

PENGARUH PENGETAHUAN, RISIKO, PROMOSI TERHADAP MINAT BERINVESTASI REKSA DANA BAGI GENERASI Z

(Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Keuangan Syariah UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung)

Tasya Khairunnisa'
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sayyid Ali Rahmatullath Tulungagung
tasyak36@gmail.com

Zaki Bahrn Ni'am
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sayyid Ali Rahmatullath Tulungagung
zakibahrniam@gmail.com

Informasi Artikel

Tanggal Masuk:
9 Februari 2023

Tanggal Revisi:
22 Februari 2023

Tanggal Diterima:
8 Maret 2023

Publikasi On line:
22 Maret 2023

Abstract

The purpose of this study is to evaluate whether promotion, risk, and knowledge can effect generation Z investors interest in making investments. A quantitative technique is used in the study. The population chosen for this study is the year of 2020–2021 Sharia Financial Management students at UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung by questionnaires distributed to 326 respondents. Purposive sampling method was employed during the sample process. With the SPSS version 25 application, tests for data processing include descriptive statistical tests, validity of the test, normality tests, testing for classical assumptions, multiple linear regression tests, hypothesis tests, and coefficient of determination (R^2) tests. The analysis's findings indicate that knowledge, risk, and promotion each have a simultaneous impact on generation Z interest in mutual funds investments. While only partially, knowledge and promotion get a big impact on people's interest in mutual funds investments. Interest in investing in mutual funds is not much impacted by risk perception.

Key Words: Knowledge, Risk, Promotion, Investment Interest and Mutual Funds

Abstrak

Penelitian ini ada untuk menguji apakah pengetahuan, risiko dan promosi bisa mempengaruhi minat investasi bagi generasi Z. Penelitian menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung tahun 2020-2021 adalah populasi yang dipilih pada penelitian ini dengan menyebarkan kuesioner kepada 326 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling. Pengolahan data diuji dengan uji statistik deskriptif, uji validitas, uji normalitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji hipotesis serta uji koefisien determinasi (R^2) memakai aplikasi SPSS versi 25. Berdasarkan hasil analisa yang diuji menunjukkan ada pengaruh secara silmutan antara pengetahuan, risiko dan promosi terhadap minat investasi reksa dana bagi generasi Z. Sedangkan secara parsial adanya pengaruh signifikan pengetahuan dan promosi terhadap minat investasi reksa dana. Presepsi risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap minat investasi reksa dana.

Key Words: Pengetahuan, Risiko, Promosi, Minat Berinvestasi, dan Reksa Dana

PENDAHULUAN

Perekonomian di Indonesia saat ini tergolong cukup bagus, karena pasar modal menjadi salah satu aspek yang dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi Indonesia. Situasi ini terjadi karena pasar modal yang kinerjanya terus memberikan dampak positif sehingga berperan menciptakan pertumbuhan perekonomian Indonesia. Pasar modal pada umumnya sebagai instrumen sektor keuangan di luar sektor perbankan, dimana mencadangkan kekayaan dengan jangka waktu yang panjang misalnya: perdagangan bursa, obligasi, reksa dana dan sebagainya. Disisi lain peran pasar modal dapat di artikan menghimpun kekayaan para investor sekaligus, jika kita berinvestasi pada perusahaan yang profitnya baik, maka serta dana tersebut dikelola dengan baik dan aman (Septyanto, 2013).

Saat ini digitalisasi investasi di pasar modal mengalami peningkatan yang pesat setiap tahunnya, secara keseluruhan didominasi oleh generasi milenial serta Gen-Z. Dalam *Generation Theory* (Teori Generasi) yang dikemukakan oleh (Codrington & Marshall, 2004) dimana generasi dengan kelahiran di tahun 1996-2010, generasi yang dominan penduduknya pada kelompok usia kerja dengan rentang masa produktif berumur 15 hingga 64 tahun. Generasi Z dapat disebut juga *I-Generasi* atau Generasi Internet yang di kemukakan oleh (Fitriani, Alzena & Widodo, 2020) dimana generasi pertama yang telah bergantung pada internet serta teknologi. Generasi Z bisa dengan mudah mengakses internet & menikmati teknologi modern sejak kecil. Oleh karena itu, saat dia menjadi remaja dan dewasa, dia akan terus bergantung pada Internet. Jumlah investor di Indonesia mengalami peningkatan dari tahun ketahun, maka ini dapat dikatakan jika perkembangan pasar modal di Indonesia semakin tumbuh pesat. Hal tersebut mengacu pada *Single Investor Identification* (SID) tahun 2019 sampai November 2022 investor di Indonesia tembus mencapai 10 juta jiwa, yang bersumber PT. Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI, 2022). KSEI menuliskan jika sektor industry keuangan menjadi pilihan paling besar serta jumlah investor terbesar dinominasi dari kalangan generasi milenial juga generasi Z. Hal tersebut bisa di cermati pada diagram jumlah kenaikan investor pasar modal dibawah ini:



Gambar 1. Kenaikan Jumlah Investor di Indonesia Tahun 2019-2022

Sumber: www.ksei.co.id

Dapat dicermati diatas diagram gambar 1, bahwa total keseluruhan investor pasar modal memiliki peningkatan yang sangat pesat dari tahun 2019 sampai 2022, tren positif dipuncaknya berada di tahun 2021 dengan pertambahan sangat drastis yaitu bertambah sejumlah 92,99% dari pada tahun 2020, serta ditahun 2022 per November tercatat sebesar 10.000.628 investor yang terdaftar di SID pasar modal Indonesia. Apalagi pada era pandemi COVID-19 dimana mengalami peningkatan investasi yang cukup drastis dan berlanjut ke setiap tahunnya. Hal tersebut memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk membuka rekening secara online secara mudah untuk menjadi seorang investor. Serta penanaman dana yang mudah dilakukan salah satunya berinvestasi, karena tujuan dari berinvestasi itu sendiri adalah sebagai tabungan / mendapatkan keuntungan (return) di masa depan. Disisi lain di Indonesia, reksa dana banyak diminati oleh kalangan investor. Di Indonesia atau negara berkembang tingkat pengembalian reksa dana lebih tinggi dibanding dengan pasar modal, meski return tersebut tidak terlalu tinggi. Reksa dana disini menjadi instrumen investasi banyak memberikan kelebihan bagi para investornya, khususnya bagi investor muda yang tidak memiliki cukup pengetahuan tentang berinvestasi dengan benar di pasar modal khususnya reksa dana. Disini investor tetap bisa melakukan investasi, dengan mengalokasikan modalnya kepada manajer investasi yang tentunya aman dan sudah ahli dibidangnya (Pamungkas, Ary Satria., Budiono, Herlina., Wijayanto, Hendra & Widjaya, 2019). Menurut data yang bersumber di (KSEI, 2022), investasi yang meyumbang banyak dan yang terbesar di pasar modal adalah di reksa dana. Dapat dilihat setiap tahunnya menunjukkan tren peningkatan signifikan 36,04% dari tahun sebelumnya. Serta tertulis jika jumlah SID di tahun 2022 per November sebesar 9.305.184 investor. Hal tersebut dapat dilihat dari diagram kenaikan jumlah investor reksa dana dibawah ini:



Gambar 2. Kenaikan Jumlah Investor Reksa Dana Tahun 2019-2022

Sumber: www.ksei.co.id

Berdasarkan diagram gambar 2 diatas, bisa disimpulkan jika terjadinya perkembangan jumlah investor reksa dana setiap tahunnya. Hal ini disebabkan adanya berbagai tawaran saat kita memilih berinvestasi di reksa dana, hal ini dapat menarik para investor dan dapat menjadi pilihan alternatif investasi pada pasar modal. Timbulnya ketertarikan para investor untuk menginvestasikan sebagian hartanya didalam reksa dana juga turut mendorong perekonomian serta pertumbuhan reksa dana di negara kita. Dalam penelitian ini merupakan evolusi dari penelitian dahulu, misalnya untuk mengetahui minat mahasiswa dalam berinvestasi dipasar modal yang dilakukan oleh (Firdaus, Rizky Achmad & Ifrochah, 2022) dimana mendapatkan hasil jika pengetahuan terdapat pengaruh positif signifikan terhadap minat investasi. Adapun penelitian lain yang mendukung jika variabel pengetahuan serta risiko berpengaruh positif signifikan dalam minat investasi di pasar modal, penelitian yang dilakukan (Mahaldi, 2021). Studi penelitian ini selaras dengan penelitian yang dikemukakan oleh (Maharani, 2021) dimana mendapatkan hasil adanya pengaruh positif dan signifikan tentang pengetahuan dan risiko terhadap minat investasi di reksa dana. Sedangkan studi yang dilakukan (Hapsari & Pradekso, 2021) menemukan bahwa adanya pengaruh positif signifikan tentang persepsi promosi terhadap minat berinvestasi reksa dana. Hal ini selaras dengan penelitian (Julaiha, 2019) menunjukkan jika studi yang dia lakukan terdapat pengaruh positif signifikan atas persepsi promosi terhadap minat berinvestasi di pasar modal. Sedangkan menurut penelitian (Ambiah & Darmawati, 2022) bahwa tidak adanya berpengaruh risiko terhadap minat berinvestasi. Adapun penelitian lain yang mendukung jika persepsi risiko tidak berpengaruh dalam minat berinvestasi yakni penelitian dilakukan oleh (Hasanaha et al., 2022). Sedangkan studi yang ditemukan oleh (Nugraha, 2022) dimana terdapat pengaruh positif signifikan variabel pengetahuan, risiko serta promosi terhadap minat investasi di pasar modal syariah. Setiap tahunnya investasi yang dilakukan di reksa dana mengalami kenaikan yang pesat, dibuktikan dengan adanya peningkatan jumlah investor pada setiap tahunnya, tentunya hal ini akan mendapatkan pengaruh besar terhadap minat berinvestasi khususnya para mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. Berdasarkan beberapa penelitian tersebut memperlihatkan adanya *research gap* terhadap variabel-variabel minat berinvestasi. Penelitian ini menguji tentang **Pengaruh Pengetahuan, Risiko, Promosi Terhadap Minat Berinvestasi Reksadana Bagi Generasi Z (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Keuangan Syariah UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung)**. Hal tersebut diharapkan dapat menimbulkan minat generasi Z khususnya mahasiswa angkatan 2020-2021 jurusan Manajemen Keuangan Syariah UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung dalam minat berinvestasi reksadana. Semakin banyak pengetahuan tentang investasi yang dipromosikan atau ditawarkan, maka dimungkinkan dapat menarik hasrat generasi Z atau mahasiswa untuk berinvestasi di reksa dana.

KAJIAN TEORITIS

Theory of Reasoned Action

Menurut pendapat (Fishbein & Ajzen, 1975) dijelaskan jika *Theory Of Reasoned Action* bisa disingkat dengan TRA, adalah teori untuk memahami perilaku manusia. Menurut pendapat psikologi sosial adanya faktor penentu apakah seorang melakukan perilaku tertentu, dengan adanya niat dalam berperilaku. TRA menjabarkan bahwa

keyakinan bisa mensugesti perilaku dan kebiasaan sosial dimana dapat menghendaki keinginan dengan berperilaku baik, di tuntun atau dapat terlaksana begitu saja pada suatu individu tersebut. Jadi disimpulkan didalam teori ini menekankan peran "niat" seorang untuk memilih akan terjadi atau tidaknya suatu perilaku.

Theory of Planned Behavior

Theory of planned behavior bisa disingkat dengan TPB, dikembangkan ditahun 1967. Teori ini dikembangkan dari teori sebelumnya yaitu Theory of Reasoned Action. Penelitian menurut (Ajzen, 1991) pengertian *Theory Of Planned Behavior* adalah asumsi pribadi / orang yang bertindak secara wajar. Orang pada umumnya bertindak rasional serta memikirkan konsekuensi menurut tindakan mereka sebelum menetapkan perilaku tersebut.

Investasi

Investasi pada umumnya merupakan membelanjakan uang guna untuk membeli barang menggunakan harapan menerima keuntungan dimasa mendatang. Investasi sebagai salah satu harta kekayaan yang digunakan pada suatu perusahaan atau perorangan untuk tumbuh atau *accretion of wealth* dengan distribusi hasil investasi yang dilakukan untuk menilai pendapatan hasil berinvestasi atau digunakan untuk menghasilkan manfaat lain bagi perusahaan atau perorangan tersebut (misalnya: pendapatan laba, hasil pendapatan jasa, pendapatan suatu keuntungan serta anuitas). Menurut penelitian (Jogiyanti, 2003) investasi bisa diartikan penangguhan penggunaan pada waktu tertentu yang akan dipakai untuk produksi yang lebih efektif, pada tempo waktu yang ditentukan. Adapun penelitian menurut (Hidayati, 2017) bahwa, investasi merupakan aktivitas memasukkan sebagian harta ke dalam jenis aset pada waktu tertentu dengan memiliki cita-cita bisa mendapatkan laba saat berinvestasi atau menghasilkan pendapatan pada masa yang mendatang. Berdasarkan kesimpulan diatas, jika investasi merupakan aktivitas yang dilakukan oleh individu pada penggunaan sumber daya, baik pada bentuk tunai atau pada bentuk lain, dimana sekarang dimiliki oleh manajemen atau untuk pembelian barang-barang tertentu dengan tujuan buat memperoleh laba sekarang atau laba di kemudian hari.

Pengetahuan Investasi

Pengetahuan merupakan dasar panduan dan pemikiran tentang kumpulan informasi yang harus dimiliki setiap individu untuk memulai suatu kegiatan agar sesuai dengan apa yang diharapkannya. Pengetahuan investasi adalah rangkuman berdasarkan teori atau konsep yang meliputi tentang risiko serta return hasil investasi dan berbagai manfaat yang kita dapat jumpa saat berinvestasi (Mastura, 2020). Menurut Sujoko dalam penelitian (Efferin et al., 2008), pengetahuan dapat memudahkan seorang dalam mengambil sebuah keputusan investasi lantaran dengan adanya pengetahuan menjadi dasar yang kuat untuk melakukan apa yang kita inginkan. Kita sebagai seorang investor diharapkan mempunyai pengetahuan yang cukup guna menghindari kerugian ketika berinvestasi pada pasar modal. Investasi merupakan penangguhan penyusutan saat ini guna dimasukkan ke dalam aset produksi untuk jangka waktu tertentu. Dengan demikian, pengetahuan investasi merupakan informasi terstruktur yang digunakan buat mengalokasikan sumber daya untuk jangka waktu tertentu dengan cita-cita bisa menghasilkan laba keuntungan di masa depan. Jadi pemahaman investasi itu wajib dimiliki sebagai seorang investor terkait tentang pengetahuan dasar mengenai perbandingan berbagai saham, adanya tingkat risiko yang terjadi, serta timbulnya *return* saat investasi (Hartono, 2010).

Risiko Investasi

Risiko merupakan kemungkinan terjadinya beberapa insiden yang merugikan. Timbulnya risiko berarti ada lebih dari satu kemungkinan hasil. Risiko juga mewakili perbedaan potensial antara return yang diterima juga return yang diharapkan (Adnyana, 2020). Menurut penelitian (Tandelilin, 2021), investasi selalu dikaitkan menggunakan tingkat risiko. Semakin tinggi perbedaan potensial, semakin besar juga risiko investasi. Maka berdasarkan hal tersebut, investor harus mempunyai keputusan yang matang dalam melakukan investasi, keputusan tersebut mempengaruhi nilai perusahaan dengan mempengaruhi tingkat keuntungan atau return yang diperlukan dan tingkat risiko. Secara umum, risiko terdiri berdasarkan beberapa jenis, diantaranya: risiko individual, risiko perusahaan dan risiko pasar atau beta. Adapun risiko ketika berinvestasi menurut (Huda & Heykal 2010), antara lain: risiko likuiditas, risiko nilai unit penyertaan atau NUP, risiko politik ekonomi, risiko wanprestasi, risiko pasar, risiko nilai tukar, risiko inflasi dan risiko khusus.

Promosi Investasi

Promosi merupakan arus berita atau pertukaran informasi yang tersebar, dimana mengarahkan seorang atau sekelompok tertentu untuk menciptakan transaksi dalam kegiatan pemasaran antara pembeli dan penjual (Daryanto, 2013). Melalui periklanan, konsumen akan tertarik mengenai jasa serta produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan. Begitu konsumen mengenal jasa serta produk yang ditawarkan, mereka akan selalu membeli dan memakai produk dan jasa perusahaan (Kasmir & Jakfar, 2012). Menurut (Tjiptono, 2015) menyebutkan pada bukunya jika suatu program *marketing* berhasil, hal ini muncul karena program promosi berjalan dengan baik.

Promosi dapat disimpulkan sebagai suatu bagian pemasaran yang bertujuan untuk memberitahukan informasi, mengajak konsumen, serta meningkatkan daya tarik produk dan *brand image* perusahaan tersebut kepada konsumen.

Minat Investasi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia minat dapat didefinisikan sebagai kecondongan tinggi untuk mendapatkan sesuatu objek yang menjadi keinginan atau impian. Menurut penelitian Triwijayati dan Koesworo dalam (Mubarak, 2022) adanya keterkaitan antara minat dalam berinvestasi dengan teori sikap atau *Theory of Reasoned Action*, menunjukkan tingkah laku seseorang dalam mengambil tindakan atau suatu keinginan tertentu ketika berperilaku. Seseorang disini akan menunjukkan perilaku minatnya untuk melakukan investasi, hal yang dimungkinkan jika orang tersebut mengambil suatu tindakan agar sesuai dengan keinginan mereka dalam berinvestasi. Sedangkan menurut penelitian (Ajzen, 1991) jika *Theory Planned Behavior* menggambarkan tingkah laku seseorang dalam berperilaku. Adapun minat menurut penelitian (Hati & Harefa, 2019) bersumber pada salah satu faktor yaitu: *inneruge factor*, dimana pola pikir tersebut hadir dari lingkungan disekitarnya selaras dengan keinginan seseorang untuk menimbulkan minat tersebut. Sedangkan menurut Crow and Crow didalam penelitian (Maharani, 2021), terdapat 3 faktor munculnya minat seseorang antara lain: faktor kebutuhan dari diri sendiri, faktor sosial serta faktor emosional.

Reksa Dana

Reksa dana sebagai tempat bagi masyarakat atau para pembeli saham yang ingin menanamkan modalnya di pasar modal, tetapi disini lain dengan modal kecil serta masyarakat yang tak memiliki keahlian atau tidak memiliki waktu yang banyak untuk menganalisis risiko investasinya, karena disini nanti portofolionya akan di pantau oleh manajer investasi. Hal ini juga tercantum didalam Undang-Undang Dasar 1954 Pasar Modal No. 8 Tahun 1995, pasal 1 ayat 27. Investasi reksa dana hadir dengan cara, mengumpulkan modal dari dana orang-orang yang akan berinvestasi serta kemauan para investor dalam berinvestasi, namun tidak memiliki cukup waktu serta pengetahuan yang luas tentang investasi. Menurut (Sudirman, 2015), terdapat tiga hal terkait dengan fungsi reksadana, yaitu: (1) menyediakan dana atau modal dari masyarakat yang ingin berinvestasi, (2) ketika dana tersebut terkumpul, akan langsung diinvestasikan dalam bentuk pembelian saham baik saham pasar uang, pasar modal ataupun properti, (3) adanya manajer investor untuk mengelola dana-dana tersebut. Adapun macam-macam jenis reksa dana menurut (Simatupang, 2010), ialah: reksa dana pendapatan tetap, reksa dana pasar uang, reksa dana saham dan reksa dana campuran.

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Investasi

Pengetahuan investasi merupakan pengetahuan dasar yang wajib dikuasai masyarakat ketika ingin berinvestasi. Pengetahuan itu sendiri sebagai dasar terciptanya aspirasi seseorang dalam melakukan keinginannya, jika kita mempunyai pengetahuan investasi yang cukup akan memudahkan kita dalam memilih investasi. Awal mula sebagai investor kita dituntut mengambil keputusan investasi, bisa dilihat profit yang diambil terpercaya serta aman. Sehingga adanya informasi yang memadai dapat mempermudah suatu keinginan yang dilakukan investor (Yusuf, 2019). Penelitian (Firdaus, Rizky Achmad & Ifrochah, 2022) serta (Mahaldi, 2021), diperoleh hasil pengetahuan memiliki pengaruh besar terhadap minat berinvestasi. Jika kita memiliki berbagai macam pengetahuan, maka wawasan yang kita peroleh akan semakin banyak. Hal ini dibuktikan dengan diselenggarakan seminar serta materi – materi yang diperoleh dapat diterima baik oleh individu tersebut.

H₁ : Pengetahuan berpengaruh terhadap minat investasi

Pengaruh Risiko Terhadap Minat Investasi

Risiko bisa di tafsirkan sebagai suatu bentuk ketidakjelasan yang berkenaan dengan apa yang akan berlaku dimasa mendatang, perlu adanya pertimbangan mutlak dalam pemungutan sebuah keputusan. Didalam investasi adanya peluang risiko yang akan terjadi, dimana hasil yang dikerjakan tidak dapat menghasilkan return yang diharapkan. Tetapi investor dapat berusaha untuk menghilangkan atau meminimalisir penyimpangan atas risiko yang mereka identifikasi (Hanafi, 2014). Berdasarkan penelitian (Mahaldi, 2021) dan (Maharani, 2021) menjelaskan bahwasannya risiko berpengaruh signifikan terhadap minat investasi. Jika memperhatikan tingkat risiko yang didapatkan akan berdampak pada pengambilan sebuah keputusan investasi, dengan berbagai pertimbangan pengertian atau enggan untuk mengambil risiko tersebut. Karena semua keputusan tergantung pada pola pikir dari pembeli saham.

H₂ : Risiko berpengaruh terhadap minat investasi

Pengaruh Promosi Terhadap Minat Investasi

Promosi adalah proses kegiatan perusahaan yang dirancang untuk menaikkan permintaan, memuaskan ambisi konsumen serta mempertahankan *image brand* perusahaan yang baik dimata konsumen. Promosi investasi bisa dijelaskan sebagai suatu rancangan guna meningkatkan minat berinvestasi, dengan mengiklankan melalui berbagai jejaring sosial, diadakannya seminar tentang pasar modal dan lainnya. Jika hal tersebut bisa memberikan respons pada suatu individu, maka masyarakat akan tertarik untuk melakukan investasi di reksadana (Abdinagoro, 2020). Menurut temuan (Hapsari & Pradekso, 2021) serta (Julaiha, 2019) bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap minat berinvestasi. Dengan adanya gencaran promosi yang dilakukan, maka semakin banyak masyarakat khususnya generasi Z yang tahu serta dapat memikat para masyarakat untuk berinvestasi di reksa dana .

H₃ : Promosi berpengaruh terhadap minat investasi

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bersifat kuantitatif. **Variabel Dependen** yang dipakai pada penelitian ini: Minat Investasi, sementara itu didalam penelitian ini **Variabel Independen** yang digunakan, yaitu: 1. Pengetahuan 2. Risiko 3. Promosi. Data yang didapatkan menggunakan data primer diperoleh dengan menyebarkan pertanyaan atau kuesioner yang diberikan kepada mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung tahun 2020-2021 yang termasuk kategori generasi Z dengan jumlah 1.761 mahasiswa. Agar dapat menemukan jumlah sampel yang akan diuji, peneliti memakai rumus *slovin* dengan *margin of error* sebanyak 5%, adapun rumusnya sebagai berikut ini:

$$n = N : (1 + Ne^2)$$

Keterangan:

n : Ukuran sampel
N : Ukuran populasi
e² : Tingkat kesalahan

Maka hasilnya:

$$\begin{aligned} n &= 1.761 : (1 + 1.761 (0.05)^2) \\ &= 1.761 : 1 + 4,403 \\ &= 1.761 : 5,403 \\ n &= 325,9 \end{aligned}$$

Dari perhitungan diatas didapatkan jumlah sampel 325,9 serta dibulatkan menjadi = 326 responden. Skala responden mahasiswa yang di jadikan dalam penelitian ini menggunakan skala *Likert*. Adapun pengambilan teknik sampel memakai teknik *probability sampling*, sedangkan peneliti memakai metode *purposive sampling* untuk menetapkan sampel pada pengujian ini. Adapun kriteria sampel yang sudah ditentukan, sebagai berikut ini: (1) Mahasiswa aktif yang menempuh studi di UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung jurusan Manajemen Keuangan Syariah angkatan 2020-2021 (2) Mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah yang sudah mendapatkan ilmu dan mempelajari matakuliah tentang pasar modal syariah ataupun manajemen keuangan.

Definisi Operasional Tabel

No.	Variabel Penelitian	Definisi Operasional	Indikator	Refrensi
1	Pengetahuan (X1)	Pengetahuan Investasi merupakan interpretasi wajib dimiliki individu mengenai beragam prospek yang menanungi investasi, seperti mengikuti sekolah pasar modal serta ikut berpartisipasi dalam seminar	1. Pengetahuan Dasar Investasi 2. Pengetahuan Risiko investasi 3. Pengetahuan tingkat pengembalian (Return)	(Kusmawati, 2011)

No.	Variabel Penelitian	Definisi Operasional	Indikator	Referensi
2	Risiko Investasi (X2)	Risiko ialah peluang terjadinya suatu penyimpangan serta tidak sesuai apa yang diharapkan	1. Risiko Keuangan 2. Risiko Sosial 3. Risiko Kinerja 4. Risiko Psikologi 5. Risiko Fisik 6. Risiko Waktu	(Sumarwan, Ujang., 2011)
3	Promosi Investasi (X3)	Promosi dalam situasi social marketing sebagai sarana peralihan perilaku yang dipromosikan untuk menarik perhatian konsumen, dengan mengiklankan melalui berbagai jejaring sosial	1. Kualitas Promosi 2. Waktu Promosi 3. Frekuensi Promosi 4. Ketetapan / Kesesuaian Sasaran Promosi	(Kotler & Keller, 2021)
4	Minat Investasi (Y)	Minat Investasi ialah hasrat yang timbul pada individu untuk mengetahui segala sesuatu serta mengumpulkan informasi yang berkaitan suatu investasi sebelum tahap pelaksanaan dalam berinvestasi.	1. Ketertarikan 2. Keinginan 3. Keyakinan	(Sudirman, 2020)

HASIL PENELITIAN

Statistik Deskriptif

Hasil uji pada penelitian ini dihitung memakai aplikasi IBM SPSS Statistics versi 25. Adapun karakteristik responden yang memenuhi persyaratan sebanyak 112 laki-laki dan 214 perempuan. Jumlah responden tahun 2020 sebanyak 150 orang dan tahun 2021 sebanyak 176 orang.

Tabel 1. Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pengetahuan	326	11,00	30,00	24,9479	3,12612
Risiko	326	13,00	30,00	21,8681	3,58773
Promosi	326	8,00	25,00	18,2945	3,22382
Minat Investasi	326	9,00	25,00	19,4172	3,00014
Valid N (listwise)	326				

Sumber data: diolah, 2023

Dapat dilihat pada tabel uji statistik deskriptif diatas bahwa, Pengetahuan memiliki nilai maksimum 30,00, nilai minimum 11,00 dengan mean sebesar 24,9479 serta standar deviasi sebesar 3,12612. Risiko memiliki nilai maksimum 30,00, nilai minimum 13,00 dengan mean sebesar 21,8681serta standar deviasi sebesar 3,58773. Promosi memiliki nilai maksimum 25,00, nilai minimum 8,00 dengan mean sebesar 18,2945 serta standar deviasi sebesar 3,22382. Minat Investasi menunjukkan nilai maksimum 25,00, nilai minimum 9,00 dengan mean sebesar 19,4172 serta standar deviasi sebesar 3,00014. Nilai standar deviasi untuk semua variabel pernyataan berada di bawah nilai rata-rata, menunjukkan varians data yang rendah atau distribusi data yang rendah bagi semua variabel yang tercantum pada penelitian ini.

Uji Validitas

Tabel 2. Uji Validitas

Variabel	Item	R _{hitung}	R _{tabel N} = 30	Keputusan
Pengetahuan	X1.1	0,648	0,361	Valid
	X1.2	0,643	0,361	Valid
	X1.3	0,646	0,361	Valid
	X1.4	0,707	0,361	Valid
	X1.5	0,723	0,361	Valid
	X1.6	0,530	0,361	Valid
Risiko	X2.1	0,573	0,361	Valid
	X2.2	0,699	0,361	Valid
	X2.3	0,550	0,361	Valid
	X2.4	0,550	0,361	Valid
	X2.5	0,696	0,361	Valid
	X2.6	0,715	0,361	Valid
Promosi	X3.1	0,744	0,361	Valid
	X3.2	0,636	0,361	Valid
	X3.3	0,534	0,361	Valid
	X3.4	0,638	0,361	Valid
	X3.5	0,522	0,361	Valid
Minat Investasi	X4.1	0,654	0,361	Valid
	X4.2	0,785	0,361	Valid
	X4.3	0,773	0,361	Valid
	X4.4	0,533	0,361	Valid
	X4.5	0,648	0,361	Valid

Sumber data: diolah, 2023

Menurut uji validitas diatas peneliti memakai 30 responden pertama yang disebar ke mahasiswa manajemen keuangan syariah tahun 2020-2021 dimana untuk menguji kevalidan pertanyaan tersebut. Menurut hasil perhitungan pada tabel 4, diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 0,361. Bisa diartikan jika semua pertanyaan valid, dibuktikan dengan hasil setiap $r_{hitung} > r_{tabel}$, sehingga pertanyaan pada penelitian ini dapat digunakan.

Uji Reliabilitas

Tabel 5. Uji Reliabilitas

Cronbach's Alpha	Keterangan
0,830	Reliabel

Sumber data: diolah, 2023

Menurut perhitungan tabel 5, diperoleh *Cronbach's alpha* sebesar 0,830. Berdasarkan hasil penelitian variabel total memiliki nilai sebesar $0,830 > 0,6$. Dapat diartikan penelitian yang di gunakan reliabel.

Uji Normalitas

Tabel 6. Uji Normalitas

<i>One sample Kolmogrov-smirnov Test</i>	
<i>Monte Carlo . (2-tailed)</i>	Keterangan
0,243	Normal

Sumber data: diolah, 2023

Berdasarkan tabel 6, hasil uji normalitas memakai *Monte Carlo (2-tailed)*, dapat disimpulkan jika data yang diisi responden berdistribusi normal. Hal tersebut dibuktikan dengan *Monte Carlo sebesar 0,243* dengan nilai signifikansi sebesar 5% atau 0,05. Hasil tersebut mendapatkan nilai $0,243 > \alpha = 0,05$.

Uji Multikolinearitas

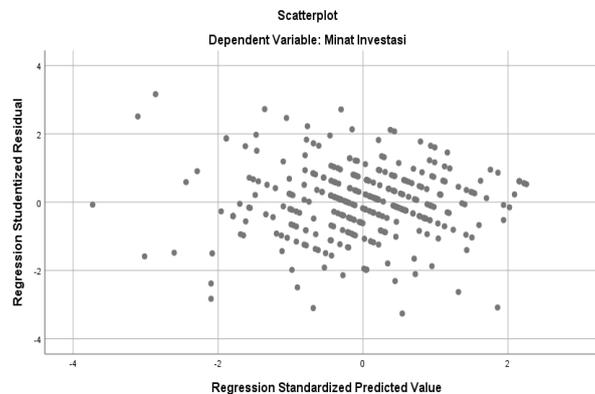
Tabel 7. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients*	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Pengetahuan Investasi (X1)	0,794	1,259
Risiko Investasi (X2)	0,860	1,162
Promosi Investasi (X3)	0,815	1,227

a. Dependent Variable: Minat Investasi
 Sumber data: diolah, 2023

Berdasarkan tabel 7, nilai *toleransi* semua variabel menunjukkan nilai $> 0,1$ dan koefisien inflasi varians (VIF) untuk semua variabel menunjukkan nilai < 10 . Hal tersebut, bisa dikatakan jika tidak ada masalah linearitas berganda pada model ini.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 3. Diagram *Scatterplot* Uji Heteroskedastisitas
 Sumber data: diolah, 2023

Pada gambar di atas dapat disimpulkan, hasil *scatterplot* pada penelitian ini tidak adanya heteroskedastisitas, dapat dibuktikan dengan adanya titik-titik yang meluas secara acak serta tidak mewujudkan suatu bentuk pola. Demikian hal ini dapat disimpulkan bahwa, sehingga data tersebut bisa ditindak lanjuti pada uji statistik lebih lanjut.

Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 8. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

1	(Constant)	4,407	1,157		3,809	,000
	Pengetahuan	,318	,046	,332	6,966	,000
	Risiko	-,032	,038	-,038	-,824	,411
	Promosi	,424	,044	,456	9,692	,000

a. Dependent Variable: Minat Investasi

Sumber data: diolah, 2023

1. Konstanta 4,407, diartikan jika nilai Pengetahuan (X1), Risiko (X2), dan Promosi (X3) adalah 0, maka Minat Investasi (Y) adalah konstan sebesar 4,407, dengan syarat variabel lain tetap.
2. Koefisien regresi untuk variabel pengetahuan (X1) sebesar 0,318, dijelaskan jika variabel pengetahuan meningkat satu satuan, maka minat investasi (Y) akan meningkat sebesar 0,318.
3. Koefisien regresi untuk variabel risiko (X2) sebesar -0,032, dijelaskan jika variabel risiko meningkat sebesar satu satuan, maka manfaat investasi (Y) akan menurun sebesar 0,032.
4. Koefisien regresi untuk variabel promosi (X3) sebesar 0,424, dijelaskan jika variabel promosi meningkat sebesar satu satuan, maka manfaat investasi (Y) akan meningkat sebesar 0,424.

Uji Parsial t

Berikut adalah hasil uji secara parsial,

Tabel 9. Hasil Uji Signifikasi Secara Parsial (Uji t)

Model		Coefficients ^a				Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	
		B	Std. Error			
1	(Constant)	4,407	1,157		3,809	,000
	Pengetahuan	,318	,046	,332	6,966	,000
	Risiko	-,032	,038	-,038	-,824	,411
	Promosi	,424	,044	,456	9,692	,000

a. Dependent Variable: Minat Investasi

Sumber data: diolah, 2023

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 9, diperoleh hasil:

1. Hasil dalam penelitian ini pada variabel pengetahuan investasi (X1) diperoleh nilai $t_{hitung} 6,966 > t_{tabel} 1,967$ serta nilai signifikansi $0,00 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_1 di terima. Bisa disimpulkan jika variabel pengetahuan berpengaruh dan signifikan terhadap minat investasi.
2. Hasil dalam penelitian ini pada variabel risiko investasi (X2) diperoleh nilai $t_{hitung} -0,824 < t_{tabel} 1,967$ serta nilai signifikansi $0,411 > 0,05$. Maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Bisa disimpulkan jika variabel risiko tidak berpengaruh terhadap minat investasi.
3. Hasil dalam penelitian ini pada variabel promosi investasi (X3) diperoleh nilai $t_{hitung} 9,692 > t_{tabel} 1,967$ serta nilai signifikansi $0,00 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_1 di terima. Bisa disimpulkan jika variabel promosi berpengaruh dan signifikan terhadap minat investasi.

Uji Serempak F

Tabel 10. Hasil Uji Signifikansi Serempak (Uji F)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1228,710	3	409,570	77,735	,000 ^b
Residual	1696,554	322	5,269		
Total	2925,264	325			

a. Dependent Variable: Minat Investasi

b. Predictors: (Constant), Promosi, Risiko, Pengetahuan

Sumber data: diolah, 2023

Dapat dilihat pada tabel 10, bisa disimpulkan jika variabel pengetahuan, risiko, dan promosi secara serempak berpengaruh signifikan terhadap minat investasi reksadana bagi Generasi Z. Hal ini dibuktikan dengan nilai $F_{hitung} 77,735 > F_{tabel} 2,632$ dan signifikansi $0,000 < \alpha 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Uji Koefisien Determinasi R²

Tabel 11. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,648 ^a	,420	,415	2,29539

a. Predictors: (Constant), Promosi, Risiko, Pengetahuan

Sumber data: diolah, 2023

Pada tabel 11, mendapatkan hasil nilai *Adjusted R Square* senilai 0,415 atau 41,5%. Dapat diartikan jika 41,5% variasi variabel minat investasi dapat dijelaskan oleh variabel Pengetahuan, Risiko dan Promosi. Sedangkan 58,5% sisa dari hasil tersebut dipengaruhi oleh faktor atau variabel lainnya diluar penelitian ini.

PEMBAHASAN

Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Investasi Generasi Z

Didalam penelitian ini hasil dari uji parsial, memperlihatkan hasil jika variabel pengetahuan (X1) berpengaruh terhadap minat investasi (Y) secara signifikan. Dapat disimpulkan jika generasi Z memiliki banyak pengetahuan tentang investasi maka secara tidak langsung generasi Z memiliki minat dalam berinvestasi. Hasil penelitian ini selaras dengan (Firdaus, Rizky Achmad & Ibrochah, 2022), (Mahaldi, 2021) dan (Maharani, 2021) terdapat adanya pengaruh positif signifikan pengetahuan terhadap minat investasi. Seseorang pasti tidak mungkin akan tertarik dalam hal investasi, jika tanpa suatu pengetahuan dasar tentang investasi. Timbulnya pengaruh minat mahasiswa dalam berinvestasi salah satunya dengan terkumpulnya berbagai sumber pengetahuan, karena semakin banyaknya wawasan tentang pengetahuan, maka semakin besar pula upaya mahasiswa untuk mencoba dalam berinvestasi. Wawasan pengetahuan ini dapat diperluas dengan mengikuti sekolah pasar modal, membaca buku serta menerapkan sendiri apa yang di pelajari dengan mencoba berinvestasi.

Pengaruh Risiko Terhadap Minat Investasi Generasi Z

Didalam penelitian ini berdasarkan uji parsial, memperlihatkan hasil bahwa variabel risiko (X2) tidak berpengaruh terhadap minat investasi (Y). Hasil studi pada penelitian ini didukung (Ambiah & Darmawati, 2022), (Hasanaha et al., 2022) dan (Dwiputri et al., 2022) bahwa risiko tidak berpengaruh terhadap minat berinvestasi. Dapat disimpulkan rendah serta tingginya persepsi risiko bagi mahasiswa manajemen keuangan syariah UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung tidak mempengaruhi minat berinvestasi. Serta menunjukkan jika mereka melalaikan aspek risiko menjadi bahan peninjauan penting dalam berinvestasi reksa dana. Hal ini mungkin disebabkan karena mahasiswa tidak memiliki tanggungan sehingga mereka lebih leluasa untuk mengeksplorasi tentang investasi. Serta terdapat kurangnya pengalaman investasi secara langsung, yang menyebabkan hasil uji dalam penelitian ini rendah dan tidak sesuai apa yang diharapkan, berarti persepsi risiko tidak mempengaruhi minat mahasiswa dalam berinvestasi.

Pengaruh Promosi Terhadap Minat Investasi Generasi Z

Didalam penelitian ini berdasarkan uji parial pada penelitian ini, memperlihatkan jika promosi (X3) berpengaruh pada variabel minat berinvestasi (Y) secara signifikan. Disimpulkan bahwa semakin banyak promosi yang disebar luaskan, maka generasi Z juga akan tahu hal tersebut, sehingga dapat menimbulkan minat generasi Z dalam berinvestasi. Studi penelitian ini selaras dengan studi yang dikemukakan (Hapsari & Pradekso, 2021), (Nugraha, 2022) dan (Julaiha, 2019) bahwa pengaruh promosi berpengaruh signifikan terhadap minat berinvestasi. Jika iklan atau promosi ini gencar dilakukan maka dapat meningkatkan minat mahasiswa dalam berinvestasi reksa dana. Selain itu adapula usaha yang bisa dilaksanakan untuk meningkatkan ketertarikan tersendiri bagi calon investor dalam berinvestasi, ialah dengan memasang iklan atau poster yang menarik diberbagai sosial media atau internet.

SIMPULAN DAN SARAN

Hasil analisa penelitian ini menggunakan 326 responden yang menempuh studi di UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung jurusan Manajemen Keuangan Syariah angkatan 2020-2021 yang tergolong generasi Z. Hasil dari pengujian uji serempak, jika ada pengaruh secara signifikan antara variabel Pengetahuan, Risiko serta Promosi Investasi terhadap Minat Investasi Reksa dana bagi generasi Z. Sedangkan berdasarkan pengujian parsial variabel Pengetahuan berpengaruh dan signifikan terhadap Minat Investasi Reksa dana bagi generasi Z, variabel Risiko tidak berpengaruh terhadap Minat Investasi Reksa dana bagi generasi Z serta variabel Promosi berpengaruh dan signifikan terhadap Minat Investasi Reksa dana bagi generasi Z. Hasil analisis di atas memperlihatkan jika risiko terhadap minat berinvestasi yang paling rendah dalam beberapa aspek, sehingga diharapkan mahasiswa lebih banyak mempelajari atau mengikuti seminar pasar modal untuk mendapatkan pemahaman investasi yang lebih luas. Ketika kita sudah terjun didunia investasi, sebagai seorang investor dapat meminimalisir atau menghindari risiko yang ada. Diharapkan bagi penelitian berikutnya dapat menambahkan variabel lain tentang minat yang mempengaruhi dalam berinvestasi serta sampel penelitian diperluas, dengan melakukan studi di berbagai universitas tidak hanya didalam satu universitas.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdinagoro, S. B. (2020). *Menyusun dan Memasarkan Investasi Daerah*.
- Adnyana, I. M. (2020). *Manajemen Investasi dan Protfolio*.
- Ajzen, Icek & Fishbein, M. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*.
- Ajzen, I. (1991). *The Theory of Planned Behavior, Organizational Behavior and Human Decision Processes*. 50(2), 11–39.
- Ambiah, Afifah Nur & Darmawati, D. (2022). *Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Mahasiswa Berinvestasi*. 2(2), 1495–1504.
- Codrington, Graeme & Grant-Marshall, S. (2004). *Mind the gap*. Penguin Books.
- Daryanto. (2013). *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Dwiputri, Kristanti., Husnatarina, Fitria & Bimaria, O. (2022). Pengaruh Modal Minimal Investasi, Pengetahuan Investasi, Risiko dan Return terhadap Minat Berinvestasi Saham pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Universitas Palangka Raya di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Penelitian UPR*, 2(1), 34–40. <https://doi.org/10.52850/jptupr.v2i1.4123>
- Efferin, Sujoko., Darmadji, Stevanus Hadi., & Tan, Y. (2008). *Metodologi penelitian akuntansi : mengungkap fenomena dengan pendekatan kuantitatif dan kualitatif*. Garaha ilmu.
- Firdaus, Rizky Achmad & Ifrochah, N. (2022). Pengaruh Pengetahuan Investasi Dan Motivasi Investasi Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Politeknik Keuangan Negara Stan Di Pasar Modal. *Jurnal Keuangan Negara Dan Kebijakan Publik*, 2(1), 16–28.
- Fitriani, Alzena & Widodo, A. (2020). Pengaruh Financial Knowledge Terhadap Financial Behavior Dengan Financial Attitude Sebagai Variabel Intervening Pada Generasi Z. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 4(2), 310–319. <http://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/333>
- Hanafi, M. (2014). *Manajemen Risiko*. UPP STIM YKPN.
- Hapsari, Amrina Rida & Pradekso, T. (2021). Pengaruh Terpaan Promosi Reksadana dan Terpaan Komunikasi Keluarga mengenai Keuangan terhadap Minat Berinvestasi Reksadana. *Interaksi Online*.
- Hartono, J. (2010). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi Modul 1*. BPFE UGM.
- Hasanaha, Fuadatul., Wahyuningtyas, Endah Tri., & Susesti, D. A. (2022). Dampak Motivasi Investasi, Persepsi Resiko, Literasi dan Efikasi Keuangan Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi Di Pasar Modal. *Jurnal Akuntansi AKUNESA*, 10(2), 57–66. <https://doi.org/10.26740/akunesa.v10n2.p57-66>
- Hati, Shinta Wahyu & Harefa, W. S. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi Minat Berinvestasi di Pasar Modal Bagi Generasi Milenial. *Journal of Business Administration*, 3(2), 284.
- Hidayati, A. N. (2017). *Investasi: Analisis Dan Relevansinya Dengan Ekonomi Islam*. 8(2), 227–242.
- Huda, Nurul & Heykal, M. (2010). Lembaga Keuangan Islam: Tinjauan Teoritis dan Praktis. In 1 (1st ed., pp. 258–259). kencana.

- Jogiyanti. (2003). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi* (3rd ed.). BPFE.
- Julaiha, S. (2019). *Pengaruh promosi galeri investasi syariah (GIS) terhadap minat berinvestasi mahasiswa febi iain di pasar modal kota palangka raya*. Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya.
- Kasmir & Jakfar. (2012). *Study Kelayakan Bisnis Cetakan Kedelapan* (14th ed.). Prenadia Group.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Manajemen Pemasaran. Edisi 13 Jilid 2*.
- Kusmawati. (2011). Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Berinvestasi di Pasar Modal Dengan Pemahaman Investasi dan Usai Sebagai Variabel Moderat. In *Ekonomi Dan Informasi Akuntansi* (Vol. 1, Issue 2).
- Mahaldi, A. S. (2021). *Pengaruh pengetahuan, modal minimal, return investasi, dan risiko investasi terhadap minat mahasiswa manajemen keuangan syariah untuk berinvestasi di pasar modal syariah*. UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.
- Maharani, P. S. (2021). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa berinvestasi pada reksadana syariah*.
- Mastura, A. (2020). Pengaruh Motivasi Investasi, Pengetahuan Investasi Dan Teknologi Informasi Terhadap Minat Berinvestasi Di Pasar Modal (Studi Pada Mahasiswa FIA dan FEB Unisma Yang Sudah Menempuh Mata Kuliah Mengenai Investasi). *Jurnal Ilmu Administrasi Niaga*, 9(1), 67–68.
- Mubarak, I. Z. (2022). *pengaruh kemajuan teknologi dan media sosial influencer terhadap minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Keuangan Syariah Institut Agama Islam Negeri Tulungagung Angkatan 2018/2019)*. UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.
- Nugraha, D. A. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Investasi Pasar Modal Melalui Galeri Investasi Syariah Febi Uinsu (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatra Utara). In *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*.
- Pamungkas, Ary Satria., Budiono, Herlina., Wijayanto, Hendra & Widjaya, H. (2019). Pelatihan pengenalan investasi reksadana untuk pelajar SMK Ariya Metta. *Sabdamas*, 1(1), 133–140.
- PT. Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI). (2022). *Berita pers Investor Pasar Modal Tembus 10 Juta*. <https://www.ksei.co.id>
- Septyanto, D. (2013). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Investor Individu Dalam Pengambilan Keputusan Investasi Sekuritas Di Bursa Efek Indonesia (Bei). *Jurnal Ekonomi*, 4(2).
- Simatupang, M. (2010). *Pengetahuan Praktis Investasi Saham dan Reksadana*. Mitra Wacana Media.
- Sudirman, Acai., Dkk. (2020). *Perilaku Konsumen dan Perkembangan di Era Digital*. Widina Bakti Persada.
- Sudirman. (2015). *Pasar Modal Dan Manajemen Portofolio* (1st ed.). Sultan Amai Press.
- Sumarwan, Ujang., Dkk. (2011). *Riset Pemasaran dan Konsumen*. PT. Penerbit IPB Pres.
- Tandelilin, E. (2021). *Analisis Investasi dan Manajemen Portofolio* (PT. BPPE: 1st ed.).
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). CV. Andi Offset.
- Yusuf, M. (2019). Pengaruh Kemajuan Teknologi dan Pengetahuan Terhadap Minat Generasi Millenial Dalam Berinvestasi di Pasar Modal. *Dinamika Manajemen Dan Bisnis*, 2(2).