

DAFTAR PUSTAKA

- Anastasya Fauzianti, & Retnosari. (2022). Pengaruh Modal Awal Investasi, Pengetahuan Investasi, Sosial Media Influencer Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Akuntansi Universitas Tidar. *Jurnal Sinar Manajemen*, 9(1), 26–35.
- Abi, F. P. (2012). *Semakin Dekat dengan Pasar Modal Indonesia*. Yogyakarta: Deepublish
- Adha, S., Fahlevi, M., Rita, & Rabiah, A. S. (2020). Pengaruh Sosial Media Influencer Terhadap Pengaruh Minat Kerja Antar Brand. *Journal of Industrial Engineering & Management Research (JIEMAR) Volume: 1*(June), 70–82.
- Aini, Nur, 2019. Pengaruh Pengetahuan Dan Pemahaman Investasi, Modal Minimum Investasi, Return, Risiko Dan Motivasi Investasi Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi Di Pasar Modal (Penelitian Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Kota Malang), *E-JRA Vol. 08 No. 05 Agustus 2019*
- Ajzen, I. and Fishbein, M. 1980. *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice.Hall.
- Ajzen, I. 1991. *The Theory of Planned Behavior*. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50: 179-211.
- Al, M. H., & Adib, I. N. (2018). Perilaku Investor Individu dalam Pengambilan Keputusan Investasi Saham (Penelitian Kasus Pada Investor Saham Individu di Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 7(1), 1–9.
- Anggraini, A. A., Zanaria, Y., & Rahayu, S. R. (2021). Pengaruh Financial Literacy, Overconfidence, Modal Minimal, Pemahaman Investasi Dan Risiko Terhadap Keputusan Investasi Di Pasar Modal (Penelitian Empiris Mahasiswa Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro). *Jurnal Akuntansi AKTIVA*, 2(1), 1–11.
- Budiman, I., Maulana, Z., & Kamal, S. (2021). Pengaruh Literacy Financial, Experienced Regret, dan Overconfidence Terhadap Pengambilan Keputusan Investasi Di Pasar Modal. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, . 4(2), 321–330.
- Dewi, S. (2022). Pengaruh Efficient Market Hypothesis, Gambler's Fallacy, Familiarity Effect, Risk Perception dan Faktor Ekonomi Terhadap Keputusan Investasi. *Economics, Business and Management Science Journal*, 2(1), 39–48.
- Fahmi, Zul (2021). Pengaruh Overconfidence, Experience, dan Risk Perception Terhadap Pengambilan Keputusan Investasi Individu di Kota Makassar. *Skripsi*. Program Sarjana Universitas Islam Negeri Makassar. Makassar.

- Fareva, I., Zulaihati, S., & Sumiati, A. (2021). Pengaruh Ekspektasi Return Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Investasi Investor Mahasiswa Yang Terdaftar Di Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia. *Journal of Economy, Business*, 1(2), 141–150.
- Firdaus, Revo Gilang. (2020). Pengaruh Risiko, Return, dan Perekonomian Indonesia Terhadap Keputusan Berinvestasi Saat Covid-19. *Jurnal Pasar Modal dan Bisnis*, 2(2), 115-128.
- Fridana, I. O., & Asandimitra, N. (2020). Analisis Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Investasi (Penelitian Pada Mahasiswi Di Surabaya). *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 4(2), 396-405.
- Furwanti, R., Lestari, D. M., & Hardiyono, H. (2020). Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dan Persepsi Risiko: Preferensi Masyarakat Dalam Berinvestasi Pada Perusahaan Emiten Yang Terdaftar Di Jii. *Jurnal Ilmiah Al-Tsarwah*, 3(2), 16–34.
- Ghozali, Imam. 2011. Aplikasi analisis Multivariate dengan program SPSS. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang. 2011.
- Ghozali, H Imam. Aplikasi analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang. 2018.
- Hariyanti, N. T., & Wirapraja, A. (2018). Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Penelitian Literatur). *Jurnal Eksekutif*, 15(1), 133–146.
- Hartono, Jogiyanto. 2010. *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. BPFE Yogyakarta.
- Hermawati Nensy, Rizal Noviansyah, & Mudhofar Muhammad. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Mahasiswa Untuk Berinvestasi Di Pasar Modal. *Progress Conference*, Vol.1(Issue.1), 850–860.
- Hikmah, H., Siagian, M., & Siregar, P. (2020). Analisis Tingkat Literasi Keuangan, Experienced Regret, dan Risk Tolerance pada Keputusan Investasi di Batam. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 3(1), 138–146.
- Husnan, S. (2015). *Dasar-Dasar Teori Portofolio & Analisis Sekuritas* (5 ed.). Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Icek Ajzen, *Attitudes, Personality and Behavior* (New York: Licensing Agency Limited, 2015).
- IDX. (2021). Outperforming Expectations amidst Uncertainties. *Annual Report of IDX 2021*. (<https://www.idx.co.id/media/11311/2021-completed.pdf/> diakses 12 Desember 2022)

- IDX. (2015). Yuk Nabung Saham. (<https://yuknabungsaham.idx.co.id/> diakses 12 Desember 2022)
- Jannah, W. (2017). Analisis Fundamental, Suku Bunga, Dan Overconfidence Terhadap Pengambilan Keputusan Investasi Pada Investor Di Surabaya. *Ekspektra: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 1(2), 138–155.
- Jogiyanyto. 2017. *Teori Portofolio dan Analisis Investasi (Edisi ke 10)*. BPFE Yogyakarta.
- KSEI. Juni (2022). *Statistik Pasar Modal indonesia*. (online)([https://www.ksei.co.id/files/Statistik Publik - Juni 2022 v5.pdf/](https://www.ksei.co.id/files/Statistik_Publik_-_Juni_2022_v5.pdf/) diakses 13 Desember 2022).
- Lathifah, H. M., & Garbo, A. (2022). Investasi Saham Syariah di Tengah Pandemi COVID-19: Peran Pengetahuan Dan Social Media Influencer. *ABHATS: Jurnal Islam Ulil Albab*, 3(1), 63–75.
- Listyani, T. T., Rois, M., & Prihati, S. (2019). Analisis Pengaruh Pengetahuan Investasi, Pelatihan Pasar Modal, Modal Investasi Minimal Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Di Pasar Modal (Penelitian Pada Pt Phintraco Sekuritas Branch Office Semarang). *Jurnal Aktual Akuntansi Keuangan Bisnis Terapan (AKUNBISNIS)*, 2(1), 49-70.
- Malik, A. D. (2017). Analisa Faktor – Faktor Yang Memengaruhi Minat Masyarakat Berinvestasi Di Pasar Modal Syariah Melalui Bursa Galeri Investasi Uisi. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam (Journal of Islamic Economics and Business)*, 3(1), 61-84.
- Mardiyati, U., Ahmad, G. N., & Widiyantika, M. (n.d.). Pengaruh Persepsi return, Motivasi, Literasi Keuangan, dan Pendapatan terhadap Minat Investasi pada Mahasiswa Fe UNJ. *Skripsi*. Program Sarjana Universitas Negeri Jakarta. Jakarta.
- Marwick, Alice. 2013. *Status Update: Celebrity, Publicity, and Branding in the Social Media Age*. New haven: Yale University Press.
- Mayuni, A. A. S. P. (2022). Pengaruh Pengetahuan Investasi, Return, Risiko, Modal Minimal, Kemudahan Aplikasi Investasi Online, dan Social Media Influencer Terhadap Minat Investasi Mahasiswa di Pasar Modal (Penelitian Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha). *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha. Singaraja
- Nisa, A. (2017). Pengaruh Pemahaman Investasi, Modal Minimal Investasi dan Motivasi terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi di Pasar Modal (Penelitian pada Mahasiswa Sekolah Tinggi Kesuma Negara). *Jurnal Penelitian Teori & Terapan Akuntansi (PETA)*, 2(2), 22–35.

- Noor, Juliansyah. 2011. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Pradiaksari, E., & Isbanah, Y. (2018). Pengaruh Financial Literacy, Illusion of Control, Overconfidence, Risk Tolerance, dan Risk Perception Terhadap Keputusan Investasi Pada Mahasiswa di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 6(4), 424–434.
- Pratiwi, N. G., Wahyudi, & Siswantini, T. (2020). Analisis Keputusan Investasi Pasar Modal pada Generasi Millennial. *Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta*, 2, 556–567.
- Pratiwi, DT (2022). Pengaruh Pengetahuan Investasi, Modal Awal Investasi dan Social Media Influencer terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi di Pasar Modal. *Skripsi*. Program Sarjana Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta.
- Purboyo, Rizka Zulfikar dan Teguh Wicaksono. 2019. “Pengaruh Aktifitas Galeri Investasi, Modal Investasi, Persepsi Risiko dan Persepsi Return terhadap Minat Investasi Saham Syariah (Studi pada Mahasiswa Uniska MAB Banjarmasin).” *Jurnal Wawasan Manajemen*, 7(2), 136-150.
- Ramaeta, T (2022). *Pengaruh Modal Minimal, Pengetahuan Investasi, Return, dan Risk terhadap Minat Investasi di Pasar Modal (Penelitian Kasus: Mahasiswa FEB UNHAS)*. *Skripsi*. Program Sarjana Universitas Hasanuddin. Makassar
- Ramadhani, N. A., & Priantinah, D. (2020). Pengaruh Motivasi, Pengetahuan, Ekspektasi Return, Dan Modal Investasi Terhadap Minat Investasi Saham Pada Mahasiswa Di Yogyakarta. *Jurnal Profita: Kajian Ilmu Akuntansi*, 8(8).
- Romdioni, A. N., & Ulita, A. S. (2021). Literasi Keuangan dan Persepsi Return Terhadap Keputusan Investasi. *Musamus Accounting Journal*, 3(2), 10–19.
- Sekaran, Uma., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach* (7th Ed). United Kingdom: Wiley.
- Senft, Theresa M. 2013. “Microcelebrity and the Branded Self.” Hlm. 346–54 dalam *A Companion to New Media Dynamics*, disunting oleh J. Hartley, J. Burgess, dan A. Bruns. Blakwell Publishing.
- Sukma, dkk. (2021). Pengaruh Persepsi Return dan Persepsi Risiko pada Keputusan Berinvestasi di Saham Syariah (Penelitian Pada Galeri Investasi Syariah FEBI UIN AR-Raniry Banda Aceh). *Skripsi*. Program Sarjana Universitas Islam Negeri AR-Raniry. Banda Aceh.
- Sriatun dan Indarto (2017), Perilaku Investasi Sektor Keuangan di Kalangan Pegawai Negeri Sipil : Pengembangan Theory Planned of Behavior,” *Jurnal Manajemen* 2, no. 1 (2017): 28–47

- Sugiyono. 2013. *Cara Mudah Menyusun: Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Bandung: Alfabeta.
- Syakira, S. (2022). Pengaruh modal minimal, persepsi return, dan persepsi risiko terhadap keputusan investasi saham syariah: Penelitian pada mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung. *Skripsi*. Program Sarjana Universitas Islam Negeri Gunung Djati. Bandung.
- Sulistiyowati, A., Rianto, M. R., Handayani, M., & Bukhari, E. (2022). Pengaruh Financial Literacy, Return dan Risiko terhadap Keputusan Investasi Generasi Milenial Islam di Kota Bekasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(2), 2253.-2260.
- Susanto, A. (2018). *Pengaruh Pelatihan Pasar Modal, Return, Persepsi Risiko, Modal Minimal dan Motivasi pada Minat investasi Mahasiswa*. *Skripsi*. Program Sarjana Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta
- Suntoyo, Danang. 2013. *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: Refika Aditama.
- Tandelilin, Eduardus. 2010. *Portofolio dan Investasi Teori dan Aplikasi*. Edisi pertama. Yogyakarta: Kanisius Media
- Tandelilin, E. (2010). *Dasar-Dasar Manajemen Investasi*. Yogyakarta: Kanisius Media.
- 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(2), 2316–2341.
- Thampatty, M., & Krishnan, M. (2014). A Study on the Perception of Stock Market Investments among Government Employees in Calicut City. *Asian Journal of Management Research*, 4(3), 501–508.
- Trisnatio, & Pustikaningsih. (2017). Pengaruh Ekspektasi Return, Persepsi Terhadap Risiko , the Influence of Expectation of Return , Perception of Risk , and Self Efficacy of Faculty of Economic ' S Student At Yogyakarta. *Jurnal Fakultas Ekonomi*, 2(1), 1–15.
- Utami, A. A. (2020). Pengaruh Edukasi Pasar Modal, Ekspektasi Return, Persepsi Risiko, motivasi pada minat investasi mahasiswa. *SSRN Electronic Journal*, 3(5), 213–230.
- Wibowo, A., & Purwohandoko. (2019). Pengaruh Pengetahuan Investasi, Kebijakan Modal Minimal Investasi, Dan Pelatihan Pasar Modal Terhadap Minat Investasi (Penelitian Kasus Mahasiswa Fe Unesa Yang Terdaftar Di Galeri Investasi Fe Unesa). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 7(1), 192–201.

- Yolanda, Y., & Tasman, A. (2020). Pengaruh Financial Literacy dan Risk Perception terhadap Keputusan Investasi Generasi Millennial Kota Padang. *Jurnal Ecogen*, 3(1), 144-154.
- Yunita Alnanda Sarawatari. (2020). Pengaruh Persepsi Risiko, Ekspektasi Return, Behavioral Motivation dan Kemajuan Teknologi terhadap Keputusan Investasi di Peer to Peer Lending Syariah. In *Human Falah : Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* (Vol. 8, Issue 2).
- Zahida, A. B. (2021). Peran Literasi Keuangan, Risk Tolerance, dan Risk Perception Terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa. *Improvement: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(1), 39-46.
- Zamrodah, Y. (2016). Analisis pengaruh infrastruktur, investasi dan tenaga kerja terhadap pertumbuhan ekonomi di pulau Jawa 2017-2017. 15(2), 1–23.
- Ajzen, I. (1991). *The Theory of Planned Behavior*. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211.

LAMPIRAN

Lampiran 1**BIODATA****Identitas Diri**

Nama : A. Ahsan Amir
Tempat, Tanggal Lahir : Makassar, 25 Mei 2001
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Alamat Rumah : Royal Sentraland BTP East Sunderland E 12/06
No. HP : 082151777969
Alamat E-mail : andiahsan654@gmail.com

Riwayat Pendidikan

Pendidikan Formal

1. Tahun 2007 – 2013 : SD Negeri 1 Padduppa
2. Tahun 2013 – 2016 : SMP Negeri 1 Sengkang
3. Tahun 2016 - 2019 : SMA Negeri 7 Wajo
4. Tahun 2019 – 2023 : Universitas Hasanuddin (S1 Akuntansi)

Pendidikan Non-Formal

1. Pelatihan Basic Learning Skill, Character, and Creativity (BALANCE) Universitas Hasanuddin (2019)
2. Latihan Kepemimpinan Tingkat Pertama (LK 1) IMA FEB-UH (2020)

Riwayat Organisasi

1. Pengurus Senat FEB-UH Periode 2022

Demikian biodata ini dibuat dengan sebenar-benarnya

Makassar, 01 November 2023

A.Ahsan Amir

Lampiran 2

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH *SOCIAL MEDIA INFLUENCER*, PERSEPSI RISIKO, DAN EKSPEKTASI RETURN TERHADAP KEPUTUSAN INVESTASI DI PASAR MODAL

(Studi Investor di Kota Makassar)

Kepada Yth

Bapak/Ibu, Saudara(i)/Responden

Di Tempat

Assalamualaikum Wr.Wb

Saya A.Ahsan Amir mahasiswa Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Hasanuddin. Saat ini saya sedang memasuki semester akhir dan sedang melakukan sebuah penelitian yang dimana hasilnya akan menunjang dalam penyelesaian skripsi saya yang merupakan syarat dalam memperoleh gelar Sarjana AKuntansi (S.Ak). Oleh karena itu, saya memohon kesediaan bapak/ibu/saudara(i) untuk mengisi kuesioner penelitian saya terkait dengan "**Pengaruh *Social Media Influencer*, Persepsi Risiko, dan Ekspektasi Return terhadap Keputusan Investasi di Pasar Modal**". Adapun kriteria responden dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Berdomisili di Kota Makassar
2. Pernah/sedang melakukan aktivitas investasi di pasar modal.

Penelitian ini diharapkan memberikan hasil yang bermanfaat bagi semua pihak, oleh karena itu dimohon kesediaannya untuk mengisi atau menjawab kuesioner ini dengan sebenar-benarnya. Jawaban yang bapak/ibu/saudara(i) berikan akan dijamin kerahasiaannya dan hanya akan digunakan untuk kepentingan ilmiah.

Atas kerjasamanya dalam mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum, Wr.Wb.

A. IDENTITAS RESPONDEN

Sebelum menjawab, mohon bapak/ibu/saudara(i) mengisi identitas terlebih dahulu di bawah ini:

- Nama :
- Usia :
 1. 17-20 Tahun
 2. 21-30 Tahun
 3. 31-40 Tahun
 4. > 40 Tahun
- Pendidikan Terakhir :
 1. SMA/SMK
 2. Diploma/D3
 3. S1
 4. S2
 5. S3
- Jenis Kelamin :
 1. Laki-laki
 2. Perempuan
- Pekerjaan :
 1. Pelajar/Mahasiswa
 2. Pegawai Negeri Sipil (PNS)
 3. Pegawai Swasta
 4. Wiraswasta
- Pendapatan Perbulan :
 1. < Rp. 3.000.000
 2. Rp. 3.000.000- Rp. 4.000.000
 3. Rp. 4.000.000- Rp. 5.000.000
 4. Rp. 5.000.000- Rp. 6.000.000
 5. > Rp. 6.000.000

***Catatan:** Identitas responden tidak akan dipublikasikan, pencantuman nama semata-mata hanya sebagai upaya agar penelitian ini dapat dipertanggungjawabkan secara akademik. Terima kasih.

B. PETUNJUK PENGISIAN

Pilihlah jawaban yang sesuai dengan anda, dengan memberikan tanda (√) pada jawaban yang anda pilih

Keterangan :

1. STS = Sangat Tidak Setuju
2. TS = Tidak Setuju
3. KS = Kurang Setuju
4. S = Setuju
5. SS = Sangat Setuju

C. DAFTAR PERNYATAAN

1. Social Media Influencer

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1.	Influencer yang mengunggah konten investasi adalah influencer yang populer dan sering menjadi sorotan atas apa yang dibahas.					
2.	Influencer yang mengunggah informasi tentang pasar modal membuat saya tertarik untuk mencari tahu tentang pasar modal.					
3.	Influencer yang mengunggah konten tentang investasi membuat saya mencari tahu lebih jauh tentang investasi tersebut.					
4.	Setelah melihat unggahan influencer mengenai kegiatan investasi mereka, saya berkeinginan untuk mulai berinvestasi.					
5.	Setelah melihat unggahan influencer mengenai pasar modal, saya tertarik untuk berinvestasi di pasar modal.					
6.	Setelah melihat unggahan influencer mengenai investasi, saya memiliki keinginan untuk berinvestasi seperti mereka.					
7.	Unggahan influencer tentang investasi membuat saya percaya untuk mulai berinvestasi					

8.	Unggahan influencer tentang investasi menjadi pertimbangan saya untuk berinvestasi di pasar modal.					
9.	Unggahan influencer tentang investasi memberikan informasi yang membuat saya yakin berinvestasi.					

2. Persepsi Risiko

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1.	Sebelum berinvestasi saya mengetahui beberapa risiko dalam berinvestasi di pasar modal					
2.	Bagi saya investasi dengan tingkat risiko tinggi, tetapi returnnya juga tinggi adalah tantangan yang menarik.					
3.	Mengukur tingkat risiko investasi membantu saya dalam meminimalisir terjadinya kerugian.					
4.	Saya berpersepsi tetap berinvestasi, walaupun terdapat risiko yang membuat kebutuhan saya terhambat.					
5.	Saya berpersepsi berani memilih risiko investasi yang lebih tinggi, karena mengharapkan tingkat return yang tinggi pula.					
6.	Sebelum melakukan investasi, saya memikirkan risiko yang mungkin akan terjadi.					

3. Ekspektasi Return

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1.	Investasi di pasar modal memberikan return yang menarik dan kompetitif dibanding dengan menabung di bank					

2.	Investasi di pasar modal memberikan keuntungan yang sebanding dengan besarnya resiko yang ada					
3.	Jumlah keuntungan yang diperoleh dari investasi di pasar modal menjadi pertimbangan saya melakukan investasi					
4.	Saya melakukan investasi dengan harapan mendapatkan keuntungan yang berlipat					
5.	Keuntungan yang didapat dari investasi adalah dividen dan capital gain					

4. Keputusan Investasi

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1.	Saya berinvestasi dipasar modal karena dibawah pengawasan OJK.					
2.	Saya yakin berinvestasi di pasar modal karena aman.					
3.	Bursa Efek Indonesia sebagai regulator pasar modal di Indonesia.					
4.	Saya merasa aman untuk menginvestasikan uang di pasar modal karena dilindungi oleh Pemerintah dan Undang-Undang.					
5.	Saya dengan mudah mendapatkan informasi terbaru mengenai saham melalui internet.					
6.	Saya selalu melihat pergerakan harga saham melalui aplikasi atau siaran berita.					
7.	Saya selalu memperbaharui informasi mengenai kondisi Ekonomi terkini karena dapat mempengaruhi perdagangan saham.					
8.	Saya memperdalam analisis penilaian saham melalui buku dan media sosial.					
9.	Saya menganalisis pergerakan harga saham perusahaan melalui analisis teknik sebelum membeli saham perusahaan tersebut.					

Lampiran 3

TABEL STATISTIK DESKRIPTIF

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Social Media Influencer	100	30	44	38.36	3.448
Persepsi Risiko	100	9	29	26.13	2.360
Ekspektasi Return	100	13	25	21.5	1.992
Keputusan Investasi	100	31	45	39.24	3.055
Valid N (listwise)	100				

Lampiran 4

OUTPUT HASIL PENGUJIAN DATA

1. HASIL UJI VALIDITAS

a. Social Media Influencer

		Correlations									Social Media Influencer
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	
X1.1	Pearson Correlation	1	.453**	.196	.332**	.335**	.403**	.309**	.387**	.436**	.704**
	Sig. (2-tailed)		.000	.051	.001	.001	.000	.002	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.453**	1	.346**	.154	.288**	.418**	.280**	.248*	.386**	.646**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.126	.004	.000	.005	.013	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.196	.346**	1	.181	-.077	.356**	.254*	.268**	.236*	.490**
	Sig. (2-tailed)	.051	.000		.072	.449	.000	.011	.007	.018	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.332**	.154	.181	1	.195	.223*	.304**	.349**	.361**	.570**
	Sig. (2-tailed)	.001	.126	.072		.051	.026	.002	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.335**	.288**	-.077	.195	1	.323**	.146	.203*	.124	.470**
	Sig. (2-tailed)	.001	.004	.449	.051		.001	.146	.043	.220	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.6	Pearson Correlation	.403**	.418**	.356**	.223*	.323**	1	.289**	.258**	.391**	.668**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.026	.001		.004	.009	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.7	Pearson Correlation	.309**	.280**	.254*	.304**	.146	.289**	1	.267**	.449**	.613**
	Sig. (2-tailed)	.002	.005	.011	.002	.146	.004		.007	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.8	Pearson Correlation	.387**	.248*	.268**	.349**	.203*	.258**	.267**	1	.300**	.614**
	Sig. (2-tailed)	.000	.013	.007	.000	.043	.009	.007		.002	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.9	Pearson Correlation	.436**	.386**	.236*	.361**	.124	.391**	.449**	.300**	1	.677**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.018	.000	.220	.000	.000	.002		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Social Media Influencer	Pearson Correlation	.704**	.646**	.490**	.570**	.470**	.668**	.613**	.614**	.677**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

b. Persepsi Risiko

		Correlations						Persepsi Risiko
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	
X2.1	Pearson Correlation	1	.274**	.118	.182	.448**	.394**	.637**
	Sig. (2-tailed)		.006	.242	.070	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.274**	1	.200*	.182	.219*	.375**	.624**
	Sig. (2-tailed)	.006		.046	.070	.028	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.118	.200*	1	.191	.171	.113	.471**
	Sig. (2-tailed)	.242	.046		.057	.089	.262	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.182	.182	.191	1	.175	.337**	.611**
	Sig. (2-tailed)	.070	.070	.057		.082	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.448**	.219*	.171	.175	1	.281**	.593**
	Sig. (2-tailed)	.000	.028	.089	.082		.005	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.6	Pearson Correlation	.394**	.375**	.113	.337*	.281**	1	.705**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.262	.001	.005		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Persepsi Risiko	Pearson Correlation	.637**	.624**	.471**	.611*	.593**	.705**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

c. Ekspektasi Return

		Correlations					Ekspektasi Return
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	
X3.1	Pearson Correlation	1	.455**	.193	.226*	.433**	.716**
	Sig. (2-tailed)		.000	.055	.024	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.455**	1	.391**	.115	.492**	.767**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.255	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.193	.391**	1	.241*	.279**	.630**
	Sig. (2-tailed)	.055	.000		.016	.005	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.226*	.115	.241*	1	.045	.486**
	Sig. (2-tailed)	.024	.255	.016		.655	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	.433**	.492**	.279**	.045	1	.676**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.005	.655		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Ekspektasi Return	Pearson Correlation	.716**	.767**	.630**	.486**	.676**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

d. Keputusan Investasi

		Correlations									Keputusan Investasi
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	
Y.1	Pearson Correlation	1	.269**	.144	.264**	.122	.276**	.254*	.203*	.020	.510**
	Sig. (2-tailed)		.007	.154	.008	.226	.006	.011	.042	.842	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.2	Pearson Correlation	.269**	1	.184	.249*	.172	.347**	.380**	.163	.167	.611**
	Sig. (2-tailed)	.007		.067	.012	.087	.000	.000	.105	.098	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.3	Pearson Correlation	.144	.184	1	.273**	-.019	.173	.203*	.336**	.345**	.549**
	Sig. (2-tailed)	.154	.067		.006	.848	.085	.043	.001	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.4	Pearson Correlation	.264**	.249*	.273**	1	.067	.070	.252*	.207*	.115	.510**
	Sig. (2-tailed)	.008	.012	.006		.510	.491	.011	.038	.257	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.5	Pearson Correlation	.122	.172	-.019	.067	1	.009	.111	-.044	.063	.300**
	Sig. (2-tailed)	.226	.087	.848	.510		.926	.272	.663	.535	.002
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.6	Pearson Correlation	.276**	.347**	.173	.070	.009	1	.276**	.137	.220*	.524**
	Sig. (2-tailed)	.006	.000	.085	.491	.926		.005	.173	.028	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.7	Pearson Correlation	.254*	.380**	.203*	.252*	.111	.276**	1	.323**	.380**	.661**
	Sig. (2-tailed)	.011	.000	.043	.011	.272	.005		.001	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.8	Pearson Correlation	.203*	.163	.336**	.207*	-.044	.137	.323**	1	.419**	.583**
	Sig. (2-tailed)	.042	.105	.001	.038	.663	.173	.001		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.9	Pearson Correlation	.020	.167	.345**	.115	.063	.220*	.380**	.419**	1	.571**
	Sig. (2-tailed)	.842	.098	.000	.257	.535	.028	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Keputu san Investa si	Pearson Correlation	.510**	.611**	.549**	.510**	.300**	.524**	.661**	.583**	.571**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.002	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

2. HASIL UJI RELIABILITAS

a. Social Media Influencer

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.784	9

b. Persepsi Risiko

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.656	6

c. Ekspektasi Return

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.671	5

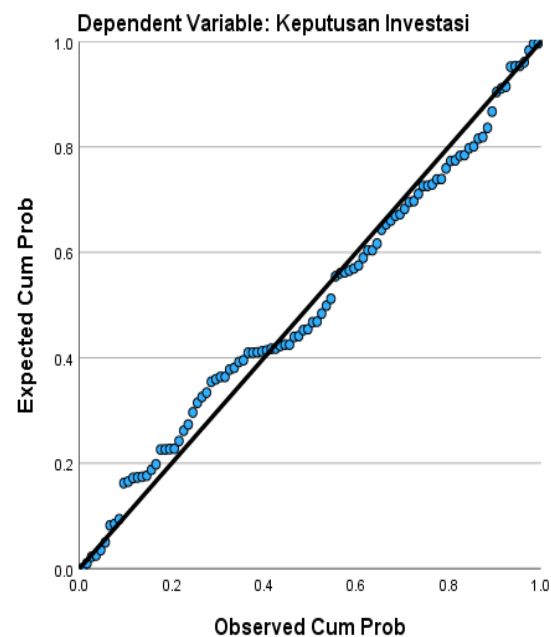
d. Keputusan Investasi

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.691	9

3. HASIL UJI NORMALITAS

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		100	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	2.19393821	
Most Extreme Differences	Absolute	.072	
	Positive	.057	
	Negative	-.072	
Test Statistic		.072	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	.224	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.213
		Upper Bound	.234

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 299883525.

4. HASIL UJI MULTIKOLINEARITAS

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Social Media Influencer	.711	1.407
	Persepsi Risiko	.982	1.018
	Ekspektasi Return	.716	1.397

a. Dependent Variable: Keputusan Investasi

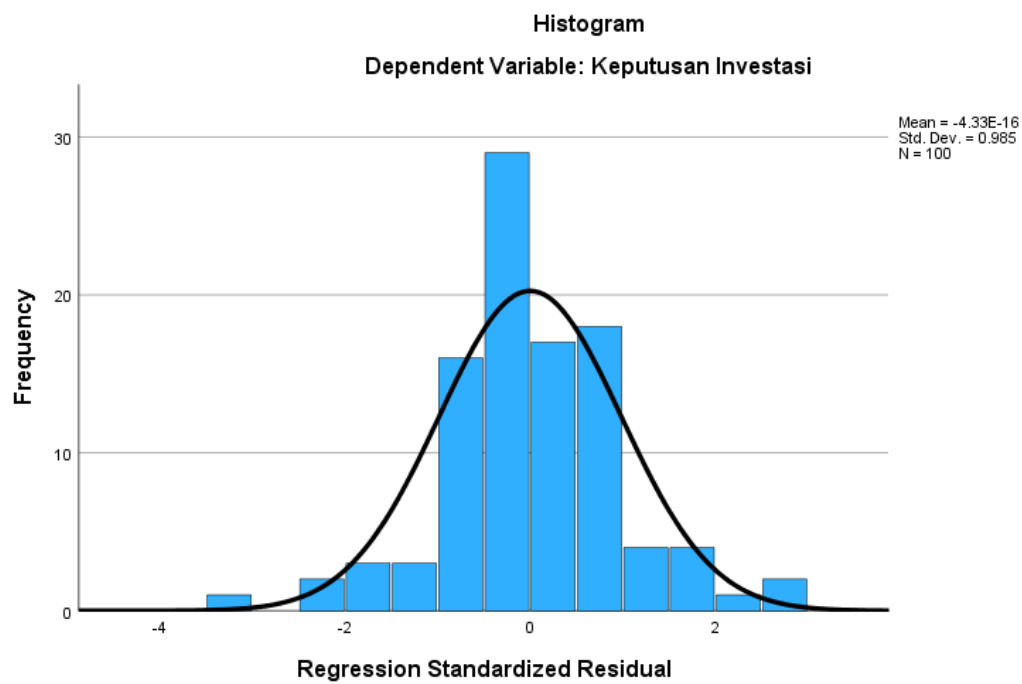
5. HASIL UJI HETEROSKEDASTISITAS

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.158	2.197		3.714	.000
	Social Media Influencer	-.076	.048	-.181	-1.584	.116
	Persepsi Risiko	-.026	.060	-.042	-.434	.665
	Ekspektasi Return	-.136	.083	-.188	-1.648	.103

a. Dependent Variable: Keputusan Investasi

6. CHART



Lampiran 5

HASIL UJI HIPOTESIS

1. HASIL UJI HIPOTESIS KOEFESIEN DETERMINASI (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.696 ^a	.484	.468	2.228

a. Predictors: (Constant), Ekspektasi Return, Persepsi Risiko, Social Media Influencer

b. Dependent Variable: Keputusan Investasi

2. HASIL UJI SIMULTAN (Uji F)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	447.717	3	149.239	30.066	.000 ^b
	Residual	476.523	96	4.964		
	Total	924.240	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Investasi

b. Predictors: (Constant), Ekspektasi Return, Persepsi Risiko, Social Media Influencer

3. HASIL UJI PARSIAL (Uji t)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.326	3.530		3.209	.002
	Social Media Influencer	.240	.077	.270	3.111	.002
	Persepsi Risiko	.083	.096	.064	.869	.387
	Ekspektasi Return	.770	.133	.502	5.794	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Investasi