

**PENGARUH *PUBLIC FIGURE*, KEBERADAAN
SOSIAL MEDIA, DAN PEMAHAMAN INVESTASI
TERHADAP MINAT MAHASISWA UNTUK BERINVESTASI
DI PASAR MODAL SYARIAH
(Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh:

DEWI AISYAH FITRIYANA

NIM 2013216040

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

2023

**PENGARUH *PUBLIC FIGURE*, KEBERADAAN
SOSIAL MEDIA, DAN PEMAHAMAN INVESTASI
TERHADAP MINAT MAHASISWA UNTUK BERINVESTASI
DI PASAR MODAL SYARIAH
(Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh:

DEWI AISYAH FITRIYANA

NIM 2013216040

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

2023

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dewi Aisyah Fitriyana

NIM : 2013216040

Judul Skripsi : **Pengaruh *Public Figure*, Keberadaan Sosial Media, dan Pemahaman Investasi Terhadap Minat Mahasiswa Untuk Berinvestasi di Pasar Modal Syariah (Study Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan).**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 7 Juli 2023

Yang menyatakan,



Dewi Aisyah Fitriyana
NIM. 2013216040

NOTA PEMBIMBING

Pratomo Cahyo Kurniawan, M. Ak

Lamp : 2 (dua) eksemplar
Hal : Naskah Skripsi Sdri Dewi Aisyah Fitriyana

Kepada Yth.

Dekan fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

c.q. ketua Prodi Ekonomi Syariah

di –

PEKALONGAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi saudara/i:

Nama : Dewi Aisyah Fitriyana
NIM : 2013216040
Judul Skripsi : **Pengaruh *Public Figure*, Keberadaan Sosial Media, dan Pemahaman Investasi Terhadap Minat Mahasiswa Untuk Berinvestasi di Pasar Modal Syariah (Study kasus pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan).**

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 7 Juli 2023

Pembimbing,


Pratomo Cahyo Kurniawan, M. Ak
NIP. 198907082020121010



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat: Jl. Pahlawan KM. 5 Rowolaku Kajen Kab. Pekalongan
Kode Pos 51161 www.febi.uingusdur.ac.id email: febi@uingusdur.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN)
K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan Mengesahkan Skripsi dari Saudari:

Nama : Dewi Aisyah Fitriyana

NIM : 2013216040

Judul Skripsi : **Pengaruh *Public Figure*, Keberadaan Sosial Media, dan Pemahaman Investasi Terhadap Minat Mahasiswa Untuk Berinvestasi di Pasar Modal Syariah (Study kasus pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan)**

Dosen Pembimbing : Pratomo Cahyo Kurniawan, M. Ak

Telah diujikan pada hari dan dinyatakan serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E).

Dewan Penguji,

Penguji I

Versiandika Yudha Pratama, M.M
NIP. 199401162019031006

Penguji II

Dwi Novaria Misidawati, M.M
NIP. 198711282019032010

Pekalongan, 11 Agustus 2023
Disahkan oleh Dekan,



Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, SH., M.H.

NIP. 197502201999032001

MOTTO

Bersyukur tanpa takabur

(Dewi Aisyah Fitriyana)

What you see is seeking you

(Maulana jalaludin Rumi)

One fine day you will finally be able to say ‘i made it!’

(Anonymous)

Selesaikan apa yang kamu mulai

(Anonymous)

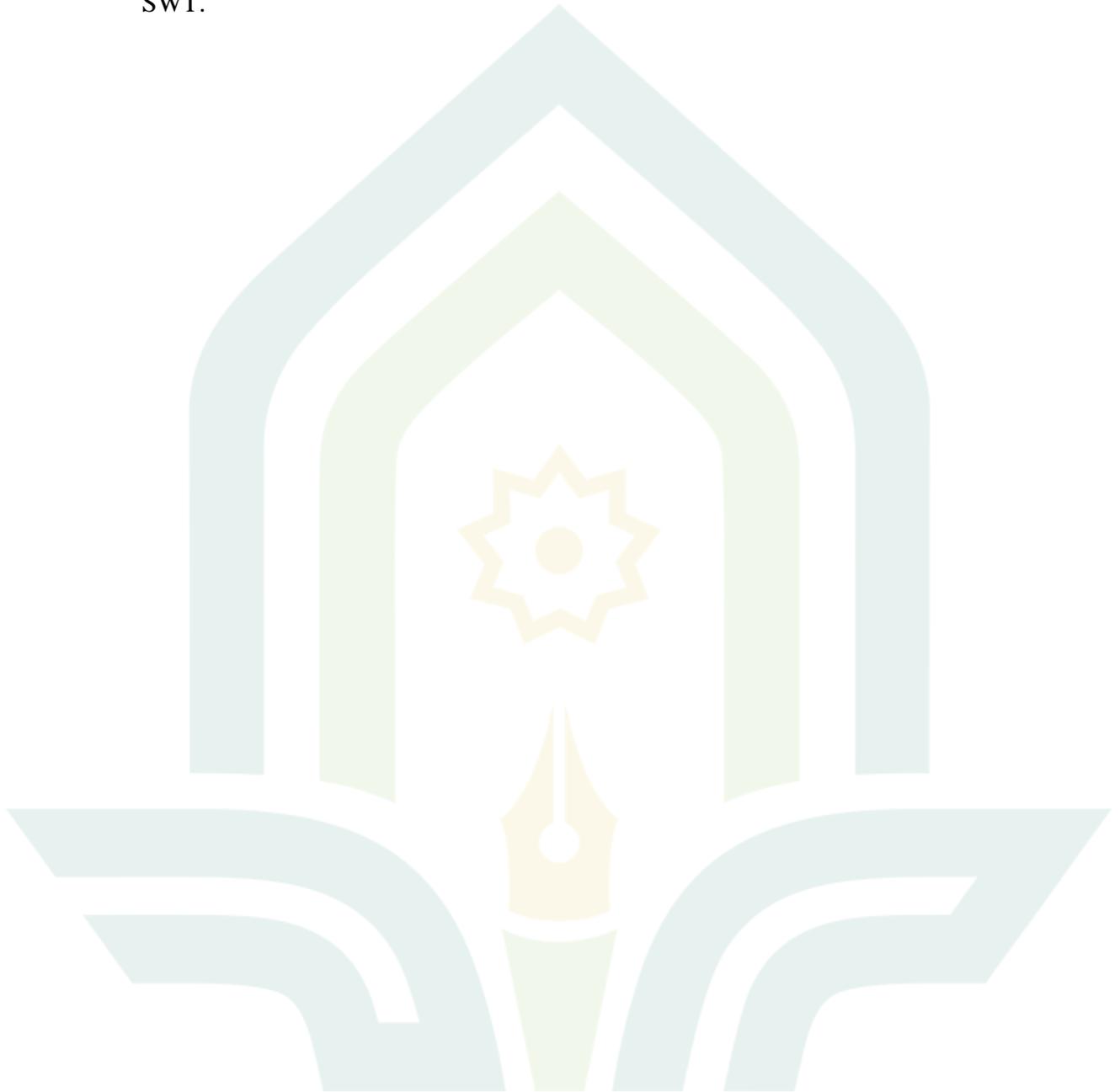
PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpahan nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Penulis menyadari sepenuhnya atas segala keterbatasan dan banyaknya kekurangan-kekurangan yang harus diperbaiki dalam penulisan Skripsi ini. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan informasi dan manfaat bagi setiap orang yang membacanya, khususnya bagi dunia pendidikan.

Dalam pembuatan Skripsi ini penulis banyak mendapatkan berbagai dukungan serta bantuan materil maupun non materil dari berbagai pihak. Berikut ini beberapa persembahan sebagai ucapan terima kasih dari penulis kepada pihak-pihak yang telah berperan dalam membantu terlaksananya penulisan Skripsi ini:

1. Kedua orang tua tercinta, bpk. Solachudin Hamid (Alm) dan ibu Umi Salamah beserta keluarga saya (kakak-kakak dan adik saya) yang selalu mendoakan saya disetiap langkah saya.
2. Teman-teman seangkatan Ekos L yang tak pernah pantang menyerah dalam menuntut ilmu meskipun harus membagi waktu antara bekerja dan kuliah. *See you on top!*
3. Almamater saya Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Dosen pembimbing akademik bpk Dr. Agus Fakhрина, S.Ag., M. Si dan dosen pembimbing skripsi: bpk Pratomo Cahyo Kurniawan, M. Ak, serta seluruh

Pengajar yang telah berkenan mendidik dan membimbing saya, semoga kebaikan yang telah diberikan dapat dibalas dengan berlipat ganda oleh Allah SWT.



ABSTRAK

DEWI AISYAH FITRIYANA: Pengaruh *Public Figure*, Keberadaan Sosial Media, dan Pemahaman Investasi Terhadap Minat Mahasiswa Untuk Berinvestasi di Pasar Modal Syariah (Study kasus pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan).

Banyak yang bisa didapatkan dari berselancar di sosial media. *Public figure* atau *celebrity endorsement* juga ramai menjadi perbincangan di sosial media, termasuk mereka yang gemar berbagi kisah tentang pengalamannya berinvestasi di pasar modal. Hal ini tentu saja membuat generasi muda-mudi memiliki rasa penasaran hingga menjadikan *public figure* dan sosial media sebagai pandangan mereka untuk berinvestasi. Namun tidak semuanya yang tertarik berinvestasi di pasar modal syariah juga mampu memahami bagaimana investasi itu sendiri bekerja.

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Sampel yang diambil sebanyak 100 responden. Data dalam penelitian ini diperoleh dari kuesioner yang diisi oleh mahasiswa/i aktif FEBI UIN Pekalongan. Teknik pengambilan sampel dengan *nonprobability sampling*. Penelitian ini menggunakan metode analisis data uji regresi linier berganda dengan bantuan SPSS 16.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *public figure*, sosial media, dan pemahaman investasi berpengaruh terhadap minat investasi mahasiswa di pasar modal syariah. Kemudian secara simultan, *public figure*, sosial media, dan pemahaman investasi juga berpengaruh terhadap minat investasi mahasiswa di pasar modal syariah.

Kata Kunci: *Public Figure*, Sosial Media, Pemahaman Investasi, Minat Investasi

ABSTRACT

DEWI AISYAH FITRIYANA: *The influence of public figure, Social Media Existence, and Understanding of Investment on Students Interest to invest in Islamic Capital Markets (study on student the Faculty of Economic and Islamic Business, State Islamic University K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan).*

There's a lot to gain from surfing on social media. Public figures or celebrity outlets are also crowded on social media, including those who like to share stories about their investment in the stock market. This, of course, has aroused the curiosity of younger generations to make public figures and social media their view of investing. But not all who are interested in investing in the Islamic capital market are able to understand how the investment itself works.

It uses quantitative research. taken 100 respondents. The data in this study were obtained from questionnaires filled out by active students of FEBI UIN Pekalongan. The sampling technique used was nonprobability sampling. This study used the data analysis method of multiple linear regression test with the help of SPSS 16.0..

The result of the show that public figure, social media and investment understanding influence student investment interest in the Islamic capital market. Then simultaneously public figure, social media and investment understanding also influence student investment interest in the Islamic capital market.

Keywords: public figure, social media, investment understanding, investment interest

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta mengajarkan manusia segala sesuatu yang belum pernah diketahui, Shalawat serta salam tak lupa dipanjatkan kepada Nabi Muhammad SAW sebagai pembawa rahmat bagi seluruh alam. Atas rahmat dan hidayat Allah SWT, penulis berhasil menyelesaikan tulisan yang berjudul Pengaruh *Public Figure*, Keberadaan Sosial Media, dan Pemahaman Investasi Terhadap Minat Mahasiswa Untuk Berinvestasi di Pasar Modal Syariah (Study kasus pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan).

Penyelesaian studi, penelitian, dan penulisan ini melalui proses yang panjang dan banyak melibatkan bantuan orang lain. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada mereka yang telah berjasa dan membantu penulis, antara lain:

1. Bapak Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Ibu Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Bapak Muhammad Aris Safi'I, M.E.I. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Ibu Happy Sista Devy, M.M. selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
5. Bapak Dr. Agus Fakhrina, S. Ag., M.Si. selaku wali dosen penulis.
6. Bapak Pratomo Cahyo Kurniawan, M. Ak selaku dosen pembimbing yang sudah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan bimbingan, arahan, dukungan dan saran dalam penyusunan skripsi ini.
7. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.

8. Segenap staf perpustakaan Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi penulis untuk menelaah buku-buku yang diperlukan.
9. Semua teman-teman Ekonomi Syariah yang selalu mewarnai hidupku dalam menimba ilmu di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan terutama untuk kelas L.
10. Sahabat-sahabatku yang paling utama yaitu Laila Luthiana (yang bersedia meminjamkan laptopnya kepada penulis guna untuk menyelesaikan skripsi ini. *Barakallahu Fiik. Semoga Allah membalas kebaikanmu dengan yang baik pula, Aamiin*). Khomsatun Sofifa, Nur Laela, Sofiana, Khotimatus Saadah terima kasih untuk kalian yang telah Allah SWT ijinkan untuk mengenal penulis dan kebersamai penulis.
11. Secara khusus ucapan terima kasih ini ditujukan kepada (Alm) ayah Sholahudin Hamis dan ibu Umi Salamah, serta kakak-kakakku (Fais-mbak July, Vety-mas Oki) dan adik-adikku (Hisyam-Nia, dan Diyat) yang telah menyetujui dan mempersilakan penulis untuk melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi.
12. Rasa sayang yang sangat besar kepada keenam *bestie*-ku yaitu keponakanku (Nana, Abdullah, Kannaz, Jati, Aira dan Dito) yang selalu menghibur penulis dalam kesehariannya.

Penulis berharap semoga hasil penulisan skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis dan pembaca maupun pihak yang berkepentingan.

Pekalongan, Juli 2023



Dewi Aisyah Fitriyana

NIM 2013216040

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
PEDOMAN TRANSLITERASI	xiv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	13
C. Batasan Masalah	13
D. Tujuan Penelitian	14
E. Manfaat Penelitian	14
F. Sistematika Pembahasan	15
BAB II LANDASAN TEORI	17
A. Landasan Teori	17
1. Minat	17
2. Public Figur	20
3. Investasi	23
4. Pasar Modal Syariah	27
5. Sosial Media	29
6. Pemahaman Investasi	31

B. Telaah Pustaka	33
C. Kerangka Berpikir	42
D. Hipotesis	43
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	48
A. Metodologi Penelitian	48
1. Pendekatan dan Jenis Penelitian	48
2. Setting Penelitian	48
3. Variabel Penelitian	49
4. Definisi Operasional Variabel	49
5. Populasi, sample, dan Teknik Pengambilan Sample	50
6. Teknik Pengumpulan Data	53
7. Metode Analisis Data	54
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	61
A. Deskriptif Data	61
1. Deskripsi Responden penelitian	61
2. Analisis Data Deskriptif	64
B. Analisis Data	70
1. Uji Instrument	70
2. Uji Asumsi Klasik	72
3. Uji Regresi Linier Berganda	79
4. Uji Hipotesis	81
C. Pembahasan	86
BAB V PENUTUP	89
A. Kesimpulan	89
B. Saran	90
Daftar Pustaka	91
Lampiran	I

PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum di serap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut.

1. Konsonan

Fonem-fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf Latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	keterangan
ا	alif	tidak lambangkan	tidak lambangkan
ب	ba	B	be
ت	ta	T	te
ث	sa	š	es (dengan titik di atas)
ج	jim	J	je
ح	ha	Ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha	Kh	ka dan ha
د	dal	D	de

ذ	zal	ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	ra	R	er
ز	Zai	Z	zet
س	Sin	S	es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	Ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	Ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	Ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	Ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	‘	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	ge
ف	Fa	F	ef
ق	Qaf	Q	qi
ك	Kaf	K	ka
ل	Lam	L	el
م	Mim	M	em
ن	Nun	N	en
و	Wau	W	we
ه	Ha	H	ha
ء	hamzah	‘	apostrof
ي	Ya	Y	ye

2. Vokal

Vokal tunggal	Vokal rangkap	Vokal panjang
أ = a		أ = ā
إ = i	إي = ai	إي = ī
و = u	أو = au	أو = ū

3. Ta Marbutah

Ta marbutah mati dilambangkan dengan /h/

Contoh:

جماعه ditulis *jamā'ah*

Ta marbutah hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh:

نعمة الله ditulis *ni'matullāh*

زكاة الفطر ditulis *zākat al-fitri*

4. Syaddad (tasydid, geminasi)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddad* tersebut.

Contoh:

ربنا ditulis *rabbānā*

البر ditulis *al-birr*

5. Kata sandang (artikel)

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsiyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /l/ diganti dengan huruf yang sama

dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh:

الشمس	ditulis	<i>asy-syamsu</i>
الرخل	ditulis	<i>ar-rajulu</i>
السيدة	ditulis	<i>as-sayyidah</i>

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf qamariyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /l/ diikuti terpisah dari katan yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

القمر	ditulis	<i>al-qamar</i>
لبديعا	ditulis	<i>al-badi'</i>
الجلال	ditulis	<i>al-jalāl</i>

6. Huruf Hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu di transliterasikan dengan apostrof /' /

Contoh:

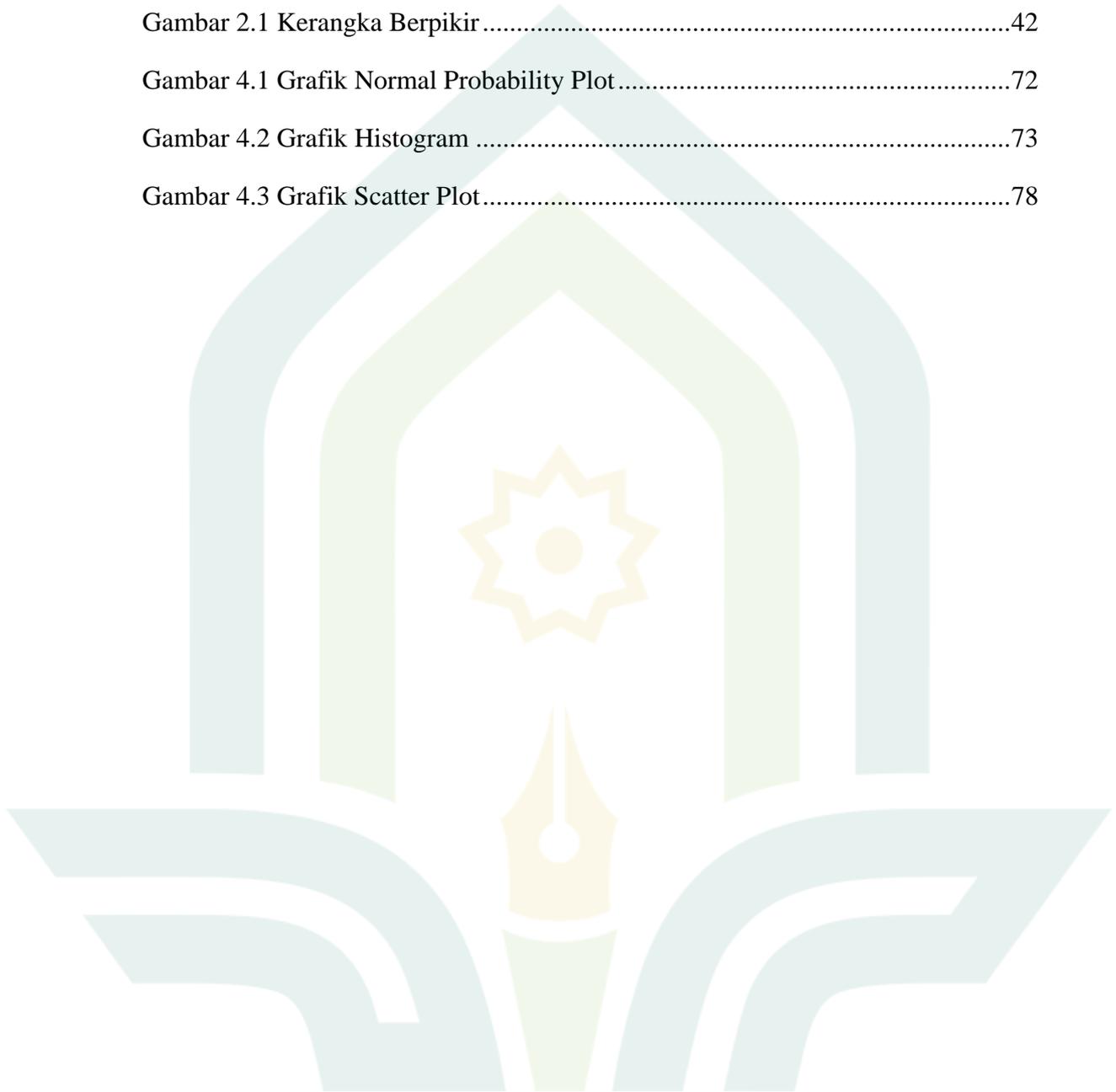
أمرت	ditulis	<i>umirtu</i>
شيء	ditulis	<i>sya'un</i>

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Kinerja Galeri Investasi di Universitas di Pekalongan	9
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	34
Tabel. 3.1 Definisi Variabel	49
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan jenis Kelamin.....	62
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan/Prodi	62
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Sosial Media yang Dimiliki.....	63
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Produk Investasi Syariah yang Dimiliki.....	64
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Tentang Variabel <i>Public Figure</i>	65
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Tentang Variabel Sosial Media	66
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Tentang Variabel Pemahaman Investasi	67
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Tentang Minat Investasi	69
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas.....	70
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas	71
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas (Kolmogorov Sminov).....	74
Tabel 4.12 Hasil Uji Linieritas <i>Public Figure</i> dengan Minat Investasi	75
Tabel 4.13 Hasil Uji Linieritas Sosial Media dengan Minat Investasi	75
Tabel 4.14 Hasil Uji Linieritas Pemahaman Investasi dengan Minat Investasi.....	76
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinieritas	77
Tabel 4.16 Hasil Uji Glesjer	79
Tabel 4.17 Hasil Uji Linier Berganda.....	80
Tabel 4.18 Hasil Uji t.....	82
Tabel 4.19 Hasil Uji f.....	84
Tabel 4.20 Hasil Uji Koefisien Determinasi	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Pengguna Internet di Indonesia.....	3
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	42
Gambar 4.1 Grafik Normal Probability Plot.....	72
Gambar 4.2 Grafik Histogram.....	73
Gambar 4.3 Grafik Scatter Plot.....	78



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner.....	I
Lampiran 2: Data Mentah Kuesioner.....	VIII
Lampiran 3: Data Identitas Responden.....	XII
Lampiran 4: Hasil Uji Kualitas Data.....	XVII
Lampiran 5: Hasil Uji Reliabilitas.....	XXI
Lampiran 6: Hasil Uji Asumsi Klasik.....	XXII
Lampiran 7: Hasil Uji Linier Berganda.....	XXVI
Lampiran 8: Hasil Uji Hipotesis.....	XXVII
Lampiran 9: Distribusi Nilai r Tabel 5% dan 1%.....	XXVIII
Lampiran 10: Distribusi Signifikansi t Tabel 5%.....	XXXI
Lampiran 11: Distribusi Nilai f Tabel untuk Probabilitas 0,05.....	XXXIV
Lampiran 12: Surat Ijin Penelitian.....	XXXVII
Daftar Riwayat Hidup.....	XXXVIII
Dokumentasi.....	XXXIX

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Fenomena hadirnya *influencer* akhir-akhir ini yang masuk ke berbagai sektor, termasuk investasi saham turut menjadi sebuah perhatian (Pahlevi, 2021). Banyak diantara mereka yang merupakan *public figure* seperti seorang selebriti, *youtuber*, ataupun *selebgram*. Kemajuan teknologi beberapa tahun belakangan ini dapat menyatukan keberadaan *public figure* dengan para pengikutnya. Sosial media, dinilai sebagai alat yang mumpuni untuk mencontoh berbagai hal yang *public figure* sampaikan. *Public figure* maupun *influencer* sering membagikan informasi dan rekomendasi terkait investasi saham di pasar modal. Fenomena ini juga diwarnai dengan pom-pom saham. Sebagai contoh Raffi Ahmad dan penyanyi Ari Lasso beberapa waktu lalu membicarakan saham dan menyebut salah satu kode saham di akun sosial media Ari Lasso. Dalam *postingannya*, mereka mengaku bahwa mereka membeli saham dari PT M Cash Integrasi Tbk atau dengan kode saham MCAS. Hanya dalam waktu tiga minggu, mereka sudah mendapat *capital gain* yang sangat besar mencapai 20%-30% (Anjani et al., 2022). *Postingan* tersebut tentu saja mengundang rasa penasaran khususnya dari para pengikut mereka di sosial media. Diketahui, setelah mereka *memposting* video tersebut ke akun *Instagram* mereka masing-masing, saham MCAS melesat hingga 8,33%. Tidak sedikit yang menyimpulkan bahwa mereka adalah “*pom-pom*” saham tersebut. *Pom-pom* saham diartikan sebagai upaya merekomendasikan

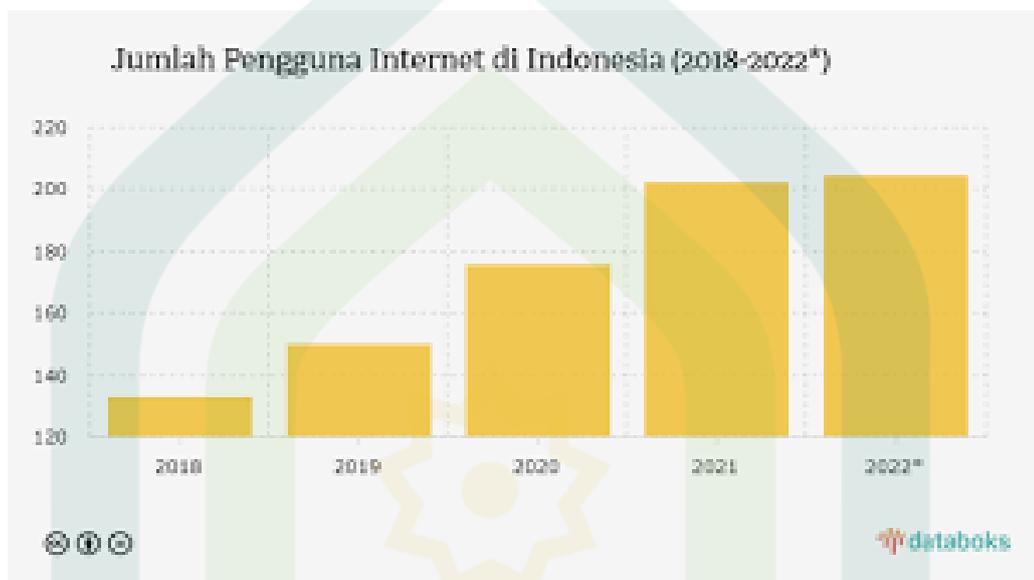
saham tertentu oleh *influencer* di media sosial dengan tujuan mengajak masyarakat membeli atau menjual saham yang seolah-olah menjanjikan keuntungan, tanpa alasan atau fundamental yang jelas (Sidik, 2021).

Perlu diketahui peran *public figure* memiliki dampak yang cukup besar dalam kehidupan sehari-hari. Kesempatan inipun mudah di tangkap oleh para pelaku industri apa saja di Indonesia. Tak terkecuali dengan pasar modal di Indonesia. Namun perusahaan harus menyadari bahwa tidak semua *public figure* maupun *influencer* memiliki ilmu tentang investasi di pasar modal yang cukup. Adakalanya memang ini hanya dijadikan sebagai *endorsements* saja tanpa mengetahui lebih lanjut latar belakang *public figure* tersebut dibidang investasi dan pasar modal. Minimnya pengetahuan tentang investasi dan pasar modal pada *public figure* bisa menyebabkan hal yang rawan bagi *investor* jika meniru apa yang telah panutannya rekomendasikan. Terlebih lagi jika informasi tersebut tanpa didasari dengan analisis fundamental maupun analisis teknikal pada saham yang mereka rekomendasikan.

Berbicara tentang investasi, kini investasi telah menjadi hal yang banyak diperbincangkan. Beberapa tahun terakhir masyarakat telah dimudahkan untuk mengakses segala bentuk informasi melalui kecanggihan teknologi dan kemudahan mengakses internet. Sebelum pandemi, jumlah pengguna internet di Indonesia hanya mencapai 175 juta orang. Dengan kata lain, selama wabah merebak jumlah masyarakat yang mengakses internet diperkirakan bertambah 35 juta orang (Firmansyah, 2022). Menurut laporan *We Are Social*, terdapat 204,7 juta pengguna internet di tanah air per

Januari 2022. Jumlah itu naik tipis 1,03% dibandingkan tahun sebelumnya. Pada Januari 2021, jumlah pengguna internet di Indonesia tercatat sebanyak 202,6 juta (Annur, 2022).

Gambar 1.1
Jumlah Pengguna Internet di Indonesia (2018-2022)



(Sumber Databox Indonesia)

Kemajuan teknologi yang semakin pesat di negara Indonesia tak luput dari perkembangan teknologi itu sendiri seperti banyaknya bermunculan sosial media. Pengguna media sosial aktif di Indonesia pada tahun 2022 sendiri mencapai 191,4 juta (2021: 170 juta, naik 12,6% (Riyanto, 2022)). Jika memantau perkembangan *social media* seperti *instagram*, *facebook*, *tiktok*, maupun *youtube*, tidak sedikit akun-akun di *instagram* atau *facebook* yang sengaja diciptakan untuk mengedukasi masyarakat terkait pasar modal. Baik pasar modal konvensional maupun pasar modal syariah. Tak jarang akun-akun edukasi tersebut juga mengadakan seminar atau pelatihan yang

berhubungan dengan investasi di pasar modal. Seperti yang terdapat pada salah satu akun instagram @ngertisaham. Dengan *follower* 1.4 juta dan postingan pada *feed instagramnya* mencapai 4,809, akun ini konsisten membagikan informasi tentang saham, obligasi, reksadana dan instrument investasi lainnya di pasar modal. Selain itu terdapat juga akun @syariahsaham di *instagram* yang juga membahas tentang edukasi saham dengan pengikut diatas seratus ribu dan sekitar 700 postingan. Namun akun ini dikhususkan hanya untuk saham syariah saja.

Informasi sekolah pasar modal yang dapat diakses melalui gawai dan banyak tersebar di sosial media diharapkan mampu memberikan pengetahuan kepada pemuda di Indonesia terkait bagaimana cara berinvestasi di pasar modal baik pasar modal konvensional maupun pasar modal syariah. Berinvestasi di pasar modal juga bukan hanya sekedar menanamkan modal kepada suatu perusahaan dengan mengharapkan keuntungan yang baik dimasa mendatang (Grid.id, 2023). Namun hal ini juga seringkali dijadikan acuan masyarakat yang berinvestasi di pasar modal untuk memiliki kehidupan merdeka secara *financial* dimasa mendatang (ojk.go.id, 2018). Edukasi-edukasi semacam itu yang dapat diperoleh lewat sosial media maupun sekolah pasar modal tentunya juga membuat masyarakat semakin penasaran dengan berinvestasi.

Di Indonesia sendiri, jumlah *investor* mengalami tren kenaikan setiap tahun. Berdasarkan data PT Kustodian Sentral Efek Indonesia, peningkatan jumlah investor pasar modal pada tahun 2018 adalah sebesar 44.24%, 53.41%

pada tahun 2019 dan 56.21% pada tahun 2020. Kemudian, data per Februari 2021 menunjukkan peningkatan jumlah *investor* sebesar 16.35% (Maharani & Hidayah, 2021). Sementara itu berdasarkan data dari PT Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) mencatat *investor* di pasar modal Indonesia telah tembus 10 juta *investor*. Berdasarkan data KSEI pada 3 November 2022, jumlah *investor* pasar modal yang mengacu pada *Single Investor Identification* (SID) telah mencapai 10,000,628, dengan komposisi jumlah *investor* lokal sebesar 99.78% (PT Kustodian Sentral Efek Indonesia, 2022). Lebih lanjut Direktur Utama KSEI Urip Budhi Prasetyo mengatakan, "Pencapaian jumlah *investor* pasar modal yang telah menembus 10 juta tersebut merupakan berita baik bagi pasar modal Indonesia. Jumlah tersebut didominasi oleh *investor* lokal. Selain menandakan bahwa *investor* lokal semakin percaya dan sadar pentingnya investasi pasar modal, dominasi *investor* lokal diharapkan dapat memberikan ketahanan bagi pasar modal Indonesia apabila diterpa isu global".

Merujuk pada data Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia yang diterbitkan oleh Otoritas Jasa Keuangan, per Desember 2021 total aset keuangan syariah Indonesia (tidak termasuk Saham Syariah) mencapai Rp 2,050.44 triliun atau US\$143,70 miliar (Kurs Tengah BI per 31 Desember 2021 = Rp 14,269.01/US\$) (Otoritas Jasa Keuangan, 2021). Ditahun kedua pandemi Covid-19, aset keuangan syariah Indonesia mampu tumbuh 13.82% (*yoy*) menjadi Rp 2,050.44 triliun meningkat dari tahun sebelumnya sebesar Rp 1.801,40 triliun. Pasar Modal Syariah yang memiliki

porsi terbesar aset keuangan syariah (60.27%) mengalami pertumbuhan tertinggi di antara sektor lainnya dengan laju 14.83% (yoy). Perbankan Syariah dengan pangsa pasar 33.83% dari keuangan syariah tumbuh sebesar 13.94% (yoy). Sementara itu, IKNB Syariah yang memiliki porsi sebesar 5.90% dari total aset keuangan syariah juga mengalami pertumbuhan sebesar 3.90% (yoy).

Pada 30 Desember 2021 Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) ditutup pada 189.02 poin atau meningkat sebesar 6.50% dibandingkan indeks ISSI pada 30 Desember 2020 sebesar 177.48 poin. Peningkatan indeks tersebut sejalan dengan nilai kapitalisasi pasar ISSI yang tumbuh positif sebesar 19.10% dari sebelumnya sebesar Rp3,344.93 triliun menjadi Rp3,983.65 triliun. Peningkatan ini sejalan dengan pertumbuhan IHSG (Indeks Harga Saham gabungan) di akhir tahun 2021 (Otoritas Jasa Keuangan, 2021).

Pada akhir Juni 2022, IHSG mencapai level 6,911.58 atau meningkat 5.02% dibandingkan penutupan akhir tahun 2021. Sejalan dengan IHSG, indeks saham syariah juga mengalami pertumbuhan positif jika dibandingkan pada akhir tahun 2021. Indeks ISSI mengalami pertumbuhan sebesar 6.02% menyentuh level 200.39 setelah sebelumnya berada pada level 189.02 pada akhir tahun 2021. Kapitalisasi pasar ISSI juga meningkat sebesar 6.92% menjadi Rp4,259.24 triliun. Jumlah saham syariah yang meningkat menjadi salah satu faktor meningkatnya indeks dan nilai kapitalisasi pasar (Otoritas jasa Keuangan, 2022).

Untuk meningkatkan minat berinvestasi terhadap mahasiswa, Bursa Efek Indonesia selaku fasilitator perdagangan efek, membuka banyak galeri investasi di seluruh Indonesia. Terutama galeri investasi di universitas-universitas di Indonesia. Perseptember 2022 terdapat 710 galeri investasi di Indonesia. Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia (BEI) adalah sarana untuk memperkenalkan pasar modal sejak dini kepada dunia akademisi. Galeri Investasi BEI berkonsep 3 in 1 yang merupakan kerjasama antara BEI, Perguruan Tinggi dan Perusahaan Sekuritas yang diharapkan tidak hanya memperkenalkan Pasar Modal dari sisi teori saja akan tetapi juga prakteknya. Kedepannya melalui Galeri Investasi BEI yang menyediakan *real time information* untuk belajar menganalisa aktivitas perdagangan saham, diharapkan dapat menjadi jembatan menuju penguasaan ilmu pengetahuan beserta prakteknya di pasar modal (PT Bursa Efek Indonesia, n.d.).

Di kota pekalongan sendiri terdapat tiga Universitas ternama yang juga memiliki galeri investasi di dalamnya. Galeri investasi pada tiga universitas tersebut berbeda-beda. Jika galeri investasi yang terdapat di UIN Pekalongan bernama Galeri Investasi Syariah, maka di dua universitas lainnya yaitu Universitas Pekalongan dan UMPP Pekalongan hanya bernama galeri investasi, tanpa ada nama syariah dibekangnya. Tujuan didirikannya galeri investasi syariah di UIN Pekalongan selain sebagai sarana edukasi mahasiswa UIN Pekalongan juga bertujuan untuk mempraktekkan langsung dari teori yang telah diperoleh selama perkuliahan. Tak hanya mahasiswa yang bisa bergabung dengan GIS di UIN Pekalongan, namun para dosen UIN

Pekalongan juga diberikan kesempatan untuk bergabung memanfaatkan GIS dengan sebaik-baiknya. GIS sendiri diresmikan sejak 12 Desember 2018 bekerjasama dengan BEI dan Phintraco Sekuritas. GIS UIN Pekalongan hingga pada tahun 2022 secara aktif melakukan pelatihan pasar modal dengan mengadakan sekolah pasar modal level 1 dan sekolah pasar modal level 2. Selain itu seminar-seminar maupun keterlibatan anggota GIS dalam berbagai kompetisi juga terus berjalan hingga tahun 2022.

Tercatat hingga bulan Desember tahun 2022 jumlah *open account* di GIS UIN Pekalongan berjumlah 778. Hal ini menjadikan perbandingan yang sangat jauh terhadap GI (galeri investasi) yang terdapat di UNIKAL dan UMPP Pekalongan. Berdasarkan hasil wawancara dengan direktur KSPM UNIKAL mengatakan:

”*open account* di UNIKAL pada tahun 2022 hanya berjumlah 36 nasabah” (M. Ikhsan Lubis, personal communication, Desember 2022).

Sementara itu untuk UMPP Pekalongan sendiri beberapa tahun belakangan ini dikabarkan tengah *vacum* untuk kegiatan di galeri investasinya. Maka dapat disimpulkan bahwa UMPP Pekalongan tidak memiliki aktifitas yang dapat dijadikan tolak ukur atas minatnya mahasiswa berinvestasi di pasar modal.

Menilik kinerja dan program kerja dari ketiga universitas tersebut, GIS UIN Pekalongan lebih aktif melakukan kegiatan-kegiatan beserta para anggota dan pengurusnya. Dalam sebulan program kerja yang diadakan oleh GIS Pekalongan bisa lebih dari dua kali dengan animo peserta yang cukup

besar. Sementara itu terkait program kerja dari GI UNIKAL juga tak kalah banyak setiap bulannya. Mereka bisa mengadakan 2 atau 3 kali program kerja dalam satu bulan. Hal ini sangat berbeda dengan UMPP Pekalongan yang beberapa tahun terakhir tidak mengadakan program kerja dikarenakan tengah *vacum*. Untuk perbandingannya disajikan dalam tabel dibawah ini:

Tabel 1.1
Perbandingan Kinerja Galeri Investasi di Perguruan Tinggi di Pekalongan Tahun 2022

Nama	Open Account 2022	Program Kerja
Universitas Pekalongan	36	2-3 kali dalam sebulan
UIN Pekalongan	778	Lebih dari 3 kali sebulan
UMPP Pekalongan	Vacum sejak 3 tahun terakhir	Vacum sejak 3 tahun terakhir

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa Galeri Investasi Syariah UIN Pekalongan menduduki posisi tertinggi terkait dengan kinerja dari GIS itu sendiri. Hal ini dapat dibuktikan dengan jumlah *open account* pada tahun 2022 sebanyak 778, beserta program kerja yang diadakan dalam satu bulan lebih dari tiga kali.

Sedangkan untuk Universitas Pekalongan sendiri berada diposisi kedua dengan *open account* pada tahun 2022 sebanyak 36. Dan program kerja dalam satu bulan sebanyak 2-3 kali. Posisi ketiga ditempati oleh Universitas Muhamadiyah Pekajangan Pekalongan dengan alasan tidak ada hasil untuk *open account* maupun program kerja pada tahun 2022.

Ada beberapa macam faktor yang dapat mempengaruhi seseorang dalam berinvestasi. Dalam penelitian ini akan diuji baik faktor eksternal seperti *public figure* dan sosial media, maupun faktor internal seperti

pemahaman investasi terhadap minat berinvestasi mahasiswa. Penelitian yang membahas minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal bermacam-macam. Seperti penelitian yang dilakukan oleh (Burhanudin et al., 2021). Penelitian ini membuktikan bahwa pemahaman mengenai investasi tidak memiliki pengaruh minat mahasiswa untuk berinvestasi di pasar modal. Hal ini menunjukkan bahwa materi mengenai manajemen investasi dan pasar modal yang memberi pemahaman mahasiswa mengenai pengertian investasi, jenis investasi, keuntungan investasi serta risiko berinvestasi tidak dipertimbangkan oleh mahasiswa untuk menjadi investor di pasar modal. Sementara itu hasil penelitian yang telah dilakukan oleh (Haidir, 2019) didapat kesimpulan yang sama bahwa pemahaman akan dunia investasi tidak memiliki pengaruh dalam minat mahasiswa dalam melakukan investasi di pasar modal syariah, baik yang pernah belajar tentang manajemen investasi secara langsung dikelas maupun tidak. Penelitian Haidir pada tahun 2019 dibantah dengan penelitian (Komaria et al., 2021) yang mengatakan bahwa pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat berinvestasi. Hal ini pun diperkuat dengan hasil penelitian (Agustin et al., 2022) bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel pemahaman investasi terhadap variabel minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal.

Sedangkan *study* terkait pengaruh *public figure* dengan minat mahasiswa berinvestasi telah dilakukan oleh (Pratiwi, 2020) bahwa *public figure* atau yang kita kenal saat ini dengan istilah *social media influencer* mempengaruhi minat berinvestasi mahasiswa, maka penelitian ini diharapkan

dapat menjadi pendukung dan acuan bagi pihak yang berwenang atau bagi Bursa Efek Indonesia untuk terus dapat meningkatkan pengetahuan investasi kepada mahasiswa. Dua tahun kemudian juga ditemukan penelitian serupa oleh (Fauziyanti & Retnosari, 2022) dengan hasil, *influencer* berdampak pada minat investasi terhadap mahasiswa. Pihak ini memiliki peran yang penting dalam hal promosi mulut ke mulut. Pihak yang mampu memberikan hal-hal mengenai pentingnya investasi dapat memberikan pengaruh pada minat investasi di pasar modal ini yang bersifat positif. Pihak ini mampu memberikan pengaruh nantinya pada niat dari mahasiswa untuk melakukan penanaman modal pada pasar modal. Hasil penelitian yang telah dipaparkan oleh Fauziyanti dan Retnosari pada tahun 2022 diperkuat dengan penelitian (Elmie & Mardiana, 2022) yang juga sejalan dengan penelitian sebelumnya bahwa *public figure* atau *influencer* berpengaruh signifikan untuk meningkatkan minat generasi milenial dalam berinvestasi. Pengaruh positif yang dilakukan oleh *influencer* yaitu memberikan edukasi dan sosialisasi kepada masyarakat, khususnya generasi milenial untuk meleak berinvestasi demi masa depan. Pada tahun 2023 juga ditemukan hasil penelitian dari (Mandira & Arnata, 2023) yang menyatakan bahwa *celebrity endorsement* atau yang biasa kita sebut *public figure* berpengaruh signifikan terhadap keputusan berinvestasi. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa *celebrity endorsement* dalam mempromosikan produk/jasa yang di promosikan mampu meningkatkan rasa kepercayaan.

Seiring dengan perkembangan zaman dan kemajuan teknologi, dengan adanya *public figure* atau *celebrity influencer* tak bisa dipisahkan dari perkembangan sosial media itu sendiri. Temuan menarik didapat dari hasil penelitian (Yusuf, 2019) yang mengatakan bahwa kemajuan teknologi berpengaruh terhadap minat investasi di pasar modal. Kemajuan teknologi yang ada saat ini telah memberikan kenyamanan, keamanan, akses yang menjangkau seluruh lapisan masyarakat, serta informasi dan wawasan tentang investasi di pasar modal pun dapat menyebar luas dan dapat mempengaruhi minat seseorang dalam berinvestasi khususnya di pasar modal. Dua tahun kemudian terdapat penelitian yang sama di tempat yang berbeda (Universitas Muhamadiyah Riau) diperoleh hasil bahwa media sosial memiliki pengaruh bagi minat generasi milenial untuk melakukan investasi di pasar modal (Nurhasanah et al., 2021). Pada tahun yang sama yaitu tahun 2021 juga didapat penelitian dari (Sari et al., 2021) bahwa hasil pengujian variabel kemajuan teknologi berpengaruh positif terhadap minat investasi mahasiswa. Dari ketiga hasil penelitian akan pengaruh sosial media terhadap minat berinvestasi mahasiswa diperkuat dengan temuan penelitian yang sama yang dilakukan oleh Peningkatan social media platform berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi di pasar modal (Hadi et al., 2023).

Adanya *inkonsistensi* hasil dari penelitian sebelumnya menjadikan penelitian ini masih menarik untuk dilakukan. Maka dari itu akan dilakukan penelitian yang bertujuan untuk menguji pengaruh faktor *public figure*, sosial media, dan pemahaman investasi, dengan mengambil judul “Pengaruh *Public*

Figure, Keberadaan Sosial Media, dan Pemahaman Investasi Terhadap Minat Mahasiswa Untuk Berinvestasi di Pasar Modal Syariah”.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, penelitian ini disusun untuk mengetahui pengaruh *public figure*, keberadaan sosial media, serta pemahaman investasi terhadap minat berinvestasi, maka rumusan masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Apakah *public figure* berpengaruh terhadap minat mahasiswa untuk berinvestasi di Pasar Modal Syariah?
2. Apakah keberadaan sosial media berpengaruh terhadap minat mahasiswa untuk berinvestasi di Pasar Modal Syariah?
3. Apakah pemahaman berinvestasi berpengaruh terhadap minat mahasiswa untuk berinvestasi di Pasar Modal Syariah?
4. Apakah *Public Figure* sebagai *Role Model Investor* di Pasar Modal Syariah, serta keberadaan sosial media, dan pemahaman investasi berpengaruh terhadap minat mahasiswa untuk berinvestasi di Pasar Modal Syariah?

C. BATASAN MASALAH

Penelitian ini difokuskan pada keputusan berinvestasi terhadap mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di UIN Pekalongan yang dipengaruhi oleh banyak faktor. Peneliti melakukan penelitian hanya untuk mengetahui pengaruh *public figure*, keberadaan sosial media dan pemahaman investasi terhadap minat mahasiswa untuk berinvestasi di pasar modal

syariah. Objek penelitian ini yaitu mahasiswa / mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Pekalongan.

D. TUJUAN PENELITIAN

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengukur pengaruh *public figure* terhadap minat mahasiswa untuk berinvestasi di pasar modal syariah.
2. Untuk mengukur pengaruh keberadaan sosial media secara signifikan terhadap minat mahasiswa untuk berinvestasi di pasar modal syariah.
3. Untuk mengukur pengaruh pemahaman investasi secara signifikan terhadap minat mahasiswa untuk berinvestasi di pasar modal Indonesia.
4. Untuk mengukur pengaruh *public figure* sebagai *role model* investor di pasar modal syariah, keberadaan sosial media, dan pemahaman berinvestasi secara simultan terhadap minat mahasiswa untuk berinvestasi di pasar modal syariah.

E. MANFAAT PENELITIAN

Manfaat dalam penelitian ini dibedakan menjadi dua. Yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis.

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan dapat menambah ilmu pengetahuan serta dapat menjadi bahan referensi untuk penelitian selanjutnya dalam bidang yang sama. Sehingga dapat memberikan berkontribusi ilmu dimasa depan.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan untuk Bursa Efek Indonesia (BEI), perusahaan sekuritas, maupun galeri investasi BEI untuk meningkatkan minat mahasiswa dalam berinvestasi.

F. SISTEMATIKA PEMBAHASAN

Sistematika penulisan dalam penelitian ini merupakan uraian singkat mengenai hal-hal yang akan ditulis secara sistematis dalam setiap bab. Pembahasan disajikan dalam lima bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan.

Pada bab awal ini diuraikan mengenai latar belakang pada masalah yang akan diteliti, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, dan manfaat penelitian.

BAB II landasan Teori.

Bab ini membahas tentang landasan teori yang digunakan dalam penelitian mencakup *public figure*, social media dan pemahaman investasi.

BAB III Metode Penelitian

Pada bab ini membahas jenis penelitian dan pendekatan penelitian, variable penelitian, populasi, sampel, dan teknik pengambilan sampel, instrument dan teknik pengumpulan data penelitian, serta teknik pengolahan data dan analisis data.

BAB IV Analisis Data dan Pembahasan.

Bab ini membahas deskripsi data, analisis data dan pembahasan.

BAB V Penutup.

Bab ini berisi penutup yaitu berupa kesimpulan dan saran



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil simpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh antara variabel *public figure* terhadap minat berinvestasi mahasiswa secara signifikan. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis nol ditolak dan hipotesis alternatif diterima.
2. Terdapat pengaruh antara variabel sosial media terhadap minat berinvestasi mahasiswa secara signifikan. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis nol ditolak dan hipotesis alternatif diterima.
3. Tidak terdapat pengaruh antara variabel pemahaman investasi terhadap minat berinvestasi mahasiswa secara signifikan. Maka kesimpulan dari variabel ini adalah hipotesis nol diterima dan hipotesis alternatif ditolak.
4. Terdapat pengaruh antara variabel *public figure*, sosial media, pemahaman investasi terhadap minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal secara simultan. Hal ini berarti hipotesis nol ditolak dan hipotesis alternative diterima.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka dapat dikemukakan saran sebagai berikut:

1. Bagi para mahasiswa yang perlu diingat adalah bahwa pemahaman investasi memiliki peran yang sangat besar dalam menentukan kemana arah investasi yang mahasiswa pilih. Hal ini bisa memberikan dampak positif maupun dampak negatif, baik jangka pendek maupun jangka panjangnya. Karena dengan berbekal pengetahuan dan pemahaman yang cukup, maka bisa meminimalisir terjadinya resiko yang tidak kita inginkan dikemudian hari.
2. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menggunakan variabel-variabel lain selain variabel yang digunakan dalam penelitian ini yang kemungkinan memiliki pengaruh terhadap minat mahasiswa untuk berinvestasi di pasar modal, serta disarankan untuk menambah jumlah sampel untuk mendapatkan hasil yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, Yuniar, Mulyadi, Azzura, & Epty. (2022). *Pengaruh Pemahaman Investasi Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi Di Pasar Modal*. 7 Issue 3, 413–417.
- Anjani, Yuanitasari, & Suryanti. (2022). Kedudukan Influencer yang Merekomendasikan Saham Tertentu Berdasarkan Hukum Pasar Modal di Indonesia. *Bandung, Indonesia*. <https://doi.org/10.46257/jrh>.
- Annur. (2022, March 23). *Ada 204,7 Juta Pengguna Internet di Indonesia Awal 2022*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/ada-2047-juta-pengguna-internet-di-indonesia-awal-2022>
- Ari Senda. (2018). Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan dan Faktor Demografi Terhadap Keputusan Investasi. In *Skripsi*.
- Arwani, A. (2016). *Modul Praktikum Komputer Keuangan (Pelatihan Analisis Statistik dengan SPSS)* (p. 33).
- Azjen, I. (1991). *The theory of planned behavior*. 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Binus University. (2014). *Uji Validitas dan Reliabilitas*". <https://qmc.binus.ac.id/2014/11/01/u-j-i-v-a-l-i-d-i-t-a-s-d-a-n-u-j-i-r-e-l-i-a-b-i-l-i-t-a-s/>
- Bungin, B. (2005). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Kencana Prenadamedia Group.
- Burhanudin, Hidayati, & Putra. (2021). *PENGARUH PENGETAHUAN INVESTASI, MANFAAT INVESTASI, MOTIVASI INVESTASI, MODAL MINIMAL INVESTASI DAN RETURN INVESTASI TERHADAP MINAT INVESTASI DI PASAR MODAL (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mataram)*. Vol. 9, No. 1, 15–28.
- Chambali. (2010). *Analisa Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Berinvestasi Sukuk Melalui Agen Bank Syariah*.
- Chaplin, J. P. (2008). *Kamus Psikologi Lengkap*. PT Raja Grafindo.
- Crow, A., & Crow, L. D. (2006). *Educational psychology*. Littlefeld Adams and Co.

- deepublish, S. (2023, June). *Purposive Sampling: Pengertian, Jenis-Jenis, dan Contoh yang Baik dan Benar*. <https://penerbitdeepublish.com/purposive-sampling/>
- Dewi, & Caropeboka. (2018). Perilaku Generasi X dan Generasi Millennial dalam Penggunaan Media Sosial (Studi Kasus Generasi X dan Generasi Millennial di Universitas Bina Darma Palembang. *Universitas Bina Darma Palembang*.
- Elmie, & Mardiana. (2022). *Pengaruh Influencer Marketing terhadap Minat Investasi Generasi Milenial pada Surat Berharga Negara Ritel Konvensional*. <http://repo.jayabaya.ac.id/id/eprint/2573>
- Fahmi. (2012). *Pengantar Pasar Modal*. Penerbit Alfabeta.
- Fauzi. (2009). *Mohammad Fauzi, Metode Penelitian Kuantitatif*. Walisongo Press.
- Fauziyanti, & Retnosari. (2022). *Pengaruh Modal Awal Investasi, Pengetahuan Investasi, Sosial Media Influencer Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Akuntansi Universitas Tidar*.
- Firmansyah. (2022, Nopember). *Berapa Pengguna Internet Indonesia per 2022? Berikut Datanya*. <https://www.fortuneidn.com/tech/luky/berapa-pengguna-internet-indonesia-per-2022-berikut-datanya>
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS19*. Bdan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gramedia Blog. (2021). *Teori Bloom dan Cara Penerapannya dalam Sistem Pembelajaran*. <https://www.gramedia.com/literasi/teori-bloom/>
- Grid.id. (2023, March). *Mengapa Seseorang Berinvestasi di Pasar Modal?* <https://kids.grid.id/read/473714150/jawab-pertanyaan-ips-kelas-10-sma-mengapa-seseorang-berinvestasi-di-pasar-modal?page=all#:~:text=Salah%20satu%20keunggulan%20pasar%20modal,aset%20dalam%20jangka%20waktu%20tertentu.&text=Tujuan%20berinvestasi%20ialah%20untuk%20mendapatkan%20penghasilan%20atau%20peningkatan%20nilai>.
- Hadi, Mardani, & Saraswati. (2023). Pengaruh Social Media Platform , Financial Literacy, Dan Investment Motivation Terhadap Minat Berinvestasi Di Pasar Modal (Studi Kasus Pada Mahasiswa Generasi Z). *Universitas Islam Malang, 12 No. 1*. <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jrm>

- Haidir. (2019). Pengaruh Pemahaman Investasi, Dengan Modal Minimal Dan Motivasi Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Melakukan Investasi Di Pasar Modal Syariah. *Yogyakarta, Indonesia, 5 / No.2: 198-211.*
- Hidayat, A. (2011). *Regresi Linear Berganda: Penjelasan, Contoh, Tutorial.* <https://www.statistikian.com/2018/01/penjelasan-tutorial-regresi-linear-berganda.html>
- Hidayat, Muktiadji, & Supriadi. (2019). *Pengaruh Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi Di Galeri Investasi Perguruan Tinggi.*
- Ikhsan Lubis, M. (2022, Desember). *Kinerja KSPM Universitass Pekalongan Tahun 2022* [Personal communication].
- KBBI. (n.d.). *Minat.* <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/Minat>
- Kemdikbud.go.id. (n.d.). *Uji Heterokedastisitas.* https://lmsspada.kemdikbud.go.id/pluginfile.php/559876/mod_folder/content/0/PERTEMUAN%208%20UJI%20HETEROSKEDASTISITAS.pdf?forcedownload=1
- Khair. (2021). *Peran Publik Figur Dalam Optimalisasi Penghimpunan Zakat, Infaq dan Sedekah di Kabupaten Tolitoli. 1 (1), 1–15.*
- Komaria, Hardiyanti, & Lestari. (2021). *ANALISIS FAKTOR PENGETAHUAN, MOTIVASI, DAN PELATIHAN PASAR MODAL TERHADAP MINAT BERINVESTASI MAHASISWA. 1 No. 3.* <https://doi.org/10.53625/juremi.v1i3.427>
- Maharani, & Hidayah. (2021). *PERAN MEDIA SOSIAL DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN INVESTASI.* <http://dx.doi.org/10.25105/jat.v8i2.9926>
- Malik. (2017). *Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Berinvestasi di Pasar Modal Syariah Melalui Bursa Galeri Investasi UISI.*
- Mandira, & Arnata. (2023). *Pengaruh Viral Maketing, Celebrity Endorsement, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Reksadana Pada Aplikasi Bibit. 12 No. 1.*
- Nalim, & Salafudin. (2012). *Statistika Deskriptif.* Pekalongan Press.

- Nisa, & Zulaikha. (2017). *PENGARUH PEMAHAMAN INVESTASI, MODAL MINIMAL INVESTASI DAN MOTIVASI TERHADAP MINAT MAHASISWA BERINVESTASI DI PASAR MODAL (Studi pada Mahasiswa Sekolah Tinggi Kesuma Negara)*. <https://doi.org/10.51289/peta.v2i2.309>
- Nor Hadi. (2013). *Pasar Modal, Acuan Teoritis Dan Praktis Investasi Di Instrument Keuangan Pasar Modal*. Graham Ilmu.
- Nurhasanah, Martia, & Luthfiah. (2021). *Pengaruh Platform Media Sosial Terhadap Minat Generasi Milenial dalam Berinvestasi di Pasar Modal*. 5 Nomor 3.
- ojk.go.id. (2018). *Sudahkah Kamu Mandiri Secara Finansial? Buktikan dengan Enam tanda Merdeka Finansial*. <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/10456>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2021). *Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia*. 18.
- Otoritas jasa Keuangan. (2022). *Market Update Pasar Modal Syariah Indonesia*. <https://ojk.go.id/id/kanal/syariah/tentang-syariah/Documents/Pages/Pasar-Modal-Syariah/Market%20Update%20Pasar%20Modal%20Syariah%20Indonesia%20Periode%20Januari%20-%20Juni%202022.pdf>
- Pahlevi, F. S. (2021a). Legal standing influencer saham di Indonesia. *Invest Journal of Sharia & Economic Law*, 1(2), 17–41.
- Pahlevi, F. S. (2021b). *LEGAL STANDING INFLUENCER SAHAM DI INDONESIA*. Vol. 1, No. 2, December 2021 (pp. 17-41).
- Pemerintah RI. (2018). *Peraturan Pemerintah Nomor 39 Tahun 2018 tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 9 Tahun 2010 tentang Keprotokolan*. <https://peraturan.bpk.go.id>
- Pittariawati. (2020). *PENGGUNAAN MODEL PEMBELAJARAN INSIDE-OUTSIDE CIRCLE UNTUK MENINGKATKAN PEMAHAMAN SISWA SMA KELAS XI PADA MATERI TEKS PROSEDUR*. 4 Nomor 1, 73–81.
- Pratiwi. (2020). *PENGARUH PENGETAHUAN INVESTASI, MODAL AWAL INVESTASI DAN SOCIAL MEDIA INFLUENCER TERHADAP MINAT MAHASISWA BERINVESTASI DI PASAR MODAL*. <https://dspace.uui.ac.id/123456789/28263>

- PT Bursa Efek Indonesia. (n.d.). *Galeri Investasi BEI dan Komunitas Pasar Modal*. <https://www.idx.co.id/id/produk/galeri-investasi-bei-komunitas-pasar-modal>
- PT Kustodian Sentral Efek Indonesia. (2022, Nopember). *Investor Pasar Modal Tembus 10 juta*. https://www.ksei.co.id/files/uploads/press_releases/press_file/id-id/212_berita_pers_investor_pasar_modal_tembus_10_juta_20221202065619.pdf
- Raditya, Budiarta, & Suardikha. (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 di Fakultas ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana). *Bali, Indonesia*.
- Rafiq. (2020). *DAMPAK MEDIA SOSIAL TERHADAP PERUBAHAN SOSIAL SUATU MASYARAKAT. 1, No. 1*.
- Raharjo. (2017). *Makna Koefisien Determinasi (R Square) dalam Analisis Regresi Linear Berganda*". <http://www.spssindonesia.com/2017/04/maknakoeffisien-determinasi-r-square.html?m=1>
- Raharjo, S. (2014). *Uji Multikolinearitas dengan Melihat Nilai Tolerance dan VIF SPSS*",. <http://www.spssindonesia.com/2014/02/uji-multikolinearitasdengan-melihat.html?m=1>
- Riyanto. (2022). *Data (Trend) Pengguna Internet dan Sosial Media di Indonesia Tahun 2022*. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022>
- Rofiq. (2018). *Pengaruh Investment Opportunity Set (IOS) Terhadap Return Saham Perusahaan Dalam Kelompok Jakarta Islamic Index (JII) tahun 2013-2016 Dengan Struktur Modal Sebagai Variabe Intervening*.
- Sampoerna University. (2022, mei). *Pengertian Media Sosial, Sejarah, Fungsi dan Manfaatnya*. <https://www.sampoernauniversity.ac.id/id/media-sosial-adalah/>
- Sangadji, Mamang, & Sopiah. (2010). *Metodologi Penelitian: Pendekatan Praktis Dalam Penelitian*. Andi Offset.

- Saraswati, & Wirakusuma. (2018). *Pemahaman Atas Investasi Memoderasi Pengaruh Motivasi Dan Risiko Investasi Pada Minat Berinvestasi*. 24.2. <https://doi.org/10.24843/EJA.2018.v24.i02.p28>
- Sari Dewi, & Wijaya. (2018). *Investasi dan Pasar Modal Indonesia*. PT Rajagrafindo Persada.
- Sari, Putri, Arofah, & Suparlinah. (2021). *Pengaruh Motivasi Investasi, Pengetahuan Dasar Investasi, Modal Minimal, Dan Kemajuan Teknologi Terhadap Minat Investasi Mahasiswa*. 4 No. 1, 88–107.
- Setyo Widodo. (2014). *Public Figure dan Tindakan Membeli (Studi Korelasional tentang Pengaruh Penampilan Public Figure Mahfud MD dalam Iklan Tolak Angin Di Televisi Swasta Terhadap Keputusan Membeli di Kalangan Pelanggan warung Kopi di Ponorogo*.
- Sidik. (2021, Desember). *Influencer Suka Pompom Saham, Awas Hukuman Pidana Menanti!* <https://www.cnbcindonesia.com/market/20211205164105-17-296778/influencer-suka-pompom-saham-awas-hukuman-pidana-menanti>
- Sosiologi, M. (2022, Desember). *Hipotesis: Pengertian, Macam, Fungsi, dan Contohnya Lengkap*. *Hipotesis: Pengertian, Macam, Fungsi, dan Contohnya Lengkap*. <https://dosensosiologi.com/hipotesis/>
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. CV Alfabeta.
- Tandelilin. (2010). *Portofolio dan Investasi*. Penerbit Kanisius.
- Trygu. (2021). *Teori Motivasi Abraham H. Maslow dan Hubungannya dengan Minat Belajar Matematika Siswa*. Guepedia.
- Tukiran, Taniredja, Hidayati, & Mustafidah. (2012). *Penelitian Kuantitatif: Sebuah Pengantar*. Alfabeta.
- Wahid. (2022). Skripsi. In *Pengaruh SEO, Medsos dan Penerapan Khiyar Terhadap keputusan Pembelian Online Pada Mahasiswa di Kota Pekalongan*.
- Wibowo, & Purwohandoko. (2019). *Pengaruh Pengetahuan Investasi, Kebijakan Modal Minimal Investasi, dan Pelatihan Pasar Modal Terhadap Minat Investasi (Studi Kasus Mahasiswa FE Unesa Yang Terdaftar Di Galeri Investasi FE Unesa)*. VII No. 1, 192–201.

Windiarko (direktur KSPMS UIN Pekalongan). (2023, mei). *Kinerja GI dari 3 Universitas di Pekalongan* [Personal communication].

Yuliana. (2010). *Skripsi Sarjana: Investasi Produk Keuangan Syariah*.

Yuliati. (2011). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Berinvestasi Sukuk, Walisongo. XIX, No 1*.

Yusuf. (2019). *Pengaruh Kemajuan Teknologi dan Pengetahuan terhadap Minat Generasi Milenial dalam Berinvestasi di Pasar Modal*.

Zulpiana. (2019). *Pengaruh Motivasi, Pelatihan dan Returnsaham Terhadap Minat Mahasiswa STIE Nobel Indonesia Makassar Berinvestasi di Pasar Modal*.



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. IDENTITAS DIRI

Nama : DEWI AISYAH FITRIYANA
Tempat, Tanggal Lahir : Pekalongan, 16 april 1991
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : Krpyak Kidul gang 2 no. 413, Pekalongan

Pendidikan :

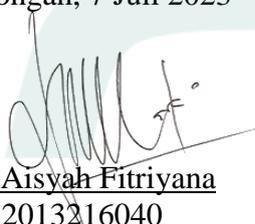
1. TK Masyitoh Pekalongan, tahun lulus 1998
2. MSI XVI Nurul Islam Pekalongan, tahun lulus 2003
3. SMP Salafiyah Pekalongan, tahun lulus 2006
4. SMK Negeri 1 Pekalongan, tahun lulus 2009

B. IDENTITAS ORANG TUA

Nama Ayah : Solachudin Hamid (Alm).
Nama Ibu : Umi Salamah
Alamat : Krpyak Kidul gang 2 no. 413, Pekalongan

Demikian daftar riwayat hidup ini penulis buat dengan benar.

Pekalongan, 7 Juli 2023


Dewi Aisyah Fitriyana
NIM. 2013216040