

## **Pengaruh Modal Awal Investasi, Pengetahuan Investasi, Sosial Media Influencer Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Akuntansi Universitas Tidar**

### ***The Effect of Initial Investment Capital, Investment Knowledge, Social Media Influencers on Investment Interest of Tidar University Accounting Students***

<sup>1</sup>Anastasya Fauzianti\*, <sup>2</sup>Retnosari

<sup>1,2</sup>Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Tidar, Magelang, Indonesia

(\*)Email Korespondensi: [anastasyafauz@gmail.com](mailto:anastasyafauz@gmail.com)

---

#### **Abstrak**

pengaruh dari modal awal investasi, pengetahuan investasi dan sosial media influencer terhadap minat investasi mahasiswa. Riset ini berjenis penelitian kuantitatif dimana terdapat sebuah kaitan sebab serta akibat diantara beberapa variabel yang menjadi variabel bebas serta variabel terikat. Data diperoleh dari penyebaran kuesioner pada mahasiswa S1 Akuntansi Universitas Tidar Magelang. Selanjutnya dilakukan uji kualitas data dan uji asumsi klasik. Pengujian hipotesis menggunakan uji regresi linier berganda melalui program SPSS. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan modal investasi mampu memberikan pengaruh pada minat untuk melakukan investasi, pengetahuan investasi mampu memberikan pengaruh pada minat untuk melakukan investasi, social media Influencer mampu memberikan pengaruh pada minat untuk melakukan investasi.

**Kata Kunci:** Tren Investasi, Modal, Sosial Media Influencer, Minat Investasi, Magelang.

---

#### **Abstract**

*. This study aims to examine the factors of student investment interest, namely to examine the effect of initial investment capital, investment knowledge and social media influencers on student investment interest. This research is a quantitative type of research where there is a cause and effect relationship between several independent variables and the dependent variable. Data was obtained from distributing questionnaires to undergraduate students in Accounting, Tidar University, Magelang. Furthermore, the data quality test and classical assumption test were carried out. Hypothesis testing using multiple linear regression test through the SPSS program. The results of the study partially show that investment capital is able to influence interest in investing, investment knowledge is able to influence interest in investing, social media influencers are able to influence interest in investing.*

**Keywords:** Investment Trends, Capital, Social Media Influencers, Investment Interest, Magelang.

---

## PENDAHULUAN

Ekonomi serta teknologi komunikasi yang sudah mengalami perkembangan dengan begitu pesat mampu memberikan beberapa kemudahan untuk ruang lingkup bisnis. Hal tersebut dicerminkan oleh adanya berbagai perusahaan yang mengalami perkembangan melalui teknologi. Bisnis yang berkembang juga memberikan pengaruh pada persaingan yang begitu meningkat diantara beberapa perusahaan dan masing-masing dari perusahaan diharuskan untuk memiliki strategi yang baik dalam mengembangkan perusahaannya. Bentuk dari strategi yang dapat dilaksanakan dengan tujuan meningkatkan kinerja dari perusahaan yaitu melakukan penggabungan pada pasar modal yang sangat penting bagi seluruh pihak karena mempunyai fungsi ekonomi serta fungsi keuangan.

Adanya pasar modal ini berperan sangat penting untuk investor individu atau badan. Dana yang diberikan oleh investor ini dapat digunakan perusahaan dalam melakukan perluasan dari usahanya. Saat ini tren investasi sedang ramai dibicarakan di Indonesia terlebih masa pandemi dikarenakan usaha yang dijalankan menurun akibat mobilitas masyarakat yang juga menurun sehingga orang-orang beralih menggunakan keuangan dan asetnya untuk berinvestasi. Bukan hanya para pelaku usaha, saat ini mahasiswa juga sudah mulai tertarik dengan dunia investasi. Banyak unsur yang mampu mendorong adanya minat berinvestasi, satu diantaranya yakni modal awal investasi.

Menurut (Dewi et al., 2018), minat untuk melakukan investasi diberikan efek oleh investasi di awal yang berupa modal uang yang nantinya akan digunakan dalam investasi. Pada 6 Januari 2014, pihak BEI memberikan suatu kebijakan tentang jumlah dari saham yang dapat dibeli adalah 1 lot atau 100 lembar saham serta modal minimal untuk membuka sebuah rekening sekuritas sebesar Rp 100.000. Unsur lainnya yang dapat mendorong adanya minat dalam berinvestasi adalah pengetahuan investasi, menurut (Isticharoh & Kardoyo, 2020), ilmu atau pengetahuan yang berhubungan dengan investasi menjadi begitu penting untuk para calon investor. Tujuannya yaitu untuk jauh dari yang namanya tindak penipuan. Pengetahuan yang cukup tentang investasi di pasar modal sangat diperlukan dalam berinvestasi agar dapat menganalisis efek dari produk investasi. Pengetahuan juga diperlukan untuk menghindari adanya sebuah kerugian yang besar.

Selanjutnya, yang dianggap mampu mempengaruhi minat investasi adalah social media influencer (D. T. Pratiwi, 2020). Influencer marketing diartikan sebagai sebuah cara untuk melakukan promosi dengan memanfaatkan influencer yang ada di beberapa media sosial yang saat ini digemari oleh masyarakat secara online. Influencer pada sosial media ini adalah salah satu pihak yang populer dan mempunyai pengikut yang banyak. Pihak ini mampu memberikan pengaruh pada pengikutnya mengenai beberapa hal, sehingga apapun yang diungkapkan menjadi sangat memberikan

pengaruh ada opini yang bersifat publik. Pihak ini memiliki peran yang penting dalam hal promosi mulut ke mulut. Dalam hal ini, Influencer sebagai pihak yang mampu memberikan hal-hal mengenai pentingnya investasi serta 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.

#### METODE

Riset ini berjenis penelitian asosiatif kasual dengan pendekatan kuantitatif dimana

Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis ingin meneliti faktor-faktor minat berinvestasi mahasiswa, di tengah-tengah tren investasi saat ini. Maka dari itu, penulis memutuskan untuk mengambil judul “Pengaruh Modal Awal Investasi, Pengetahuan Investasi, Sosial Media Influencer Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Akuntansi Universitas Tidar”

terdapat sebuah kaitan sebab akibat variabel independen yaitu modal awal investasi, pengetahuan investasi, dan sosial media influencer terhadap variabel dependen yaitu minat investasi.

#### HASIL

##### Uji Statistik Deskriptif

Tabel 1. Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Modal Awal Investasi	98	11	35	29.21	4.105
Pengetahuan investasi	98	23	40	34.34	4.262
Social Media Influencer	98	16	35	28.41	4.655
Minat Investasi	98	16	35	29.97	3.857
Valid N (listwise)	98				

Sumber : Data diolah dengan SPSS, 2021

Berdasarkan Tabel 1 tergambar variabel minat investasi (Y), mencerminkan skor rerata > dari skor standar deviasi dimana mencerminkan jika data dari riset memiliki sifat homogen, artinya minat investasi cenderung sama. Nilai rata-rata mendekati nilai maksimum mencerminkan data minat investasi yang cenderung tinggi.

Variabel modal awal investasi (X1) mencerminkan skor rerata > dari skor dari nilai standar deviasi dimana mencerminkan jika data dari riset memiliki sifat homogen, artinya modal awal investasi yang cenderung sama. Nilai rata-rata mendekati nilai

maksimum mencerminkan modal awal investasi yang cenderung tinggi.

Variabel pengetahuan investasi (X2) mencerminkan skor rerata > dari skor standar deviasi dimana mencerminkan jika data dari riset memiliki sifat homogen, artinya pengetahuan investasi yang cenderung sama. Nilai rata-rata mendekati nilai maksimum mencerminkan pengetahuan investasi yang cenderung tinggi.

Variabel *social media influencer* (X3) mencerminkan skor rerata > dari skor nilai standar deviasi dimana mencerminkan jika data dari riset memiliki sifat homogen, artinya

*social media influencer* yang cenderung sama. Nilai rata-rata mendekati nilai maksimum

mencerminkan *social media influencer* yang cenderung tinggi.

### Uji Kualitas Data

Adapun hasil dari uji kualitas data yang meliputi uji validitas dan uji reliabilitas yaitu sebagai berikut.

**Tabel 2.** Hasil Uji Validitas

Variabel/Item Pernyataan	Sig.	Keterangan
<b>Modal Awal Investasi (X<sub>1</sub>)</b>		
Pernyataan 1	0,000	Valid
Pernyataan 2	0,000	Valid
Pernyataan 3	0,000	Valid
Pernyataan 4	0,000	Valid
Pernyataan 5	0,000	Valid
Pernyataan 6	0,000	Valid
<b>Pengetahuan Investasi (X<sub>2</sub>)</b>		
Pernyataan 1	0,000	Valid
Pernyataan 2	0,000	Valid
Pernyataan 3	0,000	Valid
Pernyataan 4	0,000	Valid
Pernyataan 5	0,000	Valid
Pernyataan 6	0,000	Valid
Pernyataan 7	0,000	Valid
Pernyataan 8	0,000	Valid
<b>Social Media Influencer (X<sub>3</sub>)</b>		
Pernyataan 1	0,000	Valid
Pernyataan 2	0,000	Valid
Pernyataan 3	0,000	Valid
Pernyataan 4	0,000	Valid
Pernyataan 5	0,000	Valid
Pernyataan 6	0,000	Valid
Pernyataan 7	0,000	Valid
<b>Minat Investasi (Y)</b>		
Pernyataan 1	0,000	Valid
Pernyataan 2	0,000	Valid
Pernyataan 3	0,000	Valid
Pernyataan 4	0,000	Valid
Pernyataan 5	0,000	Valid
Pernyataan 6	0,000	Valid
Pernyataan 7	0,000	Valid

Sumber : Data diolah dengan SPSS, 2021

Berdasarkan tabel di atas, tiap pernyataan pada variabel punya skor signifikansi di bawah 0,05. Jadi bisa

tersimpulkan bahwa masing-masing pernyataan dinyatakan valid.

**Tabel 3.** Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Alpha Cronbach	Standar Alpha	Keterangan
1	Modal Awal Investasi (X <sub>1</sub> )	0,909	0,600	Reliabel

2	Pengetahuan Investasi ( $X_2$ )	0,866	0,600	Reliabel
3	<i>Social Media Influencer</i> ( $X_3$ )	0,905	0,600	Reliabel
4	Minat Investasi (Y)	0,835	0,600	Reliabel

Sumber : Data diolah dengan SPSS, 2021

### Uji Multikolinieritas

**Tabel 4.** Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.597	2.309		3.290	.001		
	Modal Awal Investasi	.372	.103	.395	3.599	.001	.419	2.384
	Pengetahuan investasi	.194	.093	.214	2.076	.041	.475	2.107
	Social Media Influencer	.171	.081	.206	2.113	.037	.531	1.883

a. Dependent Variable: Minat Investasi

Sumber : Data diolah dengan SPSS, 2021

Mengacu pada data diatas, dapat diketahui hasilnya yakni nilai VIF masing-masing variabel bebas tidak lebih dari 10 dan

nilai Tolerance masing-masing variabel lebih dari 0,10. Jadi tersimpulkan bahwa antara variabel bebas tidak terjadi multikolinieritas.

### Uji Heteroskedastisitas

**Tabel 5.** Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.885	1.402		2.771	.007
	Modal Awal Investasi	-.088	.063	-.212	-1.399	.165
	Pengetahuan investasi	.097	.057	.243	1.706	.091
	Social Media Influencer	-.092	.049	-.252	-1.868	.065

a. Dependent Variable: ABS\_RES

Sumber : Data diolah dengan SPSS, 2021

Mengacu pada data diatas, diketahui skor sig > 0,05. Jadi tersimpulkan jika seluruh data bebas dari heteroskedastisitas.

### Uji Normalitas

**Tabel 6.** Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		98
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7

	Std. Deviation	2.66075620
Most Extreme Differences	Absolute	.076
	Positive	.076
	Negative	-.060
Kolmogorov-Smirnov Z		.754
Asymp. Sig. (2-tailed)		.620
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

Sumber : Data diolah dengan SPSS, 2021

Mengacu dengan hasil di atas, bisa tersimpulkan jika data berdistribusi normal didapatkan hasil skor sig 0,620 > 0,05. Jadi

### Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 7. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.597	2.309		3.290	.001
	Modal Awal Investasi	.372	.103	.395	3.599	.001
	Pengetahuan investasi	.194	.093	.214	2.076	.041
	Social Media Influencer	.171	.081	.206	2.113	.037

a. Dependent Variable: Minat Investasi

Sumber : Data diolah dengan SPSS, 2021

Dari tabel 7 tercermin korelasi antar variabel independen dan dependen sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

$$Y = 7,597 + 0,372X_1 + 0,194X_2 + 0,171X_3 + \varepsilon$$

Interpretasi pada model regresi di atas adalah sebagai berikut:

1. Konstanta (a) r 7,597 menunjukkan apabila variabel modal awal investasi (X1), pengetahuan investasi (X2), dan social media influencer (X3) bernilai konstan, jadi variabel minat investasi (Y) memiliki nilai 7,597 satuan.
2. Koefisien regresi modal awal investasi (X1) 0,372 artinya setiap penambahan variabel X1 sebesar 1 satuan, jadi minat investasi mengalami kenaikan r 0,372.
3. Koefisien regresi pengetahuan investasi

4. (X2) 0,194 artinya setiap penambahan variabel X2 sebesar 1 satuan, jadi minat investasi meningkat sebanyak 0,361.
5. Koefisien regresi social media influencer (X3) 0,171 artinya setiap penambahan variabel X3 sebesar 1 satuan, jadi minat investasi mengalami kenaikan sebesar 0,171.

Tabel 8. Hasil Uji T

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

1	(Constant)	7.597	2.309		3.290	.001
	Modal Awal Investasi	.372	.103	.395	3.599	.001
	Pengetahuan investasi	.194	.093	.214	2.076	.041
	Social Media Influencer	.171	.081	.206	2.113	.037
a. Dependent Variable: Minat Investasi						

Sumber : Data diolah dengan SPSS, 2021

Mengacu pada hasil uji t, variabel modal awal investasi (X1) memiliki skor sig  $0,001 < 0,05$ . Nilai koefisien regresi sebanyak 0,372. Jadi, dapat disimpulkan bahwa variabel modal awal investasi (X1) berpengaruh terhadap minat investasi (Y). Jadi H1 dalam studi ini dapat diterima.

Mengacu pada hasil uji t, untuk pengetahuan investasi (X2) punya sig  $0,041 < 0,05$ . Skor koefisien regresi variabel ini 0,194. Jadi, dapat disimpulkan jika pengetahuan

investasi (X2) berdampak pada minat investasi (Y). Jadi H2 dalam penelitian ini dapat diterima.

Mengacu pada hasil uji t, variabel social media influencer (X3) punya skor sig  $0,037 < 0,05$ . Skor koefisien regresi variabel ini 0,171. Jadi, dapat disimpulkan bahwa variabel social media influencer (X3) berdampak bagi minat investasi (Y). Jadi H3 dalam studi ini disetujui.

### Uji F

**Tabel 9.** Hasil Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	756.185	3	252.062	34.503	.000 <sup>b</sup>
	Residual	686.723	94	7.306		
	Total	1442.908	97			
a. Dependent Variable: Minat Investasi						
b. Predictors: (Constant), Social Media Influencer, Pengetahuan investasi, Modal Awal Investasi						

Sumber : Data diolah dengan SPSS, 2021

Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai signifikansi 0,000 yang artinya nilai signifikansi lebih rendah dari 0,05. Artinya

modal awal investasi, pengetahuan investasi dan social media influencer berpengaruh secara simultan terhadap minat investasi.

### Uji Koefisien determinasi R<sup>2</sup>

**Tabel 10.** Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.724 <sup>a</sup>	.524	.509	2.703
a. Predictors: (Constant), Social Media Influencer, Pengetahuan investasi, Modal Awal Investasi				

Sumber : Data diolah dengan SPSS, 2021

Berdasarkan hasil pada tabel di atas diperoleh hasil Adjusted R<sup>2</sup> sebesar 0,509. Nilai ini menunjukkan bahwa minat investasi dipengaruhi oleh modal investasi, pengetahuan investasi dan social media influencer sebesar 50,9%, sisanya sebesar 49,1% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

## PEMBAHASAN

### Pengaruh Modal Investasi terhadap Minat Investasi

Hasil uji t memaparkan jika variabel modal investasi mendapat skor Sig. 0,001 < 0,05 dengan nilai koefisien regresi 0,372. Artinya modal investasi berpengaruh terhadap minat investasi. Jadi bisa dinyatakan bahwa hipotesis pertama (H1) diterima.

Di masa depan, nantinya akan mendapatkan keuntungan dari ini jika berinvestasi dalam bisnis (Halim 2005). Bursa Efek Indonesia (BEI) ialah sebagai mitra cerdas berinvestasi, BEI menetapkan kebijakan dengan mengubah satuan perdagangan dari 500 lot saham menjadi 100 saham per lot. Investor bisa membuat rekening efek maka minimal stor yakni Rp 100.000 ke perusahaan efek di galeri investasi yang bekerja sama dengan universitas. Cara investasi ini cukup sederhana, investor bisa membeli 1 lot saham seharga Rp 1.000/saham hanya dengan Rp 100.000. 10 pasar modal. Semakin mudah seseorang melaksanakan sebuah kegiatan, jadi semakin besar pengaruhnya terhadap niat untuk bertindak. Dengan adanya perubahan aturan minimal pembelian untuk investasi pasar modal, hal ini dapat memudahkan calon investor dalam mengambil keputusan investasi pasar modal karena biaya investasi yang semakin mahal. Dengan tersedianya modal investasi awal, akan lebih mudah bagi calon investor untuk memulai perdagangan di pasar modal, sehingga meningkatkan laba atas investasi mereka. Menurut teori kontrol perilaku kognitif, dimana perlu modal awal sebelum megerakkan sebuah roda perekonomian..

Nisa dan Zulaika (2017) menjelaskan jika modal yang digunakan dalam investasi itu kecil, jadi seseorang akan berminat untuk melakukan investasi. Dalam riset ini, dinyatakan jika modal yang kecil belum tentu meningkatkan minat dari investasi. Hal tersebut

dikarenakan adanya ilmu yang minim mengenai investasi tersebut (Hermanto, 2017).

### Pengaruh Pengetahuan Investasi terhadap Minat Investasi

Hasil uji t dimana pengetahuan investasi mendapatkan skor Sig. sebesar 0,041 < 0,05 dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,194. Artinya pengetahuan investasi berpengaruh terhadap minat investasi. Jadi bisa dinyatakan bahwa hipotesis kedua (H2) diterima.

Berpedoman pada penelitian Nagy & Obenberger (1994) sebelum berinvestasi, investor banyak mempertimbangkan unsur seperti citra perusahaan, ukuran dan lainnya. Kesadaran masyarakat harus dibenahi melalui edukasi atau kunjungan langsung (Tandio dan Widanaputra 2016). Setiap individu memegang kendali berupa adanya kekuasaan, kemampuan dan kemampuan untuk melakukan suatu tindakan. Ketika individu punya 3 control itu, jadi ia dapat memiliki tekad untuk berperilaku baik. Ketika berbicara tentang hasil investasi, pengetahuan investasi adalah kontrol perilaku yang dirasakan yang akan mempengaruhi hasil investasi.

Rooij, et al. (2011) menjelaskan jika risetnya menemukan bahwa masyarakat yang berpengetahuan tinggi mengenai keuangan akan memanfaatkan dananya untuk membuat rencana untuk ke depannya. Serta yang memiliki pemahaman mengenai keuangan tersebut akan melakukan investasi pada saham. Pengetahuan mengenai pasar modal ini tentunya akan mampu memberikan dorongan pada investor untuk melakukan investasi.

### Pengaruh Social Media Influencer terhadap Minat Investasi

Hasil uji t memperlihatkan variabel keahlian pengguna mendapatkan Sig. 0,037 < 0,05 dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,171. Artinya social media influencer berdampak pada minat investasi. Jadi bisa dinyatakan bahwa hipotesis ketiga (H3) diterima.

Influencer marketing diartikan sebagai sebuah cara untuk melakukan promosi dengan memanfaatkan influencer yang ada di beberapa media sosial yang saat ini digemari oleh masyarakat secara online. Influencer pada sosial media ini menjadi salah satu pihak yang populer di kalangannya yang bukan menjadi selebriti namun mempunyai pengikut yang

banyak (Senft 2013). Pihak ini mampu memberikan pengaruh pada pengikutnya mengenai beberapa hal sehingga apapun yang diungkapkan menjadi sangat memberikan pengaruh ada opini yang bersifat publik. 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.

### KESIMPULAN

Kesimpulan pada penelitian adalah Modal investasi mampu memberikan pengaruh pada minat mahasiswa Prodi S1 Akuntansi Universitas Tidar untuk melakukan investasi. Pengetahuan investasi mampu memberikan pengaruh pada minat mahasiswa Prodi S1 Akuntansi Universitas Tidar untuk melakukan investasi. *Social Media Influencer* mampu memberikan pengaruh pada minat mahasiswa Prodi S1 Akuntansi Universitas Tidar untuk melakukan investasi.

### SARAN

Dari hasil penelitian ini penguji memberikan beberapa saran yakni bagi mahasiswa, dalam berinvestasi ada baiknya untuk memperdalam kembali ilmu pengetahuan mengenai jenis investasi yang dipilih terutama pada investasi berisiko tinggi seperti saham. Jika memperoleh sebuah sinyal investasi ada baiknya kita memilih dan menelaahnya terlebih dahulu sebelum mengeksekusi sebuah pilihan investasi. Selanjutnya dalam penggunaan modal ada baiknya berasal dari dana dingin atau dana yang benar-benar alokasinya untuk berinvestasi agar tidak terjadi permasalahan dikemudian hari.

### DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (2011). The theory of planned behaviour: Reactions and reflections. In *Psychology and Health*. <https://doi.org/10.1080/08870446.2011.613995>
- Bakhri, S. (2018). Minat Mahasiswa Dalam Investasi Di Pasar Modal. *Al-Amwal* :

*Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*. <https://doi.org/10.24235/amwal.v10i1.2846>

- Dewi, N. N. S. R. T., Adnantara, K. F., & Asana, G. H. S. (2018). MODAL INVESTASI AWAL DAN PERSEPSI RISIKO DALAM KEPUTUSAN BERINVESTASI. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 2(2). <https://doi.org/10.23887/jia.v2i2.15636>
- Ghozali, I. (2011). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19 (edisi kelima). In *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*.
- Isticharoh, & Kardoyo. (2020). Minat Investasi Diprediksi Dari Motivasi Diri, Pengetahuan Investasi, dan Teknologi Media Sosial. *Economic Education Analysis Journal*, 9(3).
- Pratiwi, D. T. (2020). *Pengaruh Pengetahuan Investasi, Modal Awal Investasi Dan Social Media Influencer Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi Di Pasar Modal*. Universitas Indonesia.
- Pratiwi, N. G., Wahyudi, & Siswantini, T. (2019). Analisis Keputusan Investasi Pasar Modal pada Generasi Millennial. *Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta*.
- Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D. Bandung: Alfabeta. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D. Bandung: Alfabeta*. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. In *Bandung : Alfabeta*.
- Suliyanto. (2011). Ekonometrika Terapan : Teori dan Aplikasi dengan SPSS. In *Yogyakarta Andi 2011*.
- Nisa, A., dan Zulaika, L. (2017). Pengaruh Pemahaman Investasi, Modal Minimal Investasi Dan Motivasi Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi Di Pasar Modal. *Jurnal Penelitian Teori & Terapan*

Akuntansi (PETA), 2(2), 22–35.

006

Rooij, M. Van, Lusardi, A., and Alessie, R. (2011). Financial literacy and stock market participation \$. *Journal of Financial Economics*, 101(2), 449–472. <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2011.03>.

Hermanto. (2017). Perilaku Mahasiswa Ekonomi Di Universitas Esa Unggul Dalam Melakukan Investasi Di Pasar Modal. *Jurnal Ekonomi*, 8(2), 1–12.