

SKRIPSI

PENGARUH LITERASI KEUANGAN, PSIKOLOGI INVESTASI, DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BERINVESTASI SAHAM (Studi Pada Mahasiswa Di Kota Makassar)

ADRIANI USMAN



**DEPARTEMEN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2023**

SKRIPSI

PENGARUH LITERASI KEUANGAN, PSIKOLOGI INVESTASI, DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BERINVESTASI SAHAM (Studi Pada Mahasiswa Di Kota Makassar)

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi

disusun dan diajukan oleh

**ADRIANI USMAN
A021191002**



Kepada

**DEPARTEMEN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2023**

SKRIPSI

PENGARUH LITERASI KEUANGAN, PSIKOLOGI INVESTASI, DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BERINVESTASI SAHAM (Studi Pada Mahasiswa Di Kota Makassar)

disusun dan diajukan oleh

ADRIANI USMAN
A021191002

telah diperiksa dan disetujui

Makassar, 9 Agustus 2023

Pembimbing Utama



Prof. Dr. H. Jusni, S.E., M.Si
NIP. 196101051990021002

Pembimbing Pendamping



Dr. Andi Aswan, S.E., MBA., M.Phil
NIP. 197705102006041003

Ketua Departemen Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Hasanuddin



Dr. Andi Aswan, S.E., MBA., M.Phil
NIP. 197705102006041003

SKRIPSI

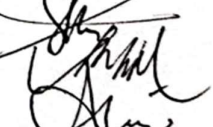
HPENGARUH LITERASI KEUANGAN, PSIKOLOGI INVESTASI, DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BERINVESTASI SAHAM (Studi Pada Mahasiswa Di Kota Makassar)

disusun dan diajukan oleh

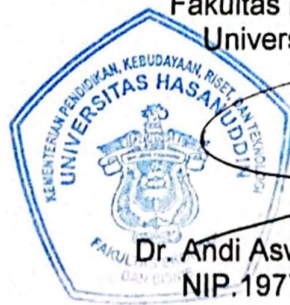
ADRIANI USMAN
A021191002

telah dipertahankan dalam sidang ujian skripsi
pada tanggal 9 Agustus 2023 dan
dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui,
Panitia Penguji

No.	Nama Penguji	Jabatan	TandaTangan
1.	Prof. Dr. H. Jusni, S.E.,M.Si	Ketua	1. 
2.	Dr. Andi Aswan, S.E.,MBA.,M.Phil	Sekretaris	2. 
3.	Prof. Dr. H. Muhammad Ali, S.E.,M.S	Anggota	3. 
4.	Dr. Hj. Andi Ratna Sari Dewi, S.E.,M.Si.,WPPE.,WMI.,CRA.,CBOA	Anggota	4. 

Ketua Departemen Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Hasanuddin




Dr. Andi Aswan, S.E.,MBA.,M.Phil
NIP.197705102006041003

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Adriani Usman
NIM : A021191002
Jurusan/Program Studi : Manajemen

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang berjudul

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN, PSIKOLOGI
INVESTASI, DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT
BERINVESTASI SAHAM
(Studi Pada Mahasiswa Di Kota Makassar)**

Adalah karya ilmiah saya sendiri dan sepanjang sepengetahuan saya di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut dan diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No.20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan 70).

Makassar, 9 Agustus 2023

Yang membuat pernyataan,



Adriani Usman

PRAKATA

Bismillahirrahmanirrahiim. Alhamdulillahrabbi 'alamin. Segala puji bagi Allah SWT atas segala rahmat-Nya sehingga rangkaian skripsi ini dapat terselesaikan. Sholawat dan salam yang tiada pernah terputus sampai kepada Nabi Muhammad SAW yang menjadi pemimpin paling bijaksana bagi umat islam.

Skripsi ini berjudul **“Pengaruh Literasi Keuangan, Psikologi Investasi, dan Media Sosial Terhadap Minat Berinvestasi Saham (Studi Pada Mahasiswa di Kota Makassar)”**. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak lepas dari segala kesalahan dan kekurangan. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan saran dan kritik dari pembaca sebagai bahan masukan sehingga berguna baik bagi penulis maupun bagi pembaca pada umumnya.

Pada kesempatan ini, penulis akan mencoba menyampaikan rasa terimakasih yang teramat sangat kepada seluruh manusia baik hati yang telah memberikan bantuan dalam bentuk apapun sehingga skripsi ini bisa selesai. Penulis mengakui, dalam penyusunan skripsi ini banyak kendala dan kesulitan yang terjadi. Namun, berkat rahmat Allah Swt. melalui petunjuk, arahan, dan bantuan moril dan materil dari berbagai pihak, semua kendala dan kesulitan itu bisa terselesaikan dengan baik. Berikut penulis akan mencoba menggambarkan satu persatu rasa terimakasih dan sukacita meskipun sebenarnya lebih dari itu, kepada:

1. Kepada Keluarga penulis ucapkan sangat banyak terima kasih untuk Ayahanda Usman dan Ibunda Diana serta kak Ahmadi, kak Ramdhani, dan kak Mahathir yang selalu memberikan kasih dan sayang yang tiada habisnya, membantu dari segala aspek kebutuhan dan keperluan penulis

dan yang terpenting dukungan semangat dan doa yang tiada pula hentinya di setiap proses perjalanan hidup peneliti.

2. Prof. Dr. Abdul Rahman Kadir, M.Si.,CIPM., CWM., CRA., CRP selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
3. Bapak Dr. Andi Aswan, SE.,MBA.,M.Phil sebagai Ketua Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin dan selaku dosen pembimbing II penulis.
4. Bapak Dr. Mursalim Nohong, SE.,M.Si selaku pembimbing akademik yang telah memberi nasihat terkait akademik kepada penulis selama kuliah.
5. Bapak Prof. Dr. H. Jusni, S.E.,M.Si selaku dosen pembimbing I penulis selama penyusunan skripsi ini, yang telah memberikan bantuan berupa masukan, arahan, saran, dan kritik serta meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Prof. Dr. H. Muhammad Ali, S.E.,M.S dan Ibu Dr. Hj. Andi Ratna Sari Dewi, S.E.,M.Si.,WPPE.,WMI.,CRA.,CBOA selaku dosen penguji yang telah memberikan kritik dan saran yang dapat membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya.
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis sebagai pendidik yang telah membimbing penulis secara formal dalam bentuk pemberian materi kuliah sesuai disiplin ilmu penulis.
8. Seluruh Staf Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin yang telah dengan sabar memfasilitasi dan membantu penulis dalam hal administrasi mulai dari penulis menjadi mahasiswa baru tahun 2019 sampai dengan tahun 2023 ini.

9. Terima kasih juga tentunya tak terlupakan untuk responden yaitu teman-teman Mahasiswa kota Makassar yang telah meluangkan waktunya untuk membantu peneliti dalam mendapatkan data yang diperlukan sehingga penelitian ini bisa terlaksana dengan baik dan tepat pada waktunya.
10. Untuk Pengurus staf TB.22 yaitu Nabila, Hera, Siska, Nuzul, Yohan, Sinar, Rifal, Aul, Citra, Adza, Rani, Fiqhi, Lena, Syifa, Fatim, Revi, Isna, dan teman-teman kopma lainnya yaitu Kak Dandi, Ummi, Mae, Nunu, Zahra, Tristan, Barak, Syahrul, Dhafa, kak Taufik. Terima kasih telah mewarnai masa kuliah penulis dan juga bantuannya selama ini.
11. Untuk Teman-teman Fakultas Ekonomi dan Bisnis 2019 yang sudah menjadi tempat berdiskusi dan bertukar pikiran bagi penulis untuk mengerjakan tugas-tugas kuliah maupun lainnya.
12. Untuk Bestie yaitu Echa, Sabita, Audry, Mustika, Nurul, Syarisa, Nisa, Danti, Alisha, Naya, Dinar, Cici, Fifi, Puma, Amel, dan Tri. Terima kasih telah menjadi sahabat maupun teman terbaik yang selalu menemani penulis dalam keadaan susah maupun senang.
13. Untuk Teman penulis yaitu kak Dian yang telah menemani penulis sejak semester tiga hingga saat ini. Terima kasih telah mengajarkan banyak hal, menjadi tempat bertukar cerita, selalu menemani penulis dalam penyusunan skripsi ini, dan tak lupa motivasi dan semangat yang selalu diberikan.
14. Dan semua pihak yang telah membantu baik bantuan moril maupun materil terutama teman baru penulis yaitu Arif dan yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu. Terima kasih yang teramat sangat dan semoga dilain waktu kita dapat bertemu dan penulis mendapat kesempatan untuk membalas kebaikan kalian.

Demikian skripsi ini dibuat, penulis menyadari bahwa masih begitu banyak kekurangan yang terdapat dalam skripsi ini. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan. Selanjutnya, apabila terdapat kesalahan apapun yang tersaji dalam skripsi ini, penulis memohon maaf yang sebesar-besarnya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak yang berkepentingan. Akhir kata saya ucapkan sekian dan terima kasih.

Makassar, 9 Agustus 2023



Adriani Usman

ABSTRAK

PENGARUH LITERASI KEUANGAN, PSIKOLOGI INVESTASI, DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BERINVESTASI SAHAM (Studi Pada Mahasiswa Di Kota Makassar)

Adriani Usman
Jusni
Andi Aswan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Literasi keuangan, psikologi investasi, dan media sosial terhadap minat berinvestasi saham pada mahasiswa di kota Makassar. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Adapun sumber data yang digunakan adalah data primer berupa penyebaran kuesioner. Sampel yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 240 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan metode *quota sampling*. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan, psikologi Investasi, dan Media sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi saham mahasiswa di kota Makassar.

Kata kunci: literasi keuangan, psikologi investasi, media sosial, minat berinvestasi

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF FINANCIAL LITERACY, INVESTMENT PSYCHOLOGY, AND SOCIAL MEDIA TOWARD STOCK INVESTMENT INTENTION (Study On Students In Makassar City)

Adriani Usman
Jusni
Andi Aswan

This research aimed to assess the impact of financial literacy, investment psychology and social media toward stock investment intention in Makassar City. This research used a quantitative method. The data of this research was based on a primary data which was 240 respondents. Sampling technique was sampling quota technique. The result of the research showed that financial literacy, investment psychology and social media had a positive and significant impact on students' stock investment intention in Makassar city.

Keywords: financial literacy, investment psychology, social media, investment intention

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	v
PRAKATA.....	vi
ABSTRAK.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Kegunaan Penelitian	6
1.4.1 Kegunaan Teoritis	6
1.4.2 Kegunaan Praktis	7
1.5 Sistematika Penelitian	7
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	 9
2.1 Tinjauan Teori dan Konsep	9
2.1.1 <i>Theory of Planned Behaviour</i>	9
2.1.2 Minat Berinvestasi	10
2.1.3 Saham.....	12
2.1.4 Literasi Keuangan.....	12
2.1.5 Psikologi Invstasi.....	14
2.1.6 Media Sosial.....	15
2.2 Tinjauan Empirik	17
2.3 Kerangka Pemikiran	19
2.4 Hipotesis	19
 BAB III METODE PENELITIAN.....	 22
3.1 Rancangan Penelitian	22
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	22
3.3 Populasi dan Sampel	22
3.4 Jenis dan Sumber Data	24
3.5 Teknik Pengumpulan Data	25
3.6 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	26
3.7 Instrumen Penelitian.....	28
3.7.1 Uji Validitas	28
3.7.2 Uji Reliabilitas	28
3.8 Analisis Data	29
3.8.1 Analisis Deskriptif	29
3.8.2 Uji Asumsi Klasik.....	29
3.8.3 Analisis Regresi Linear berganda	32

3.9 Pengujian Hipotesis.....	33
3.9.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	33
3.9.2 Uji Parsial (Uji t).....	34
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	35
4.1 Analisis Karakteristik Responden	35
4.2 Analisis Dekripsi Variabel.....	37
4.3 Hasil Uji Validitas	41
4.4 Hasil Uji Reliabilitas	44
4.5 Pengujian Asumsi Klasik	44
4.5.1 Uji Normalitas	44
4.5.2 Uji Multikolinieritas.....	46
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas	47
4.5.4 Uji Autokorelasi	49
4.6 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	50
4.7 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	56
4.8 Hasil Uji Koefisien Determinasi	65
4.9 Pembahasan	66
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	72
5.1 Kesimpulan	72
5.2 Saran	72
 DAFTAR PUSTAKA.....	73
LAMPIRAN	79

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1 Ringkasan Hasil Penelitian Terdahulu.....	17
3.1 Target Responden Berdasarkan <i>Quota Sampling</i>	23
3.2 Alternatif Jawaban dan Penentuan Skor	26
3.3 Definisi Operasional Variabel	27
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	35
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Perguruan Tinggi ...	36
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas.....	36
4.4 Hasil Analisis Deskripsi Variabel Literasi Keuangan.....	38
4.5 Hasil Analisis Deskripsi Variabel Psikologi Investasi	39
4.6 Hasil Analisis Deskripsi Variabel Media Sosial	39
4.7 Hasil Analisis Deskripsi Variabel Minat Berinvestasi	40
4.8 Hasil Uji Validitas	41
4.9 Distribusi Nilai R_{tabel}	43
4.10 Hasil Uji Reliabilitas	44
4.11 Hasil Uji <i>One Sample Kolmogorov Smirnov</i>	46
4.12 Hasil Uji Multikolonieritas	47
4.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Glesjer.....	48
4.14 Hasil Uji Autokorelasi	49
4.15 <i>Durbin-Watson d Statistic: Significance point for DL and DU at 0,05 level of Significance</i>	50
4.16 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	50
4.17 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda Berdasarkan Jenis Kelamin	51

4.18	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda Berdasarkan Asal Perguruan Tinggi.....	53
4.19	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda Berdasarkan Fakultas..	55
4.20	Hasil Uji Parsial (Uji t)	57
4.21	Distribusi Nilai t_{tabel}	58
4.22	Hasil Uji Parsial (Uji t) Berdasarkan Jenis Kelamin	59
4.23	Hasil Uji Parsial (Uji t) Berdasarkan Perguruan Tinggi	61
4.24	Hasil Uji Parsial (Uji t) Berdasarkan Fakultas	63
4.25	Hasil Uji Koefisien Determinasi	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar		Halaman
2.3	Kerangka Konseptual.....	19
4.1	Grafik Normal P-P Plot.....	45

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN	80
LAMPIRAN 2 TABULASI DATA	87
LAMPIRAN 3 PENENTUAN RANGE	91
LAMPIRAN 4 OUTPUT SPSS	99
LAMPIRAN 5 TABEL DISTRIBUSI NILAI.....	121
LAMPIRAN 6 BIODATA PENULIS.....	126

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan ekonomi sangat penting dalam suatu negara. Pertumbuhan ekonomi yang baik dapat menjadi indikasi keberhasilan pembangunan negara. Pembangunan ekonomi memerlukan dukungan investasi yang merupakan salah satu sumber utama pertumbuhan ekonomi. Kegiatan penanaman modal menghasilkan investasi yang akan terus menambah stok modal (*capital stock*). Selanjutnya peningkatan stok modal akan meningkatkan produktivitas serta kapasitas dan kualitas produksi, yang pada gilirannya dapat mendorong pertumbuhan ekonomi dan meningkatkan penyerapan tenaga kerja. Oleh karena itu, Investor masa kini perlu memperhatikan literasi keuangan, memahami psikologi investasi, dan menyadari pengaruh media sosial agar dapat mengambil keputusan investasi yang terinformasi.

Berdasarkan hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2022 menunjukkan indeks literasi keuangan masyarakat Indonesia berada di level 49,68 persen naik dibanding tahun 2019 yang hanya 38,03 persen (OJK, 2022). Meski membaik dibanding tahun-tahun sebelumnya, tingkat literasi keuangan tersebut masih tergolong rendah. Indeks literasi keuangan sebesar 49,68% itu menunjukkan, dari setiap 100 jiwa penduduk hanya ada sekitar 49 orang yang memiliki pemahaman tentang lembaga keuangan dan produk jasa keuangan dengan baik. Dengan demikian terdapat 51 jiwa penduduk lainnya yang belum memiliki literasi keuangan. Kepala Departemen Literasi, Inklusi Keuangan, dan Komunikasi Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Aman Santosa

mengungkap literasi keuangan yang rendah merupakan pangkal dari tingginya pengaduan masyarakat terhadap layanan jasa keuangan, termasuk pengaduan terkait investasi bodong, pengaduan pinjol ilegal, dan lain-lainnya (Liputan6.com, 2023). Fenomena tersebut marak terjadi lantaran masih rendahnya literasi keuangan oleh masyarakat Indonesia. Sehingga, masyarakat tidak memiliki cukup informasi dalam memilih produk keuangan yang legal.

Literasi keuangan yang dimaksud di sini adalah pemahaman mengenai fitur, manfaat, risiko, serta hak dan kewajiban terkait produk dan layanan jasa keuangan. Literasi keuangan juga mengukur tingkat keterampilan, sikap, serta perilaku yang benar dalam menggunakan produk dan layanan jasa keuangan. Literasi keuangan dapat memberikan pengaruh terhadap meningkatkan minat untuk berinvestasi seseorang dalam pengelolaan keuangan yang lebih baik (Saputra et al., 2021). Orang yang memiliki pengetahuan literasi keuangan dengan baik maka akan mempertimbangkan segala sesuatu yang berkaitan dengan keuangan secara bijak. Oleh karena itu, melakukan investasi harus memiliki pemahaman dan pengetahuan yang cukup untuk suatu pengambilan keputusan sehingga nantinya tidak menimbulkan kerugian.

Seorang investor dalam mengambil keputusan berinvestasi sangat dipengaruhi oleh faktor psikologi (Wahyuni & Pramono, 2021). Faktor psikologis secara alamiah ada dalam setiap manusia dan mempengaruhi setiap keputusan, termasuk keputusan investasinya (Ton dan Dao, 2014). Para peneliti perilaku keuangan mempercayai bahwa keputusan investor dipengaruhi oleh persepsi dan keyakinan dari masing-masing investor (Gitman dan Joehnk, 2008). Menurut Hermalin & Isen (2000), proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh investor pasti melibatkan emosinya.

Pengaruh emosi terhadap keputusan investasi sering menyebabkan investor bersikap irasional. Dengan adanya risiko yang dihadapi oleh investor dalam berinvestasi, maka seorang investor harus dapat mengambil keputusan secara tepat. Kenyataannya investor sering membuat keputusan investasi secara tidak rasional. Dalam situasi berisiko, terdapat emosi dan faktor psikologis yang turut berpengaruh terhadap keputusan investasi. Hal ini seringkali menyebabkan investor berperilaku tidak rasional dan membuat kesalahan sistematis atas keputusannya.

Saat ini, media sosial umumnya digunakan lebih untuk gaya hidup, interaksi sosial, dan hiburan daripada sebagai platform langsung untuk investasi. Mayoritas pengguna media sosial menggunakan platform tersebut untuk berbagi momen pribadi, mengikuti teman-teman, selebriti, atau akun-akun yang relevan dengan minat mereka, dan menghabiskan waktu dengan konten yang menghibur. Media sosial juga sering digunakan untuk mengikuti tren mode, makanan, perjalanan, dan gaya hidup lainnya. Pengguna sering membagikan foto-foto kegiatan sehari-hari, makanan yang mereka makan, destinasi wisata yang mereka kunjungi, atau produk-produk yang mereka sukai. Ini mencerminkan dominasi gaya hidup dan aspek sosial dalam penggunaan media sosial saat ini.

Meskipun ada konten terkait investasi yang tersebar di media sosial, seperti berita pasar, analisis keuangan, atau panduan investasi, namun konten tersebut cenderung menjadi bagian kecil dari keseluruhan konten yang tersedia di platform tersebut. Penggunaan media sosial untuk investasi masih kurang populer dan belum sepenuhnya dimanfaatkan oleh banyak pengguna. Secara umum, media sosial masih lebih banyak digunakan sebagai sarana untuk

berinteraksi sosial dan menampilkan gaya hidup daripada untuk tujuan investasi. Meskipun lembaga keuangan telah melakukan promosi terkait produk keuangan tetapi efektivitas dan tingkat keterlibatan dalam promosi tersebut masih minim karena hanya nampak pada orang yang memiliki minat khusus dalam dunia keuangan dan investasi.

Dengan demikian, literasi keuangan yang baik membantu masyarakat memahami investasi, psikologi investasi membantu mengenali dan mengatasi bias psikologis yang dapat mempengaruhi keputusan investasi, sementara media sosial memberikan akses ke informasi dan komunitas terkait investasi. Kombinasi dari ketiga faktor ini dapat berkontribusi pada peningkatan minat dan partisipasi masyarakat dalam kegiatan investasi. Tak bisa dipungkiri bahwa mahasiswa merupakan salah satu calon investor muda yang paling menarik karena mahasiswa sering kali merupakan calon profesional yang akan memasuki pasar kerja dan menghasilkan pendapatan. Investasi pada mahasiswa dapat memberikan keuntungan di masa depan ketika mereka memiliki pendapatan yang stabil dan mampu menginvestasikan lebih banyak sumber daya ke dalam portofolio mereka.

Investasi yang paling cocok untuk mahasiswa adalah investasi saham di pasar modal karena murah, cepat, transparan, dan memiliki *return* yang tinggi. Berdasarkan data Kustodian Efek Indonesia (KSEI), jumlah investor pasar modal RI sampai dengan akhir tahun 2022 mencapai 10,3 juta SID. Dengan jumlah investor saham dan surat berharga lainnya tercatat sebesar 4,4 juta SID. Jika dibandingkan dengan total penduduk Indonesia saat ini secara keseluruhan, maka jumlah investor saham masih terlalu kecil yaitu sebesar 1,64% dari total populasi penduduk Indonesia per akhir Januari 2023 yakni 273,5 juta (Databoks,

2023). Angka tersebut mengindikasikan bahwa masyarakat Indonesia masih minim berinvestasi.

Investasi belum bisa dengan mudah diadopsi sebagai bagian gaya hidup. Kebanyakan masyarakat Indonesia masih begitu mengandalkan cara lama dalam mengelola keuangannya: simpanan bank, emas, atau menumpuk uang tunai di rumah. Hasil riset Diverse Asia yang dirilis Manulife Investment Management (MIM) pada 2022 mencatat secara rata-rata responden Indonesia mengalokasikan 37% asetnya dalam bentuk tunai dan simpanan bank, hanya 29% dalam alternatif investasi seperti saham, obligasi, reksa dana, ETF (*exchange-traded fund*) dan properti (Harianjogja.com,2023). Padahal Inflasi umum di Indonesia berada pada kisaran 4,1% jika dirata-rata selama 10 tahun terakhir (CAGR). Angka ini terasa kecil, tidak terlalu mengancam. Namun, jika diakumulasi selama 10 tahun, gerusan inflasi Indonesia mencapai 49,1%, yang artinya kemampuan uang tunai membeli barang turun sejauh hampir setengahnya.

Berdasarkan penjabaran di atas maka peneliti ingin mencoba mengetahui lebih lanjut apakah literasi keuangan, psikologi investasi, dan media sosial dapat mempengaruhi minat berinvestasi saham pada mahasiswa di kota Makassar. Maka dari itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Literasi Keuangan, Psikologi Investasi, dan Media sosial Terhadap Minat Berinvestasi Saham (Studi Pada Mahasiswa Di Kota Makassar)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka peneliti merumuskan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu:

- 1) Apakah Literasi Keuangan berpengaruh terhadap minat berinvestasi saham?
- 2) Apakah Psikologi Investasi berpengaruh terhadap minat berinvestasi saham?
- 3) Apakah Media Sosial berpengaruh terhadap minat berinvestasi saham?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu:

- 1) Untuk mengetahui pengaruh Literasi Keuangan terhadap minat berinvestasi saham.
- 2) Untuk mengetahui pengaruh Psikologi Investasi terhadap minat berinvestasi saham.
- 3) Untuk mengetahui pengaruh Media Sosial terhadap minat berinvestasi saham.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk memberikan beberapa manfaat bagi beberapa pihak, yaitu:

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan secara teoritis dapat menambah wawasan, pengetahuan, dan pemahaman mengenai Literasi Keuangan, Psikologi Investasi, dan Media Sosial terhadap Minat Berinvestasi Saham serta dapat memberikan

kontribusi pada literatur dan pengembangan ilmu manajemen khususnya konsentrasi keuangan.

1.4.2 Kegunaan Praktis

- 1) Bagi peneliti, yaitu sebagai sarana pembelajaran dan pengaplikasian teori yang telah diperoleh mengenai Minat Mahasiswa Berinvestasi Saham yang dipengaruhi oleh Literasi Keuangan, Psikologi Investasi, dan Media Sosial.
- 2) Bagi akademisi, yaitu sebagai bahan referensi atau informasi bagi para mahasiswa yang ingin mengetahui terkait Literasi Keuangan, Psikologi Investasi, Media Sosial, dan Minat Berinvestasi Saham dan sebagai bahan pertimbangan dan referensi untuk mengembangkan dan memperbaiki kekurangan penelitian ini untuk penelitian selanjutnya.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika pada skripsi ini disusun ke dalam lima bab, yang dirincikan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, maksud dan tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini terdiri dari landasan teori yang membahas mengenai Literasi Keuangan, Psikologi Keuangan, Media Sosial, dan Minat Berinvestasi Saham. Selanjutnya uraian tentang penelitian terdahulu, hipotesis, dan kerangka pemikiran.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini terdiri dari rancangan penelitian, tempat dan waktu, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, variabel penelitian, definisi operasional, instrumen penelitian, dan analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi deskripsi objek penelitian, analisis data serta pembahasan

BAB V PENUTUP

Bab ini menguraikan kesimpulan dan saran berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Teori dan Konsep

2.1.1 *Theory of Planned Behavior*

Theory of Planned Behavior (TPB) dikembangkan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) oleh Icek Ajzen. *Theory of Reasoned Action* (TRA) hanya mencakup dua hal yaitu sikap terhadap perilaku (*attitude towards behaviors*) dan norma subjektif (*subjective norm*). Pengembangan *Theory of Planned Behavior* dilakukan dengan menambahkan satu konstruk yaitu kontrol perilaku persepsian (*perceived behavioral control*). Alasan penambahan konstruk kontrol perilaku persepsian (*perceived behavioral control*) karena kontrol perilaku persepsian digunakan untuk mengontrol adanya keterbatasan atau kekurangan sumber daya yang digunakan untuk melakukan suatu perilaku (Panggalih dan Baridwan, 2013).

Menurut Ajzen dalam (Mahyarni, 2013) teori perilaku terencana menyatakan bahwa:

- 1) Sikap individu terhadap perilaku tertentu akan mempengaruhi niat untuk melakukannya. Sikap ini terdiri dari penilaian individu terhadap konsekuensi perilaku tersebut (apakah itu dianggap baik atau buruk) dan keyakinan individu tentang dampak perilaku tersebut pada dirinya.
- 2) Norma subjektif mengacu pada persepsi individu tentang pandangan orang lain terhadap perilaku tertentu, termasuk apakah perilaku tersebut dianggap baik atau buruk oleh orang lain. Norma subjektif

juga mempertimbangkan pentingnya pandangan orang lain bagi individu.

- 3) Kontrol perilaku yang dirasakan merujuk pada keyakinan individu tentang kemampuannya dalam melakukan perilaku tersebut dan faktor-faktor lingkungan yang mempengaruhi perilaku tersebut.

Penjelasan teori diatas menjadi dasar dalam penelitian ini. Dalam melakukan investasi harus didasari dengan minat dan keyakinan untuk melakukannya. Apabila didalam diri seseorang seseorang sudah tertanam minat dan keyakinan untuk melakukan aktivitas investasi, maka hal tersebut akan dilakukannya. Untuk meningkatkan minat seseorang dalam memulai berinvestasi, dipengaruhi oleh beberapa faktor. Dalam penelitan ini banyak faktor yang dapat mempengaruhi minat seseorang untuk mulai berinvestasi yakni literasi keuangan, psikologi investasi, dan media sosial.

2.1.2 Minat Berinvestasi

Minat adalah ketertarikan atau kecenderungan pada sesuatu yang merupakan sebuah aspek psikologis. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KKBI), minat berarti kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, diartikan pula sebagai gairah atau keinginan. Sedangkan dalam Bahasa Inggris, minat sering disebut dengan kata-kata “interest” atau “passion”. Interest bermakna suatu perasaan ingin memperhatikan dan penasaran akan sesuatu hal, sedangkan “passion” sama maknanya dengan gairah atau suatu perasaan yang kuat atau antusiasisme terhadap suatu objek.

Investasi adalah komitmen untuk menanamkan sejumlah dana pada saat ini dengan tujuan memperoleh keuntungan di masa datang (Tandelilin, 2017). Sedangkan menurut Simamora (2017) investasi merupakan kegiatan yang

mengorbankan sumber-sumber daya yang terkait di masa kini untuk mendapat keuntungan atau laba di masa yang akan datang. Tidak hanya berharap keuntungan yang besar tetapi investor harus memperhatikan pula risiko-risiko yang menyertai kegiatan investasi ini. Orang atau badan yang melakukan penanaman modal itu disebut “investor” atau “pemodal”.

Dari berbagai pendapat di atas penulis dapat menyimpulkan bahwa minat berinvestasi adalah ketertarikan atau keinginan seseorang untuk mengalokasikan uang atau aset mereka dalam instrumen investasi tertentu dengan harapan mendapatkan keuntungan atau pengembalian di masa depan. Minat berinvestasi muncul ketika seseorang menyadari nilai dari investasi sebagai cara untuk memaksimalkan pengembalian dan memenuhi tujuan keuangan mereka. Pada penelitian ini akan berfokus pada salah satu instrumen investasi yaitu saham.

Menurut Ijlalludin (2021) ada beberapa indikator yang menentukan minat berinvestasi yaitu:

- 1) Mau meluangkan waktu untuk mempelajari investasi, edukasi investasi khususnya mengenai pasar modal diharapkan menstimulasi minat investasi saham setiap individu yang berpartisipasi. Pengetahuan yang memadai akan sebuah bidang yang dilakukan seseorang meningkatkan kepercayaan dirinya terhadap hal tersebut dalam hal ini berinvestasi saham.
- 2) Modal minimal investasi, Modal merupakan suatu kekayaan yang kita miliki, modal minimal digunakan untuk memulai berinvestasi saham di pasar modal dengan tujuan untuk investasi jangka panjang.
- 3) Mencoba untuk berinvestasi, tindakan atau usaha untuk memulai atau mengembangkan portofolio investasi pribadi

2.1.3 Saham

Menurut (Abi, 2016) saham dapat didefinisikan sebagai tanda penyertaan modal seseorang atau pihak (beban usaha) dalam suatu perusahaan atau perseroan terbatas. Dengan menyertakan modal tersebut, maka pihak tersebut memiliki klaim atas pendapatan perusahaan, klaim atas asset perusahaan, dan berhak hadir dalam Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS). Menurut Soebiantoro (2021) pengertian saham adalah suatu dokumen berharga yang mampu menampilkan bagian kepemilikan dari suatu perusahaan. Artinya, saat seseorang memutuskan untuk membeli saham, maka sebenarnya orang tersebut sudah membeli sebagian dari kepemilikan perusahaan yang dibelinya.

Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa saham adalah instrumen investasi yang mewakili kepemilikan sebagian dari suatu perusahaan. Saham dapat diartikan sebagai bentuk investasi jangka panjang yang potensial memberikan keuntungan yang tinggi, namun juga memiliki risiko yang tinggi pula. Pada dasarnya, ada dua keuntungan yang diperoleh investor dengan membeli atau memiliki saham (Bursa Efek Indonesia, 2023).

- 1) Dividen merupakan pembagian keuntungan yang diberikan perusahaan dan berasal dari keuntungan yang dihasilkan perusahaan.
- 2) *Capital Gain* merupakan selisih antara harga beli dan harga jual.

2.1.4 Literasi Keuangan

Arianti (2022) menjelaskan bahwa Literasi keuangan merupakan pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan. Hal ini sejalan dengan yang

dituangkan dalam Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menyatakan bahwa” literasi keuangan merupakan pengetahuan, keterampilan, keyakinan, yang dapat mempengaruhi sikap dan perilaku guna dapat mengelola keuangan dengan benar serta pengambilan keputusan dengan bijak” (Krismonica, 2023).

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan adalah kemampuan individu atau kelompok dalam memahami konsep dasar tentang keuangan, termasuk manajemen keuangan pribadi, perencanaan keuangan, investasi, pengelolaan risiko, serta pengambilan keputusan keuangan yang cerdas.

Menurut Audini *et al.* (2020) *Financial literacy* memiliki sejumlah elemen yaitu:

- 1) Keterampilan berhitung dasar, seperti kemampuan untuk menghitung tingkat pengembalian investasi, tingkat suku bunga utang, dan kemampuan aritmatika dasar.
- 2) Pemahaman tentang manfaat dan risiko yang terkait dengan keputusan keuangan tertentu, termasuk pengeluaran, pinjaman, *leverage* dan investasi
- 3) Kemampuan untuk memahami konsep keuangan dasar, termasuk *trade off* antara risiko dan *return*, atribut utama dari berbagai jenis investasi dan produk keuangan lainnya, manfaat diversifikasi, dan nilai waktu dari uang.
- 4) Kapasitas untuk mengetahui kapan harus mencari saran profesional dan apa yang harus ditanyakan, dan kemampuan untuk memahami saran yang diberikan oleh penasihat profesional.

Menurut Oseifuah (2010) terdapat tiga indikator financial literacy, yaitu:

- 1) *Financial Knowledge* : memiliki pengetahuan mengenai terminologi-terminologi keuangan.
- 2) *Financial Atitudes* : ketertarikan atau minat dalam memperbaiki pengetahuan keuangan.
- 3) *Financial Behaviour* : berorientasi untuk spending dan saving, mencatat dan menyimpan catatan keuangan pribadinya

2.1.5 Psikologi Investasi

Psikologi adalah ilmu pengetahuan yang mempelajari semua tingkah laku individu yang tidak dapat dilepaskan dari proses lingkungan dan yang terjadi dalam diri individu tersebut (Saleh, 2018). Sedangkan menurut Nuzula & Nurlaily (2020), investasi yaitu proses pengelolaan dana, atau menanamkan dan atau modal di masa sekarang dengan harapan akan menerima sejumlah aliran pembayaran yang menguntungkan di kemudian hari. Dana dikelola dengan cara membeli sekuritas atau aset keuangan (*financial asset*), yaitu berupa saham, obligasi, atau derivative seperti *option* dan *futures contract*. Azis menyatakan psikologi investasi merupakan karakter seseorang dalam berinvestasi yang dibentuk oleh adanya beberapa faktor, antara lain faktor keamanan, kenyamanan, pemikiran bias, keberanian akan risiko, kepercayaan atas diri sendiri, interaksi dengan sosial dan emosi, serta penilaian bias (Ratmojoyo et al., 2021).

Beberapa indikator faktor psikologi yang berpengaruh terhadap keputusan investor untuk memulai investasi adalah *overconfidence*, *social interaction*, dan *emotion* (Wahyuni & Pramono, 2021) .

- 1) *Overconfidence* merupakan kecenderungan terlalu memiliki keyakinan atas kemampuan dalam melakukan prediksi untuk berhasil

namun melupakan beberapa aspek fundamental. Investor yang rasional berusaha untuk memaksimalkan keuntungan dan memperkecil jumlah risiko yang diambil, bukan menghilangkannya.

- 2) *Social Interaction* merupakan interaksi antar investor dengan Manajer Investasi atau antara satu investor dengan investor lainnya yang berkaitan dengan investasi. *Social Interaction* adalah bagaimana orang-orang berkomunikasi dan berbagi informasi yang berkaitan dengan investasi. Interaksi social dan pendapat orang lain dapat memengaruhi keputusan seseorang dalam melakukan investasi.
- 3) *Emotion* juga dapat memengaruhi keputusan investasi, karena semakin kompleks dan adanya ketidakpastian dari suatu situasi, emosi akan semakin memengaruhi keputusan dalam investasi. Ketika *good mood*, investor dapat mengambil keputusan dengan baik dan benar, sebaliknya pada saat *bad mood* investor cenderung kurang tepat dalam mengambil keputusan dengan baik dan benar.

2.1.6 Media Sosial

Menurut P.N. Howard dan M.R. Parks dalam Batee (2019), "Media sosial adalah media yang terdiri atas tiga bagian, yaitu: Infrastruktur informasi dan alat yang digunakan untuk memproduksi dan mendistribusikan isi media yang berupa pesan-pesan pribadi, berita, gagasan, dan produk-produk budaya yang berbentuk digital. Kemudian yang memproduksi dan mengonsumsi isi media dalam bentuk digital adalah individu, organisasi, dan industri."

Media sosial menawarkan kebebasan bagi penggunanya untuk menyebarkan informasi dan berinteraksi. Media sosial sangat mudah digunakan dan mudah dipelajari untuk pengguna baru. Penggunaan media sosial tidak

memerlukan biaya yang besar bahkan gratis. Media sosial memberikan akses yang mudah kepada para penggunanya untuk berinteraksi atau membagikan informasi (Feroza & Misnawati, 2020). Berdasarkan penjelasan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa melalui media sosial, seseorang dapat dengan mudah mengakses informasi tentang investasi misalnya ketika terjadi tren positif pada suatu saham.

Menurut Isticharoh & Kardoyo (2020). teknologi media sosial ini digunakan menjadi salah satu faktor yang diduga mempengaruhi minat investasi mahasiswa melalui tiga indikator yaitu:

- 1) Intensitas penggunaan media sosial, dengan menghabiskan banyak waktu di media sosial khususnya platform yang fokus pada investasi saham, maka semakin besar peluang terpapar dengan informasi-informasi terbaru dan tren terkini di dunia investasi saham. Hal ini dapat mempengaruhi minat dalam mempelajari dan memulai investasi saham.
- 2) Pemanfaatan media sosial dalam mencari informasi, media sosial dapat memberikan akses yang mudah dan cepat terhadap informasi tentang investasi saham, termasuk analisis pasar saham, berita terbaru, dan tips investasi dari ahli. Selain itu, media sosial juga dapat menjadi sarana untuk berinteraksi dengan investor saham lainnya, termasuk mengikuti grup atau komunitas investasi saham.
- 3) Efektivitas penggunaan media sosial dalam mendukung kegiatan, penggunaan media sosial dapat efektif dalam mendukung kegiatan terutama dalam hal promosi dan pengumpulan dukungan dari masyarakat atau komunitas tertentu.

2.2 Tinjauan Empirik

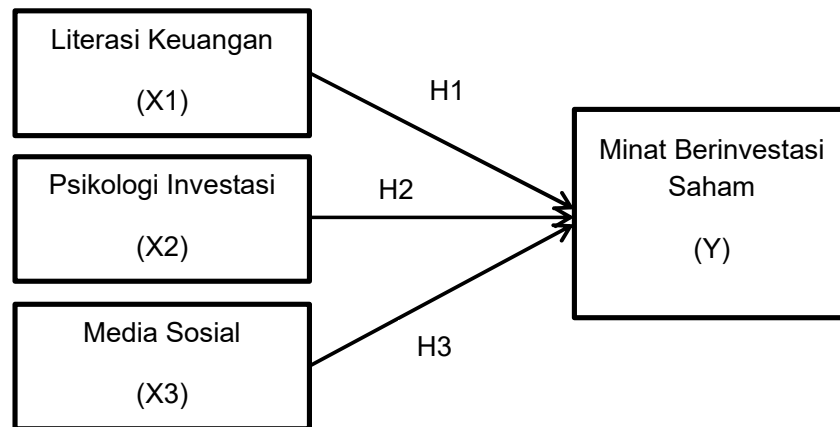
Tabel 2.1 Ringkasan Hasil Penelitian Terdahulu

No	Peneliti, Tahun, dan Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Teknik Analisis	Hasil Penelitian
1	Ratmojoyo et al. (2021) Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Berinvestasi Saham Syariah	Literasi Keuangan (X1), Risiko (X2), Psikologi Investasi (X3), Media Sosial (X4), Minat Berinvestasi Saham Syariah (Y)	Metode Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh variabel bebas secara bersamaan terhadap minat berinvestasi saham syariah. Akan tetapi pada pengujian secara parsial, hanya faktor literasi keuangan, risiko, dan psikologi investasi yang memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berinvestasi saham syariah, sedangkan faktor media sosial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berinvestasi saham syariah.
2	Salisa (2021) Faktor yang Mempengaruhi Minat Investasi Di Pasar Modal: Pendekatan Theory Of Planned Behaviour (TPB)	Sikap (X1), Norma Subjektif (X2), Persepsi Kendali Perilaku (X3), Literasi Keuangan (X4), Persepsi Risiko (X5), Minat Investasi (Y)	Metode Kuantitatif- Structural Equation Modelling (SEM)	Hasil pengujian menunjukkan bahwa sikap dan norma subjektif tidak berpengaruh terhadap minat investasi. Sedangkan persepsi kendali perilaku, literasi keuangan, dan persepsi risiko berpengaruh positif terhadap minat investasi di pasar modal Indonesia.

Lanjutan Tabel 2.1.....

	Ladamay et al. (2021) Pengaruh Media Sosial, Literasi Keuangan, Risiko, Imbal Hasil, dan Religiusitas Terhadap Minat Berinvestasi Sukuk Generasi Z di Jakarta	Sosial (X1), Literasi Keuangan (X2), Risiko (X3), Imbal Hasil (X4), Religiusitas (X5), Minat Berinvestasi Sukuk (Y)	Metode Kuantitatif	Hasil dari penelitian ini adalah media sosial, risiko, dan religiusitas berpengaruh signifikan secara parsial, sedangkan literasi keuangan dan imbal hasil tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat berinvestasi sukuk generasi Z di Jakarta, dan secara simultan seluruh variabel memiliki pengaruh yang signifikan.
4	Ozdemir et al. (2021) <i>THE INFLUENCE OF MOTIVATION, FINANCIAL LITERACY, AND SOCIAL MEDIA FINANCIAL PLATFORMS ON STUDENT INVESTMENT INTEREST</i>	<i>Motivation (X1), Financial Literacy (X2), Social Media Financial Platform (X3), Investment Interest (Y)</i>	<i>Quantitative method</i>	<i>Based on the research and data analysis results, it can be concluded that Extrinsic Motivation, Financial Literacy, and Financial Platforms on social media have a positive and significant effect on the investment interest of students majoring in university management in the city of Bandung.</i>
5	Susanti (2018) FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MAHASISWAA BERINVESTASI DI GALERI INVESTASI UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR	Faktor Individu (X1), Faktor Psikologis (X2), Faktor Sosial (X3), dan Minat (Y)	Analisis regresi linear berganda melalui program spss 24.0	Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor individu, faktor psikologis dan faktor sosial secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa berinvestasi, sedangkan secara persial hanya faktor psikologis yang memiliki pengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa berinvestasi di Galeri Investasi Universitas Negeri Makassar

2.3 Kerangka Pemikiran



Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual

2.4 Hipotesis

2.4.1 Hubungan Literasi Keuangan terhadap Minat Berinvestasi

Literasi keuangan berpengaruh terhadap minat berinvestasi. Penelitian yang dilakukan oleh Saputra et al. (2021) menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap minat berinvestasi di pasar modal dengan perkembangan teknologi digital memoderasi hubungan literasi keuangan dan minat berinvestasi di pasar modal. Pengetahuan literasi keuangan merupakan suatu hal yang harus dipahami dan dimiliki setiap individu karena berguna untuk mengoptimalkan dan meningkatkan keuangannya oleh karena itu, dengan memiliki pengetahuan literasi keuangan yang baik akan mampu menentukan keputusan yang akan diambil nantinya. Pangestikan dan Rusliati (2019), dengan hasil penelitiannya menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat investasi mahasiswa. Dalam penelitian Putrid dan Rahhyuda (2017)

menemukan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh terbesar dalam menentukan perilaku keputusan individu, dibandingkan dengan faktor sosiodemografi yang meliputi jenis kelamin dan pendapatan. Berdasarkan penjelasan diatas maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: Terdapat Pengaruh Positif Literasi Keuangan terhadap Minat Berinvestasi Saham.

2.4.2 Hubungan Psikologi Investasi terhadap Minat Berinvestasi

Unsur subjektivitas dan faktor psikologi bisa menjadi lebih berperan dalam pengambilan keputusan investasi bagi para investor (Sari, 2021). Individu yang memiliki psikologi investasi yang baik cenderung mampu mengendalikan emosi dan memiliki keyakinan yang kuat terhadap investasi yang dipilih. Penelitian yang dilakukan oleh Dewi (2022) menyatakan bahwa minat mahasiswa untuk berinvestasi di pasar modal syariah dipengaruhi oleh faktor psikologi investasi. Faktor psikologis yang diteliti oleh Dewi (2022) antara lain *overconfidence*, *data mining*, *social interaction*, *emosion* dan *considering the past*. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Susanti et al. (2018) bahwa salah satu faktor yang dapat mempengaruhi minat mahasiswa berinvestasi di Galeri Investasi Universitas Negeri Makassar adalah faktor psikologis. Berdasarkan penjelasan diatas maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2: Terdapat Pengaruh Positif Psikologi Investasi terhadap Minat Berinvestasi Saham.

2.4.3 Hubungan Media Sosial terhadap Minat Berinvestasi

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Putri (2022) menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan antara terpaan publikasi investasi saham di

media sosial terhadap minat investasi pada generasi muda. Diketahui juga bahwa perhatian, pemahaman, dan penerimaan individu terhadap informasi dapat memperkuat pengaruh tersebut. Dengan adanya publikasi investasi saham di media sosial, informasi mengenai investasi saham akan lebih mudah tersampaikan kepada khalayak. Pada penelitian Isticharoh & Kardoyo (2020), Liflautami & Kaukab (2022), Rokhim (2022) menunjukkan hasil penelitian bahwa Media Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berinvestasi. Berdasarkan penjelasan diatas maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H3: Terdapat Pengaruh Positif Sosial Media terhadap Minat Berinvestasi Saham.