman, kemampuan, dan keyakinan komprehensif yang membentuk sikap dan tindakan individu dalam mengelola keuangan mereka secara efisien. Ini mencakup pemahaman tentang organisasi keuangan, produk, dan layanan keuangan, bersama dengan kapasitas untuk menangani keuangan secara efektif dan membuat penilaian yang tepat.

Media Sosial

Media sosial dapat didefinisikan sebagai platform digital yang menawarkan pengguna kemampuan untuk terlibat dalam aktivitas sosial. Di media sosial, berbagai tindakan dapat dilakukan, seperti terlibat dalam komunikasi atau interaksi, serta berbagi informasi atau konten melalui tulisan, gambar, dan video.

METODE PENELITIAN

Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kuantitatif. Dimulai pada bulan Juni-Juli 2024, di universitas-universitas di Kota Pekanbaru

Populasi dan Sampel

Partisipan dalam penelitian ini terdiri dari mahasiswa akuntansi sarjana yang terdaftar aktif dari universitas-universitas di Kota Pekanbaru. Ukuran sampel untuk penelitian ini terdiri dari 5.672 individu yang terdaftar sebagai mahasiswa akuntansi. Teknik Pengambilan Sampel Probabilitas menggunakan berbagai metode, termasuk Pengambilan Sampel Acak Sederhana, yang merupakan salah satu dari empat jenis. Pengambilan sampel diperoleh dengan menggunakan rumus Slovin. Ukuran sampel untuk penelitian ini terdiri dari 374 responden. Data penelitian dikumpulkan dan diperoleh dengan menggunakan kuesioner, yang kemudian dianalisis menggunakan berbagai uji statistik, khususnya (1) Uji statistik deskriptif, (2) Uji kualitas data, (3) Uji asumsi klasik, (4) Uji Regresi Linier Berganda, dan (5) Uji hipotesis.

Teknik Analisa Data

Penulis menggunakan perangkat lunak SPSS untuk pengolahan data dalam penelitian ini. Prosedur analisis data meliputi Statistik Deskriptif, Uji Kualitas Data, Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Linier Berganda, dan Uji Hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Statistik Deskriptif

Tabel 3. Descriptive Statistics

N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
374	14	40	31,71	4,823
374	7	25	20,53	2,457
374	7	25	19,94	2,893
374	11	40	33,18	3,299
374	13	45	39,06	3,885
374	6	20	17,06	2,041
374	4	20	17,35	2,046

Analisis statistik deskriptif dari kedua variabel independen dan dependen dalam penelitian ini menunjukkan distribusi data yang menguntungkan, seperti yang terlihat dari nilai rata-rata yang lebih tinggi dari nilai deviasi standar.

Uji Kualitas Data

1. Uji Validitas

Tabel 4. Uji Validitas

No.	Variabel	Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1.	Norma Subjektif (X1)	X1.1	.752**	0,101	Valid
		X1.2	.715**	0,101	Valid
		X1.3	.645**	0,101	Valid
		X1.4	.801**	0,101	Valid
		X1.5	.788**	0,101	Valid
		X1.6	.709**	0,101	Valid
		X1.7	.645**	0,101	Valid
		X1.8	.534**	0,101	Valid

2.	Motivasi Investasi (X2)	X2.1	.703**	0,101	Valid
		X2.2	.751**	0,101	Valid
		X2.3	.771**	0,101	Valid
		X2.4	.777**	0,101	Valid
		X2.5	.777**	0,101	Valid
3.	Pengetahuan Investasi (X3)	X3.1	.761**	0,101	Valid
		X3.2	.798**	0,101	Valid
		X3.3	.673**	0,101	Valid
		X3.4	.606**	0,101	Valid
		X3.5	.558**	0,101	Valid
4.	Persepsi Return (X4)	X4.1	.650**	0,101	Valid
		X4.2	.711**	0,101	Valid
		X4.3	.653**	0,101	Valid
		X4.4	.693**	0,101	Valid
		X4.5	.672**	0,101	Valid
		X4.6	.681**	0,101	Valid
		X4.7	.571**	0,101	Valid
		X4.8	.627**	0,101	Valid
5.	Literasi Keuangan (X5)	X5.1	.556**	0,101	Valid
		X5.2	.582**	0,101	Valid
		X5.3	.570**	0,101	Valid
		X5.4	.626**	0,101	Valid
		X5.5	.631**	0,101	Valid
		X5.6	.656**	0,101	Valid
		X5.7	.674**	0,101	Valid
		X5.8	.693**	0,101	Valid
		X5.9	.629**	0,101	Valid
6.	Media Sosial (X6)	X6.1	.773**	0,101	Valid
		X6.2	.797**	0,101	Valid
		X6.3	.691**	0,101	Valid
		X6.4	.734**	0,101	Valid
7.	Minat Investasi (Y)	Y1	.704**	0,101	Valid
		Y2	.799**	0,101	Valid
		Y3	.810**	0,101	Valid
		Y4	.718**	0,101	Valid

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa setiap item pernyataan untuk variabel independen (norma subjektif, motivasi investasi, pengetahuan investasi, persepsi pengembalian, literasi keuangan, dan media sosial) dan variabel dependen (minat investasi) dalam penelitian ini memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari nilai r kritis (0,101). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa setiap indikator pernyataan variabel bebas dan variabel terikat dalam penelitian ini valid secara statistik dan layak digunakan sebagai data penelitian.

2. Uji Reliabillitas

Tabel 5. Uji Reliabilitas

Variabel	*Cronbach's Alpha*	*Rule of Thumb*	Keterangan
Norma Subjektif (X1)	0,846	0,60	Reliabel
Motivasi Investasi (X2)	0,810	0,60	Reliabel
Pengetahuan Investasi (X3)	0,705	0,60	Reliabel

Persepsi Return (X4)	0,792	0,60	Reliabel
Literasi Keuangan (X5)	0,786	0,60	Reliabel
Media Sosial (X6)	0,732	0,60	Reliabel
Minat Investasi (Y)	0,749	0,60	Reliabel

Hasil uji reliabilitas variabel bebas, yaitu norma subjektif (X1), motivasi investasi (X2), pengetahuan investasi (X3), persepsi return (X4), literasi keuangan (X5), dan media sosial (X6), serta variabel terikat, yaitu minat investasi (Y), menunjukkan nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semua instrumen yang digunakan dalam penelitian ini reliabel.

Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 6. Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]				
Model		**Unstandardized Coefficients**		**Standardized Coefficients**
		B	**Std. Error**	**Beta**
1	(Constant)	1,147	0,989	
	Norma Subjektif (X1)	0,044	0,020	0,103
	Motivasi Investasi (X2)	0,092	0,043	0,111
	Pengetahuan Investasi (X3)	0,081	0,036	0,114
	Persepsi Return (X4)	0,075	0,031	0,121
	Literasi Keuangan (X5)	0,124	0,026	0,236
	Media Sosial (X6)	0,233	0,047	0,232
a. Dependent Variable: Minat Investasi (Y)				

$$Y = 1.147 + 0.044X_1 + 0.092X_2 + 0.081X_3 + 0.075X_4 + 0.124X_5 + 0.233X_6$$

1. Nilai konstanta (a) adalah 2,613. Hal ini menunjukkan bahwa ketika variabel bebas dihipotesiskan bernilai nol (0), nilai minat investasi (Y) adalah 1,147.
2. Koefisien regresi untuk variabel norma subjektif (X1) adalah 0,044. Jika norma subjektif (X1) meningkat satu satuan, maka variabel minat investasi (Y) akan meningkat sebesar 0,044, dengan catatan semua variabel lainnya tetap konstan.
3. Koefisien regresi untuk variabel motivasi investasi (X2) adalah 0,092. Jika motif investasi (X2) tumbuh sebesar satu satuan, variabel minat investasi (Y) akan meningkat sebesar 0,092, dengan asumsi semua variabel lainnya tetap konstan.
4. Koefisien regresi untuk variabel pengetahuan investasi (X3) adalah 0,081. Jika tingkat keahlian investasi (X3) tumbuh sebesar satu satuan, variabel minat investasi (Y) akan meningkat sebesar 0,081, dengan asumsi semua variabel lainnya tetap konstan.
5. Koefisien regresi untuk variabel yang mewakili persepsi pengembalian (X4) adalah 0,075. Jika persepsi pengembalian (X4) meningkat sebesar satu satuan, variabel minat investasi (Y) akan meningkat sebesar 0,075, dengan asumsi semua variabel lainnya tetap konstan.
6. Koefisien regresi untuk variabel literasi keuangan (X5) adalah 0,124. Jika tingkat literasi keuangan (X5) meningkat sebesar satu satuan, variabel minat investasi (Y) akan meningkat sebesar 0,124, dengan asumsi semua faktor lainnya tetap konstan.
7. Koefisien regresi untuk variabel media sosial (X6) adalah 0,233. Ini berarti bahwa kenaikan satu unit pada media sosial (X6) akan mengakibatkan kenaikan 0,233 pada variabel minat investasi (Y), dengan catatan semua faktor lainnya tetap konstan.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Tabel 7. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		374
Normal Parameters[a,b]	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	1,53254752
Most Extreme Differences	Absolute	0,038
	Positive	0,038
	Negative	-0,032
Test Statistic		0,038
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200[c,d]

Hasil uji normalitas Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai Asymp Sig. sebesar 0,200. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa residual dalam penelitian ini berdistribusi normal, karena nilai Asymp Sig. sebesar 0,200 lebih besar dari taraf signifikansi 0,05.

2. Uji Multikolinearitas

Tabel 8. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Norma Subjektif (X1)	0,677	1,478
	Motivasi Investasi (X2)	0,563	1,775
	Pengetahuan Investasi (X3)	0,576	1,736
	Persepsi Return (X4)	0,596	1,676
	Literasi Keuangan (X5)	0,636	1,572
	Media Sosial (X6)	0,682	1,465

Hasil uji multikolinearitas antara variabel norma subjektif (X1), motivasi investasi (X2), pengetahuan investasi (X3), persepsi return (X4), literasi keuangan (X5), dan media sosial (X6) terhadap variabel minat investasi (Y) menunjukkan nilai Variance Inflation Factor (VIF) lebih kecil atau sama dengan 10, dan nilai toleransi lebih besar dari 0,10. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 9. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,412	0,621		2,272	0,024
	Norma Subjektif (X1)	-0,013	0,013	-0,065	-1,024	0,307
	Motivasi Investasi (X2)	0,019	0,027	0,048	0,693	0,489
	Pengetahuan Investasi (X3)	0,002	0,023	0,005	0,075	0,940
	Persepsi Return (X4)	-0,012	0,020	-0,040	-0,589	0,556

	Literasi Keuangan (X5)	0,006	0,016	0,023	0,359	0,720
	Media Sosial (X6)	-0,004	0,030	-0,009	-0,150	0,881
a. Dependent Variable: Abs_Res						

Sumber: Data Diolah, 2024

Hasil uji heteroskedastisitas, khususnya uji Glejser, menunjukkan bahwa nilai signifikansi (Sig) antar variabel bebas, yaitu norma subjektif (X1), motivasi investasi (X2), pengetahuan investasi (X3), persepsi return (X4), literasi keuangan (X5), dan media sosial (X6), lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Hipotesis

1. Uji Persial (Uji t)

Tabel 10. Hasil Uji t

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,147	0,989		1,159	0,247
	Norma Subjektif (X1)	0,044	0,020	0,103	2,176	0,030
	Motivasi Investasi (X2)	0,092	0,043	0,111	2,129	0,034
	Pengetahuan Investasi (X3)	0,081	0,036	0,114	2,211	0,028
	Persepsi Return (X4)	0,075	0,031	0,121	2,393	0,017
	Literasi Keuangan (X5)	0,124	0,026	0,236	4,804	0,000
	Media Sosial (X6)	0,233	0,047	0,232	4,907	0,000
a. Dependent Variable: Minat Investasi (Y)						

a. Hipotesis 1

Hasil uji t menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar 2,176 lebih besar dari nilai t kritis sebesar 1,966, dan nilai signifikansi sebesar 0,030 lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Dengan demikian, penelitian ini menerima hipotesis H1, karena terbukti bahwa minat investasi dipengaruhi oleh norma subjektif.

b. Hipotesis 2

Hasil uji-t menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar 2,129 lebih besar dari nilai t kritis sebesar 1,966, sedangkan nilai signifikansi sebesar 0,034 lebih kecil dari nilai ambang batas 0,05. Dengan demikian, diterimanya H2 dalam penelitian ini menunjukkan bahwa insentif investasi berpengaruh terhadap minat investasi**.**

c. Hipotesis 3

Hasil uji-t menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar 2,211 lebih besar dari nilai t kritis sebesar 1,966, dan nilai signifikansi sebesar 0,028 lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Dengan demikian, diterimanya H3 dalam penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan investasi berpengaruh terhadap minat investasi.

d. Hipotesis 4

Hasil uji-t menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar 4,804 lebih besar dari nilai t kritis sebesar 1,966, sedangkan nilai signifikansi sebesar 0,017 lebih kecil dari nilai ambang batas 0,05. Oleh karena itu, penerimaan hipotesis 4 dalam penelitian ini

menunjukkan bahwa persepsi pengembalian memiliki dampak pada minat investasi.

e. Hipotesis 5

Hasil uji-t menunjukkan bahwa nilai-t yang dihitung adalah 2,176, yang lebih besar dari nilai-t kritis sebesar 1,966. Selain itu, nilai signifikansinya adalah 0,000, yang lebih kecil dari ambang batas 0,05. Akibatnya, penelitian ini menerima H5, karena menunjukkan bahwa pengetahuan keuangan memengaruhi minat investasi.

f. Hipotesis 6

Hasil uji-t menunjukkan bahwa nilai-t yang dihitung adalah 4,907, yang lebih besar dari nilai-t kritis sebesar 1,966. Selain itu, nilai signifikansinya adalah 0,000, yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05. Akibatnya, pengaruh media sosial terhadap minat investasi terkonfirmasi, yang mengarah pada penerimaan hipotesis H6 dalam penelitian ini.

2. Uji Koefisien Determinasi

Tabel 11. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary[b]				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.663a	0,439	0,430	1,545

a. Predictors: (Constant), Media Sosial (X6), Norma Subjektif (X1), Literasi Keuangan (X5), Motivasi Investasi (X2), Persepsi Return (X4), Pengetahuan Investasi (X3)

Koefisien determinasi menunjukkan nilai Adjusted R Square sebesar 0,430, yang menunjukkan bahwa 43% variasi variabel minat investasi dapat dijelaskan oleh variabel norma subjektif, motivasi investasi, pengetahuan investasi, persepsi pengembalian, literasi keuangan, dan media sosial. Sisanya, 57% variasi dikaitkan dengan variabel lain yang tidak termasuk dalam model saat ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis dan pembahasan kesimpulan sebagai berikut :

1. Norma subjektif memengaruhi kecenderungan mahasiswa untuk berinvestasi. Hal ini dikaitkan dengan dampak individu dalam lingkaran sosial mereka, seperti terlibat dalam diskusi mendalam dengan teman dan profesor selama masa kuliah dan memiliki anggota keluarga yang telah melakukan investasi di pasar saham.
2. Minat investasi mahasiswa dipengaruhi oleh motif investasi mereka. Akibatnya, peningkatan tingkat motivasi mahasiswa dapat meningkatkan kecenderungan mereka terhadap investasi.
3. Minat investasi mahasiswa dipengaruhi oleh tingkat pengetahuan investasi mereka. Mahasiswa dapat mengevaluasi pemahaman mereka tentang definisi, berbagai jenis investasi, keuntungan investasi, dan bahaya yang terkait dengan investasi untuk menentukan kesesuaian mereka sebagai calon investor di pasar modal.
4. Persepsi tentang laba memiliki dampak pada tingkat minat mahasiswa dalam berinvestasi. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa akuntansi menunjukkan minat yang besar dalam berinvestasi di pasar modal dengan tujuan utama untuk memaksimalkan keuntungan finansial mereka.
5. Literasi keuangan memiliki dampak langsung pada tingkat minat seseorang dalam

berinvestasi. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa para peserta dalam penelitian ini memiliki tingkat literasi keuangan yang tinggi.

6. Media sosial memberikan dampak yang substansial dan bermanfaat pada pilihan investasi. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa di Pekanbaru memanfaatkan media sosial sebagai tempat untuk merumuskan pilihan investasi mereka.

DAFTAR REFERENSI

Arrahmi, A., & Nursanita. (2023). Pengaruh Pengetahuan Investasi, Motivasi, Dan Influencer Saham Terhadap Minat Investasi Generasi Milenial Di Pasar Modal. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Manajemen (Jiam)*, *19*(1).

Darmawan, A., Kurnia, K., & Rejeki, S. (2019). Pengetahuan Investasi, Motivasi Investasi, Literasi Keuangan Dan Lingkungan Keluarga Pengaruhnya Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, *8*(2), 44–56. Https://Doi.Org/10.32639/Jiak.V8i2.297

Hapsari, S. A. (2021). The Theory Of Planned Behavior And Financial Literacy To Analyze Intention In Mutual Fund Product Investment. *Proceedings Of The 5th Global Conference On Business, Management And Entrepreneurship (Gcbme 2020)*, *187*(Gcbme 2020), 136–141. Https://Doi.Org/10.2991/Aebmr.K.210831.028

Luthfiyahl, A., Martia, C., & Nurhasanah, F. (2021). Pengaruh Platform Media Sosial Terhadap Minat Generasi Milenial Dalam Berinvestasi Di Pasar Modal. *Jurnal Pendidikan Tambusa*, *5*.

Mahendrayani, P. Y., & Musmini, L. S. (2021). *Pengaruh Pemahaman Investasi , Penggunaan Teknologi Media Sosial Dan Hubungan Pertemanan Terhadap Minat Investasi Generasi Milenial Di Pasar Modal*. *12*(November), 294–305.

Maria, D., & Da, E. (2022). *Pengaruh Literasi Keuangan , Motivasi Investasi Dan Modal Minimal Terhadap Minat Investasi Saham Mahasiswa Unipa Maumere*. *5*(2), 798–807.

Nugroho, M. T. A. (2021). *Pengaruh Motivasi, Modal Investasi, Persepsi Risiko, Pelatihan Pasar Modal, Dan Return Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal Dengan Pemahaman Investasi Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Muhammadiyah Surakarta)*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Purboyo, Zulfikar, R., & Wicaksono, T. (2019). Pengaruh Aktifitas Galeri Investasi, Modal Minimal Investasi, Persepsi Resiko Dan Persepsi Returnterhadap Minat. *Jurnal Wawasan Manajemen*, *7*(2), 136–150.

Rahmawati, F., & Rosita. (2023). Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Investasi Generasi Z Mahasiswa Stie Surakarta Di Pasar Modal. *Journal Of Economics And Business Management*, *2*(3), 119–135. Https://Doi.Org/10.56444/Transformasi.V2i3.963

Taufiqoh, E., Nur, D., & 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*(05), 1–13.

Yustati, H., & Harpepen, A. (2023). Analisis Minat Investasi Gen-Z Terhadap Investasi Di Pasar Modal Syariah (Studi Pada Mahasiswa Uin Fatmawati Sukarno Bengkulu). *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, *9*.