

**PENGARUH *PERCEPTUAL MARKET CONDITION* DAN
MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT INVESTASI GENERASI
Z**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Syarat-syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana (S.1)

Pada Program Studi Ekonomi Syariah



OLEH:

ALVIONITA

NIM: 22681007

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) CURUP

2026

Hal : Pengajuan Skripsi

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam

Di Tempat

Assalamualaikum Wr. Wb.

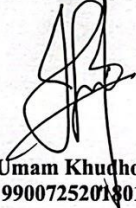
Setelah mengadakan pemeriksaan dan perbaikan seperlunya maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara Alvionita yang berjudul **“Pengaruh Perceptual Market Condition dan Media Sosial terhadap Minat Investasi Generasi Z”** sudah dapat diajukan dalam sidang munaqasah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.

Demikian permohonan ini kami ajukan dan atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Curup, 10 Agustus 2026

Pembimbing I



Khairul Umam Khudhori, M. E
NIP. 199007252013011001

Pembimbing II



Fitmawati, M.E
NIP.198903242025212008

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Alvionita
Nomor Induk Mahasiswa : 22681007
Fakultas : Syariah dan Ekonomi Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah

Dengan ini menyatakan bahwa dalam skripsi saya yang berjudul **“Pengaruh *Perceptual Market Condition* dan Media Sosial terhadap Minat Investasi Generasi Z”** belum pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan penulis juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diajukan atau dirujuk dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya bersedia menerima hukuman atau sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Curup, 10 Agustus 2026



METERAI
TEMPEL
438 2AOX058274454

Alvionita
NIM. 22681007



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) CURUP
FAKULTAS SYARI'AH DAN EKONOMI ISLAM**

Jalan : Dr. AK Gani No; 01 PO 108 Tlp (0732) 21010 -21759 Fax 21010
Homepage: <http://www.iaincurup.ac.id> Email: admin@iaincurup.ac.id Kode Pos 39119

PENGESAHAN SKRIPSI MAHASISWA

Nomor: 813 /In.34/FS/PP.00.9/ /2026

Nama : Alvionita
NIM : 22681007
Fakultas : Syari'ah dan Ekonomi Islam
Prodi : Ekonomi Syariah
Judul : Pengaruh *Perceptual Market Condition* dan Media Sosial Terhadap Minat Investasi Generasi Z

Telah dimunaqasyahkan dalam sidang terbuka Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup, pada:

Hari/Tanggal : Selasa, 30 Agustus 2026
Pukul : 08.00 s/d 09.30 WIB
Tempat : Ruang 3 Gedung Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam

Dan telah diterima untuk melengkapi sebagai syarat-syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Ekonomi

Syariah

TIM PENGUJI

Ketua

Sekretaris

Prof. Dr. Muhammad Istan, S.E., M.Pd, MM
NIP.197502192006041008

Elsya Septiani Putri, S.E.I., M.Ak
NIP. 199109222025052003

Penguji I

Penguji II

Dr. M. Sholihin, S.E.I., M.S.I
NIP. 198402182019031005

Dr. Hendrianto, M.A
NIP. 198706212023211022

Mengetahui,
Dekan Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam

Dr. Maburr Syah, S.Pd.I., S.IPL., M.H.I.
NIP. 198008182002121003



Dipindai dengan CamScanner

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Departemen Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia tertanggal 22 Januari 1988 Nomor 157/1987 dan 0593/1987.

A. Konsonan tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba‘	B	Be
ت	Ta‘	T	Te
ث	tsa‘	Ts	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	H	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kha	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Z	Ze (dengan titik di atas)
ر	Ra‘	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan Ye
ص	Shad	Sh	Es (dengan titik di bawah)
ض	Dhad	Dh	De (dengan titik di bawah)
ط	Ta‘	T	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Tha‘	Th	Tet (dengan titik di bawah)
ع	_Ain	_	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa‘	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	_El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	_En
و	Waw	W	We

هـ	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya'	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap Syaddah ditulis rangkap

متعددة	Ditulis	<i>Muta'addidah</i>
جزء	Ditulis	<i>Iddah</i>

C. Ta marbuta' diakhir kata

1. Bila dimatikan tulis *h*

حكمة	Ditulis	<i>Hikmah</i>
جسنة	Ditulis	<i>Jizyah</i>

(ketentuan ini tidak diperlukan kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti zakat, salat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya)

2. Bila diikuti kata sandang – *al* serta bacaan kedua itu terpisah ditulis dengan *h*

كرامة الأولياء	Ditulis	<i>Karamah al-Aulia''</i>
----------------	---------	---------------------------

3. Bila ta' marbutah hidup atau harakat fathah, kasrah dan dammah ditulis *t*

زكاة الطر	Ditulis	<i>Zakat al-Fitr</i>
-----------	---------	----------------------

D. Vocal pendek

.....	Fathah	Ditulis	A
-------	--------	---------	---

.....	Kasrah	Ditulis	I
.....	Dhammah	Ditulis	U

E. Vocal panjang

1.	Fattahah + Alif جاهلية	ditulis ditulis	A <i>Jahiliyah</i>
2.	Fathah + Ya' mati نَسَمًا	ditulis ditulis	A <i>Tansa</i>
3.	Kasrah + Ya' mati كَرِيمٍ	ditulis ditulis	L <i>Karim</i>
4.	Dhammah + Wawu mati فُرُو	ditulis ditulis	U <i>Furu</i>

F. Vocal rangkap

1.	Fattahah + Ya' mati بَيَّاكُومَ	Ditulis Ditulis	Ai <i>Bainakum</i>
2.	Fattahha + Wawu mati	Ditulis Ditulis	au <i>qaul</i>

G. Vocal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أَانتُنْ	Ditulis	<i>a''antum</i>
أُعدتْ	Ditulis	<i>u''iddat</i>
لِيْ شَكَرْتِنْ	Ditulis	<i>La''in syakartum</i>

H. Kata sandang alif + Lam

1. Bila diikuti huruf qamariah

القرآن	Ditulis	<i>Al-Qur''an</i>
القنّاش	Ditulis	<i>Al-Qiyas</i>

2. Bila diikuti huruf syamsiah ditulis dengan menggunakan huruf syamsiah yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf l (el) nya.

السواء	Ditulis	<i>as-Sama''</i>
الشّوص	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

I. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya

دوى الفروض	Ditulis	<i>Zawi al-furud</i>
أهل السنة	Ditulis	<i>Ahl as-Sunnah</i>

ABSTRAK

Alvionita, NIM. 22681007 **“Pengaruh *Perceptual Market Condition* dan Media Sosial Terhadap Minat Investasi Generasi Z.”** Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah.

Penelitian ini menganalisis pengaruh *Perceptual Market Condition* (*Unpredictability of Stock Prices, Stock Market Information*) dan Media Sosial (Frekuensi Paparan, Intensitas Interaksi, Kualitas Persepsian Konten) terhadap Minat Investasi Generasi Z, dengan latar belakang dominasi Generasi Z sebagai investor pasar modal Indonesia menurut data KSEI. Menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif, sampel diambil secara purposive dari 69 anggota aktif Kelompok Studi Pasar Modal (KSPM) GI/GIS BEI di empat perguruan tinggi Provinsi Bengkulu dari populasi 92 orang. Data dikumpulkan melalui kuesioner Likert lima poin dan dianalisis dengan PLS-SEM (SmartPLS 4). Hasil menunjukkan dimensi *Stock Market Information* pada variabel X1 dan Frekuensi Paparan pada variabel X2 berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Investasi, sedangkan dimensi *Unpredictability of Stock Prices*, Intensitas Interaksi, dan Kualitas Persepsian Konten tidak berpengaruh signifikan. Kelima dimensi secara simultan menjelaskan 79,3% variasi Minat Investasi ($R^2 = 0,793$).

Kata kunci: *Perceptual Market Condition, Media Sosial, Minat Investasi, Generasi Z.*

ABSTRACT

Alvionita, NIM. 22681007 “**The Influence of Perceptual Market Condition and Sosial Media on The Investment Interests of Generation Z.**” Thesis, Sharia Economics Study Program.

This study examines the influence of Perceptual Market Condition (Unpredictability of Stock Prices, Stock Market Information) and Social Media (Exposure Frequency, Interaction Intensity, Perceived Content Quality) on Generation Z's Investment Interest, motivated by Generation Z's dominance among Indonesian capital market investors according to KSEI data. Using a quantitative associative approach, 69 respondents were purposively sampled from 92 active members of Capital Market Study Groups (KSPM) at four universities in Bengkulu Province. Data were collected via a five-point Likert questionnaire and analyzed using PLS-SEM (SmartPLS 4). Results show that Stock Market Information and Exposure Frequency have a significant positive effect on Investment Interest, while Unpredictability of Stock Prices, Interaction Intensity, and Perceived Content Quality do not. Together, the five dimensions explain 79.3% of the variance in Investment Interest ($R^2 = 0.793$).

Keywords: *Perceptual Market Condition, Social Media, Investment Interest, Generation Z.*

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunianya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh *Perceptual Market Condition* dan Media Sosial Terhadap Minat Investasi Generasi Z”** yang disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan studi tingkat Sarjana (S.1) pada Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.

Shalawat beriring salam semoga selalu tercurahkan kepada kekasih Allah baginda Nabi Muhammad SAW, para sahabat serta seluruh pengikutnya. Selesaiannya skripsi ini tentu tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu baik dalam proses penelitian maupun selama penulisan. Ucapan terima kasih ini disampaikan kepada bapak dan ibu:

1. Bapak Prof. Dr. Idi Warsah, M.Pd.I selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.
2. Bapak Dr. Mabrursyah, S.Pd.I.,M.HI selaku Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam.
3. Bapak Andriko, M.E.Sy selaku Ketua Program studi Ekonomi Syariah.
4. Bapak Dr. Hendrianto, M.A selaku penasehat akademik yang selalu bersedia memberikan nasehat serta arahan, khususnya dalam proses akademik.

5. Bapak Khairul Umam Khudhori, M.E.I selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Fitmawati, M.E selaku Dosen Pembimbing II yang telah membimbing serta mengarahkan peneliti, terima kasih atas dukungan, sabarnya, doa, waktu, dan motivasi sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak Dr. M. Sholihin, S.E.I., M.Si dan Bapak Dr. Hendrianto, M.A selaku penguji 1 dan penguji 2. Terimakasih atas masukan, saran, serta arahan kepada peneliti.
7. Seluruh Dosen Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam serta staff dan karyawan IAIN Curup yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada peneliti selama berada di bangku perkuliahan.
8. Kepala Perpustakaan IAIN Curup beserta seluruh staff dan karyawan yang telah mengarahkan dan memberi kemudahan, arahan kepada peneliti dalam memperoleh referensi dan data-data dalam penyusunan skripsi ini.
9. Semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat peneliti sebutkan satu-persatu.

Peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif, terutama dari para pembaca dan dosen pembimbing. Peneliti menyadari masih terdapat kemungkinan kesalahan dan kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Semoga karya tulis ini dapat bermanfaat bagi peneliti dan mahasiswa lainnya.

Akhir kata, peneliti senantiasa memohon ridha Allah SWT atas penyusunan dan penulisan skripsi ini. Aamiin.

Curup, Agustus 2026

Penulis

Alvionita

NIM. 22681007

MOTTO

***“Barang siapa tidak merasakan pahitnya menuntut ilmu
sesaat, maka ia akan menelan hinanya kebodohan
sepanjang hidup.”***

Imam Asy-Syafi’i

“Sungguh Allah lebih besar dari segala kekhawatiranmu”

PERSEMBAHAN

Tiada lembar paling istimewa dalam skripsi ini kecuali lembar persembahan. *Bismillahirrahmanirrahin* skripsi ini penulis persembahkan untuk:

1. Pemilik mutlak seluruh zat dan alam semesta, yang menguasai, mengatur dan berkuasa atas segala sesuatu. Allah SWT, Sang Maha Pemilik Arah. Terima kasih telah menjadi satu-satunya rumah tempatku pulang saat dunia terasa begitu kabur dan bising. Terima kasih telah menjaga waras dan langkahku, bahkan di saat penulis hampir lupa alasan untuk tetap hidup.
2. Cinta pertama dan panutanku, Ayah tersayang, yang telah mengorbankan segalanya demi saya. Terima kasih senantiasa mengusahakan hidup saya menjadi lebih baik. Terima kasih telah memberikan kepercayaan kepada saya untuk terus berani mencoba. Arahan, nasihat, doa yang tak pernah putus dan dukungan dari Ayah menjadi penguat saya untuk dapat menyelesaikan perkuliahan ini dengan baik. Skripsi ini saya persembahkan kepada Ayah sebagai bentuk cinta dan terima kasih yang tak pernah ada habisnya.
3. Satu-satunya perempuan istimewa yang meletakkan kebahagiaannya pada kelahiranku, Ibu. Terima kasih atas setiap doa, kasih sayang dan pengorbanan yang tak pernah putus. Sungguh ucapan terima kasih tiada artinya, namun izinkan aku mempersembahkan seluruh pencapaian termasuk skripsi ini untukmu. Siapalah aku tanpa Ibu. Semoga Allah meringankan langkah ini untuk mengangkat derajat kedua orang tua ku.

4. Teruntuk pemilik nama Aditya Dwi Saputra, S.H. terima kasih telah kebersamai penulis, menjadi teman bertumbuh dan berjuang. Terima kasih karena tetap memilih bertahan dan hadir, bahkan ketika kita sama-sama berada dititik yang tidak mudah. Dukungan dan kehadiran mu ditengah proses yang melelahkan menjadi alasan penulis mampu berjalan langkah demi langkah sehingga sampai pada tujuan. semoga segala ikhtiar berlabuh dan bermuara pada titik takdir terbaik.
5. Saudara tak sedarah ku, Merli Noviana dan Selva Oktaria. Terima kasih atas setiap doa, dukungan, waktu, serta semangat dan motivasi yang selalu diberikan kepada penulis. Terima kasih untuk setiap tawa yang menguatkan, cerita yang menemani, dan kebersamaan yang membuat segala lelah terasa lebih ringan. Terima kasih telah menjadi rumah yang tidak berbentuk bangunan, selalu membuka pintu agar “rumah” menjadi tempat ternyaman bagi penulis yang cuacanya sering kali mendung. Terima kasih untuk setiap dukungan, doa dan hal-hal baik lainnya.
6. Ayuk Adilla Nadzifatuz Zahra dan Uni Amanda Aulia Tifani yang selalu memberikan support, mengingatkan, menasehati, serta menemani penulis selama masa perkuliahan hingga saat ini. Terima kasih banyak, berkat dukungan kalian penulis dapat bersemangat dan optimis untuk menyelesaikan perkuliahan ini.
7. Kapal sebagai wadah penulis untuk berproses, Yayasan Duta Inspirasi Indonesia, UKM Kesenian IAIN Curup, KSPM GIS Syariah IAIN Curup, GenBI IAIN Curup, teman-teman sesama *intern* di BPKD PEMDA Rejang

Lebong, dan teman-teman KKN Kelompok 10 Air Bening tahun 2025. Terima kasih atas kebersamaan, pengalaman, dan pengetahuan yang tersampaikan sehingga dapat menyempurnakan proses penulis selama masa perkuliahan ini. Apabila waktu adalah orbit, maka kalian adalah lintasan terbaik yang pernah penulis lalui.

8. Last but not least, untuk Alvionita yaitu saya sendiri. Seperti kata Baskara langit *“Tetaplah tumbuh di sela-sela ketidakanggupan yang hampir mengalahkan perjuangan.”* Terima kasih karena memilih bertahan meski berkali-kali merasa lelah dan ragu. Terima kasih karena tidak menyerah pada proses yang panjang, dan tetap melangkah meski seringkali terasa berat. Skripsi ini bukan hanya tentang memperoleh gelar, tetapi juga saksi bahwa kamu mampu melewati fase yang pernah terasa mustahil. Semoga setiap langkahmu dipenuhi keberanian, keikhlasan, dan keyakinan bahwa segala proses yang telah dilalui tidak pernah sia-sia.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA	v
ABSTRAK	ix
KATA PENGANTAR.....	xi
MOTTO	xiv
PERSEMBAHAN.....	xv
DAFTAR ISI.....	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xx
DAFTAR TABEL.....	xxi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	9
C. Batasan Masalah.....	10
D. Rumusan Masalah	10
E. Tujuan Penelitian.....	10
F. Manfaat Penelitian.....	11
G. Kajian Terdahulu.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	21
A. Landasan Teori.....	21
B. Kerangka Pemikiran	66
C. Hipotesis.....	67
BAB III METODE PENELITIAN	70

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	70
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	70
C. Populasi dan Sampel Penelitian	71
D. Jenis dan Sumber Data	74
E. Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data	75
F. Teknik analisis data	78
BAB IV TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	83
A. Gambaran Objektif Wilayah Penelitian	83
B. Temuan Hasil Penelitian	86
C. Pembahasan.....	105
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	115
A. Simpulan.....	115
B. Saran.....	116
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Jumlah Investor Pasar Modal Indonesia 2025	1
Gambar 1.2 Kerangka Pemikiran.....	66
Gambar 4.1 Asal Instansi Kelompok Studi Pasar Modal.....	87
Gambar 4.2 Jenis Kelamin Responden	88
Gambar 4.3 Tahun Kelahiran Responden	89
Gambar 4.4 Investor Syariah dan Pengguna Aktif Media Sosial.....	90
Gambar 4.5 <i>Output Outer Loading factor</i> Permodelan PLS-SEM	94
Gambar 4.6 Gambar Hasil Uji <i>Bootstapping</i> PLS-SEM	104

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Populasi.....	72
Tabel 3.2 Skala Likert 5 Poin.....	77
Tabel 4.1 Sampel Penelitian.....	85
Tabel 4.2 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	91
Tabel 4.3 Hasil Uji <i>Outer Loadings</i>	93
Tabel 4.4 Hasil Uji AVE.....	95
Tabel 4.5 Hasil Uji Reabilitas	96
Tabel 4.6 Hasil Uji Kriteria Fornell-Larcker	97
Tabel 4.7 Hasil Uji HTMT.....	98
Tabel 4.8 Hasil Uji Kolinearitas.....	99
Tabel 4.9 Hasil Koefisien Determinasi (R^2).....	100
Tabel 4.10 Hasil Uji PLSpredict	101
Tabel 4.11 Hasil Uji Hipotesis	103

BAB I

PENDAHULUAN

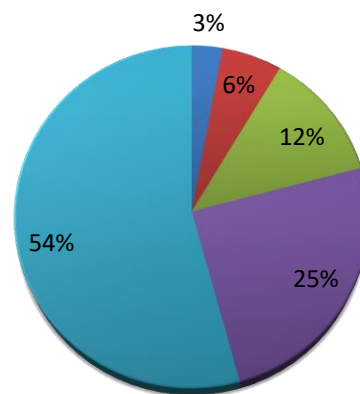
A. Latar Belakang

Perkembangan pasar modal Indonesia saat ini berjalan beriringan dengan perubahan struktur demografis investor yang didominasi oleh generasi muda. Berdasarkan data resmi Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI), mayoritas investor pasar modal Indonesia dewasa ini berasal dari kalangan muda, dimana data *Single Investor Identification* (SID) menunjukkan bahwa lebih dari 54% investor di dominasi oleh Generasi Z dan Millenial dibawah usia 30 tahun.¹

Gambar 1.1 Grafik Jumlah Investor Pasar Modal Indonesia

Demografi Investor Individu Per-Desember 2025

■ >60Tahun ■ 51-60Tahun ■ 41-50Tahun ■ 31-40Tahun ■ ≤30Tahun



Sumber: PT Kustodian Sentral Efek Indonesia

¹ “OJK: Investor Muda Dominasi 54,25 Persen Pasar Modal Indonesia | Republika Online,” diakses 13 Januari 2026, <https://ekonomi.republika.co.id/berita/t0tosa370/ojk-investor-muda-dominasi-5425-persen-pasar-modal-indonesia>.

Fenomena ini membuktikan bahwa Generasi Z tidak lagi sekedar berstatus sebagai investor potensial, melainkan telah menjadi kelompok penggerak utama dalam dinamika pasar modal nasional. Sebagai generasi yang tumbuh berdampingan dengan digitalisasi, Gen Z memiliki karakteristik yang unik dalam mencari, memproses, maupun merespons informasi.¹ Dalam konteks akademis, representasi ideal dari Generasi Z yang telah memiliki literasi keuangan yang terstruktur tercermin pada anggota aktif Kelompok Studi Pasar Modal (KSPM) Provinsi Bengkulu. Melalui program pelatihan dan edukasi pasar modal yang intensif, kelompok mahasiswa yang tergabung dalam Kelompok Studi Pasar Modal (KSPM) terbukti memiliki basis literasi keuangan yang jauh lebih terstruktur dan aplikatif dibandingkan dengan masyarakat awam.² Sebagai agen edukasi sekaligus pelaku pasar pemula, minat investasi kelompok ini sangat menarik untuk dikaji karena keputusan mereka didasarkan pada pengetahuan formal dan respon psikologis perilaku.³

Generasi Z sendiri secara universal didefinisikan sebagai kelompok masyarakat yang lahir pada rentang tahun 1997 sampai dengan 2012, dimana pada saat penelitian ini dilakukan, mereka berada pada usia produktif yang

¹ Sri Endar Utami dkk., "Gen Z Digital Investment Intentions: An Analysis of Financial Literacy, Sosial Media, and Privacy Issues," *Journal of Sosial Commerce* 5, no. 3 (September 2025): 453–67, <https://doi.org/10.56209/jommerce.v5i3.183>.

² Gesti Memarista dan Christina Angger Kustindari, "Peningkatan Literasi Pasar Modal bagi Pelajar SMA Katolik Frateran Surabaya: Belajar Bersama Kelompok Studi Pasar Modal," *SEWAGATI, Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 9, no. 2 (Maret 2025): 540–52, <https://doi.org/10.12962/j26139960.v9i2.2721>.

³ Wilantika Waskito Putri dan Masyhuri Hamidi, "Pengaruh Literasi Keuangan, Efikasi Keuangan dan Faktor Demografi Terhadap Pengambilan Keputusan Investasi (Studi Pada Mahasiswa Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas Padang)," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen* 4, no. 1 (Februari 2019): 398–412.

sangat melek terhadap arus informasi digital. Namun, dalam lanskap riset investasi, populasi Generasi Z secara umum sangat luas dan heterogen, mulai dari yang sama sekali belum mengenal pasar modal hingga yang sudah aktif bertransaksi.

Untuk menghindari bias informasi dan memastikan bahwa responden yang diteliti benar-benar mampu menyerap sekaligus merespons dinamika kondisi pasar saham (*perceptual market condition*) (X1) serta paparan konten finansial di media sosial (X2) secara rasional, maka penelitian ini memfokuskan amatan pada kelompok Generasi Z yang berada di bawah naungan Kelompok Studi Pasar Modal Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia di Provinsi Bengkulu (KSPM GI BEI Bengkulu). Anggota aktif KSPM Bengkulu dipilih karena mereka merupakan unit analisis Generasi Z yang paling ideal, berada pada rentang usia Gen Z, aktif menggunakan media sosial, namun memiliki sudut pandang yang unik karena dibekali oleh literasi bursa yang terstruktur. Berdasarkan data yang telah peneliti peroleh, saat ini terdapat populasi sebanyak 92 orang anggota aktif yang terdiri dari KSPM GI-BEI dan KSPM GIS-BEI Universitas di Provinsi Bengkulu. Jumlah ini menjadi potret laboratorium riil yang kuat untuk menguji karakteristik psikologis investor muda saat dihadapkan pada persilangan isu pasar dan disrupsi informasi digital.

Dalam menjelaskan bagaimana minat investasi tersebut terbentuk, *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikembangkan oleh Ajzen menyediakan kerangka analisis yang komprehensif. Teori ini menyatakan bahwa niat atau minat individu untuk melakukan suatu perilaku ditentukan oleh

tiga faktor utama, yaitu sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*), norma subjektif (*subjective norm*) dan persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*).⁴ Bagi anggota KSPM Provinsi Bengkulu, ketiga pilar psikologis ini tidak berdiri di ruang hampa, melainkan terus-menerus distimulasi oleh faktor eksternal secara riil. Faktor eksternal pertama yang secara langsung menguji minat investasi mereka adalah bagaimana persepsi mereka terhadap kondisi pasar itu sendiri (*perceptual market condition*). Menurut *Efficient Market Hypothesis* (EMH) atau Teori Pasar Efisien yang dicetuskan oleh Fama, sebuah pasar dikatakan efisien apabila harga yang terbentuk didalamnya secara cepat dan penuh mencerminkan seluruh informasi yang tersedia, baik informasi masa lalu, informasi publik maupun informasi privat.⁵

Sebagai fenomena pemicu riil di dunia nyata, implementasi teori pasar efisien ini tercermin secara jelas pada pergerakan aktif Bursa Efek Indonesia (BEI) sepanjang akhir tahun 2024 hingga 2025. Pada periode tersebut pasar modal Indonesia merespons berbagai informasi ekonomi dan politik secara masif dan fluktuatif. Sentimen global dan domestik sempat memicu volatilitas tajam hingga memaksa BEI memberlakukan penghentian sementara perdagangan (*trading halt*), yang diikuti oleh penurunan Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) hingga puluhan persen dari level tertingginya.⁶ Sebaliknya,

⁴ Icek Ajzen, *The Theory of Planned Behavior*, 50, no. 2 (1991): 179–211.

⁵ Eugene F. Fama, “Efficient Capital Markets: A Review of Theory and Empirical Work,” *The Journal of Finance* 25, no. 2 (1970): 383–417, <https://www.jstor.org/stable/2325486>.

⁶ Parluhutan Situmorang, “IHSG Melesat 0,86% Usai Rencana Suntikan Rp200 Triliun ke Perbankan, Bank ini Diuntungkan,” *Investortrust*, 9 Agustus 2025,

pasar juga bereaksi cepat secara positif berupa penguatan indeks sektor keuangan dan lonjakan saham perbankan pasca adanya kebijakan *reshuffle* kabinet pemerintah serta rilis data makroekonomi global terkait potensi penurunan suku bunga acuan.⁷ Dinamika pasar pada periode ini menjadi bukti empiris bahwa kondisi pasar saham selalu bergerak dinamis dalam menyerap informasi publik. Perubahan kondisi pasar saham inilah yang kemudian masuk ke dalam ranah TPB dimana fluktuasi pasar akan membentuk *attitude* (sikap untung-rugi) dan menguji *perceived behavioral control* (keyakinan diri dalam mengelola risiko) di kalangan anggota KSPM Universitas di Provinsi Bengkulu ketika mereka ingin memulai atau meningkatkan aktivitas investasinya.

Pada era digital saat ini, saluran penyampaian informasi pasar yang efisien tersebut tidak lagi terbatas pada media massa konvensional atau *running trade*, melainkan telah bergeser secara masif ke media sosial. Platform digital seperti Tiktok, Instagram, dan YouTube kini menjadi ruang publik utama tempat informasi keuangan diproduksi dan dikonsumsi. Kehadiran media sosial ini memicu percepatan arus informasi yang berpotensi memengaruhi minat investasi Generasi Z.⁸ Untuk mengukur pengaruh ini secara kuantitatif, variabel media sosial dianalisis melalui konsep paparan media dengan fokus

<https://investortrust.id/market/78627/ihsg/melesat-0-86-usai-rencana-suntikan-rp-200-triliun-ke-perbankan-bank-ini-diuntunngkan>.

⁷ Aktuaria Universitas Negeri Surabaya, "Prabowo Reshuffle Kabinet: Purbaya Yudhi Sadewa Gantikan Sri Mulyani sebagai Menteri Keuangan," Aktuaria, FMIPA, 9 Agustus 2025, s1-aktuaria.fmipa.unesa.ac.id.

⁸ Luh Wina Anggiani, Komang Rudi Indra Laksmna, dan Wayan Ardani, "Investment in the Digital Era: The Influence of Digital Sosial Influence and Behavioral Finance on Generation Z's Investment Decisions," *Formosa Journal of Multidisciplinary Research* 4, no. 9 (September 2025): 4709–16, <https://doi.org/10.55927/fjmr.v4i9.507>.

pada paparan konten finansial menggunakan indikator pengukuran Yusuf.⁹ Melalui indikator ini fokus perhatian diarahkan pada frekuensi, durasi dan atensi anggota KSPM ketika terpapar oleh berbagai bentuk arus konten keuangan di media sosial baik yang bersifat informatif, persuasif, maupun spekulatif.

Penting untuk digaris bawahi bahwa paparan konten finansial di media sosial tidak selalu membawa dampak edukasi positif, melainkan dapat bertindak sebagai ancaman psikologis perilaku bagi investor muda. Realita di lapangan menunjukkan bahwa wilayah Provinsi Bengkulu masih dihadapkan dengan maraknya kasus investasi ilegal dan penipuan berbentuk skema Ponzi yang secara agresif menargetkan kalangan mahasiswa.¹⁰ Ironisnya ancaman disrupsi informasi ini tidak hanya menjebak masyarakat awam tetapi juga mengintervensi rasionalitas kalangan yang memiliki dasar pengetahuan formal. Media sosial memungkinkan penyebaran informasi yang tidak terverifikasi, rekomendasi yang seharusnya bernilai positif bahkan bisa berbalik negatif mulai dari kesalahan dalam pengaplikasian, hingga cara pandang terkait ekspektasi keuntungan yang tidak realistis. Kondisi ini menunjukkan bahwa paparan media sosial dapat memberi pengaruh yang beragam terhadap minat investasi seseorang.

⁹ Yusuf, “Pengaruh Paparan Konten Edukasi Keuangan di Media Sosial terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi Reksa Dana Syariah,” bag. 1, *jurnal penelitian tindakan Kelas 3* (2025): 38–36, <https://doi.org/10.61650/jptk.v3i1.756>.

¹⁰ Bencoolen Times, “Belum Selesai Perkara NC, Kini Muncul Owner Investasi Bodong Oknum Mahasiswi,” *Kliping Berita*, Bengkulu, 2026, <https://bencoolentimes.com>; Humas Polda Bengkulu, “Polda Bengkulu Proses Laporan Dugaan Investasi Bodong, Imbau Korban Lain Segera Melapor,” *Kliping Media*, 15 Juni 2026, <https://polri.go.id>.

Media sosial menjadi salah satu sumber informasi investasi yang cukup sering digunakan oleh anggota untuk memperoleh informasi mengenai saham dan pasar modal, berdasarkan pengamatan peneliti selama tergabung dalam kegiatan Kelompok Studi Pasar Modal (KSPM) Bengkulu. Berbagai informasi yang beredar melalui platform digital, seperti analisis saham, rekomendasi investasi, hingga prediksi pergerakan pasar, sangat mudah untuk diakses dan menjadi bahan diskusi pada lingkup komunitas.

Selain itu dalam berbagai sesi diskusi informal antar anggota, peneliti menemukan bahwa kondisi pasar saham dan informasi yang diperoleh dari media sosial sering kali menjadi pertimbangan dalam pengambilan keputusan investasi. Beberapa diantara mereka mengungkapkan bahwa mereka pernah mengikuti rekomendasi investasi tanpa melakukan analisis mendalam secara mandiri, akibatnya keputusan yang diambil tidak selalu membuahkan hasil sesuai dengan apa yang mereka harapkan. Walaupun anggota Kelompok Studi Pasar Modal telah memperoleh edukasi dan pengetahuan mengenai pasar modal, informasi yang beredar luas di media sosial dengan dinamika kondisi pasar saham yang terjadi tetap berpotensi memengaruhi proses pengambilan keputusan investasi.

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa informasi investasi yang beredar di media sosial berpotensi memengaruhi cara individu memandang peluang dan risiko investasi. Dalam perspektif *Theory of Planned Behavior*, informasi yang diterima individu dapat membentuk sikap (*attitude*), memengaruhi persepsi terhadap lingkungan sosial (*subjective norm*), serta

memengaruhi keyakinan individu mengenai kemampuannya dalam melakukan investasi (*perceived behavioral control*). Hal ini lah yang menjadi alasan informasi yang diperoleh secara bebas melalui media sosial dan kondisi pasar saham yang terus berubah diduga memiliki peran dalam membentuk minat investasi Generasi Z pada Kelompok Studi Pasar Modal (KSPM) GI BEI Bengkulu.

Jika ditinjau dari sudut pandang ekonomi syariah, fenomena pembentukan minat investasi ini juga sangat relevan dengan prinsip muamalah. Minat investasi dipahami sebagai manifestasi dari keinginan ekonomi untuk mengimplementasikan kemashlahatan umat. Dalam kerangka *Masqashid As-Syariah* Imam Asy-Syatibi menegaskan bahwa syariah hadir demi mewujudkan kemashlahatan dunia dan akhirat. Aktivitas investasi yang rasional, terliterasi, dan terhindar dari unsur spekulasi merupakan bentuk nyata dari *hifzh al-mal* (menjaga harta). Oleh karena itu pengujian terhadap bagaimana kondisi pasar dan media sosial memengaruhi minat investasi menjadi sangat penting, untuk memastikan bahwa keterlibatan aktif Generasi Z di pasar Modal dilandasi oleh pertimbangan yang matang, berkelanjutan, dan sesuai dengan regulasi yang ditetapkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) termasuk pada DES (Daftar Efek Syariah) bagi umat muslim yang juga telah ditetapkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK).¹¹

¹¹ Hermita Arif, Dian Dikawati, dan Nur Azikin, “Minat Investasi Syariah Generasi Z: TPB, Perilaku Keuangan, dan Religiusitas,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 9, no. 1 (t.t.): 15–29, <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i1.6996>.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh *Perceptual Market Condition* dan Media Sosial Terhadap Minat Investasi Generasi Z”

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah di uraikan maka dapat diidentifikasi permasalahan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kondisi pasar saham Indonesia yang berfluktuasi akibat berbagai informasi ekonomi, politik, dan sentiment pasar diduga memengaruhi minat investasi Generasi Z.
2. Media sosial telah menjadi salah satu sumber utama informasi investasi bagi Gen Z, namun tidak semua konten finansial yang tersebar luas dapat dipertanggungjawabkan validitasnya berpotensi memengaruhi pembentukan minat investasi. Tercipta dilema penyebaran konten edukasi yang bermanfaat dengan ancaman bias informasi, rumor, hingga informasi palsu (hoaks).
3. Meskipun anggota aktif Kelompok Studi Pasar Modal (KSPM) telah memperoleh edukasi dan literasi pasar modal secara formal, mereka tetap berpotensi dipengaruhi oleh dinamika kondisi pasar saham serta informasi investasi yang beredar di media sosial dalam membentuk minat investasinya.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah, penelitian ini dibatasi agar pembahasan tetap terfokus pada ruang lingkup yang telah ditetapkan. Penelitian ini memfokuskan amatan pada unit analisis Generasi Z dengan batasan populasi spesifik pada anggota aktif Kelompok Studi Pasar Modal Galeri Investasi Bursa efek Indonesia di Provinsi Bengkulu.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan batasan masalah yang telah penulis susun maka rumusan permasalahan yang akan diteliti adalah sebagai berikut:

1. Apakah dimensi *Unpredictability of Stock Prices* dari *Perceptual Market Condition* (X1) berpengaruh terhadap Minat Investasi Generasi Z?
2. Apakah dimensi *Stock Market Information* dari *Perceptual market Condition* (X1) berpengaruh terhadap Minat Investasi Generasi Z?
3. Apakah dimensi Frekuensi Paparan dari Media Sosial (X2) berpengaruh terhadap Minat Investasi Generasi Z?
4. Apakah dimensi Intensitas Interaksi dari Media Sosial (X2) berpengaruh terhadap Minat Investasi Generasi Z?
5. Apakah dimensi Kualitas Persepsian Konten dari Media Sosial (X2) berpengaruh terhadap Minat Investasi Generasi Z?

E. Tujuan Penelitian

Sejalan dengan rumusan masalah yang telah penulis rumuskan, maka tujuan penelitian ini dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh dimensi *unpredictability of stock prices* dari *Perceptual Market Condition* (X1) terhadap minat investasi Generasi Z.
2. Menganalisis pengaruh dimensi *stock market information* dari *Perceptual Market Condition* (X1) terhadap minat investasi Generasi Z.
3. Menganalisis pengaruh dimensi frekuensi paparan dari Media Sosial (X2) terhadap minat investasi Generasi Z.
4. Menganalisis pengaruh dimensi intensitas interaksi dari Media Sosial (X2) terhadap minat investasi Generasi Z.
5. Menganalisis pengaruh dimensi kualitas persepsian konten dari Media Sosial (X2) terhadap minat investasi Generasi Z,

F. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian baik secara teoretis maupun secara praktis, adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoretis

Secara teoretis penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam pengembangan kajian ilmu ekonomi dan keuangan, khususnya dalam dunia pasar modal dan ekonomi syariah. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur empiris mengenai cara individu menyerap ketersediaan informasi dan merespons dinamika kondisi pasar berdasarkan

prinsip *Efficient Market Hypothesis* (EMH) serta *Theory of Planned Behavior* (TPB). Penelitian ini juga dapat menjadi rujukan akademik bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang mengkaji perilaku serta minat investasi Generasi Z baik secara luas maupun spesifik.

2. Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi berbagai pihak, yaitu:

a. Bagi Mahasiswa dan Generasi Z

Penelitian ini diharapkan dapat memberi pemahaman yang lebih baik mengenai pengaruh respon pasar dan paparan konten finansial di media sosial terhadap minat investasi. Melalui hasil penelitian ini, diharapkan investor muda dapat menyaring informasi secara rasional, sadar risiko, serta terhindar dari jebakan investasi investasi ilegal.

b. Bagi Otoritas dan Lembaga Pasar Modal (OJK, BEI, KSEI)

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dan data lapangan dalam merancang program edukasi dan literasi keuangan yang tepat sasaran bagi generasi Z di daerah. Khususnya terkait bagaimana mengelola risiko volatilitas pasar serta membentengi diri dari disrupsi informasi digital yang menyesatkan.

c. Bagi Content Creator dan Platform Media Sosial Keuangan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dalam menyajikan konten-konten finansial yang lebih bertanggung jawab, objektif dan berimbang. Konten diharapkan tidak hanya mendorong *euforia* atau FOMO (*fear of missing out*), tetapi juga mengedepankan aspek edukasi risiko serta etika investasi yang sehat.

d. Bagi Akademisi dan Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menggambarkan perilaku investasi Generasi Z dalam konteks pasar modal Indonesia secara empiris. Selanjutnya, penelitian ini dapat dijadikan rujukan dalam pengembangan pengujian kuantitatif maupun pengembangan analisis perilaku pasar yang lebih komprehensif.

G. Kajian Terdahulu

1. Jonathan Malvin Pratama, Skripsi, Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat dan Perilaku Investasi Pasar Saham Kalangan Gen Z Indonesia dengan *Theory of Planned Behavior*. Skripsi sarjana, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, 2024.

Penelitian bertujuan untuk menginvestigasi faktor-faktor yang menjadi niat untuk melakukan investasi di pasar saham dengan ontes Z di Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan survei *online* terhadap 150 responden Gen Z di Indonesia, dianalisis menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan SmartPLS untuk menguji faktor-faktor seperti toleransi risiko investasi, literasi keuangan, bias kepercayaan diri, perilaku meniru, dan interaksi sosial dalam

memengaruhi niat investasi pasar saham. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan, toleransi risiko, bias kepercayaan diri, serta interaksi sosial berpengaruh positif secara signifikan terhadap niat investasi pasar saham pada generasi Z, dan niat tersebut selanjutnya berdampak pada partisipasi investasi secara aktual.

Perbedaan mendasar terletak pada variabel independen yang digunakan. Penelitian Jonathan berfokus pada faktor internal (toleransi risiko, literasi, bias diri) dan internal sosial umum. Sedangkan penelitian yang dirancang peneliti fokus pada faktor eksternal yaitu *Perceptual market condition* (X1) berbasis *Efficient Market Theory* yang diperkenalkan oleh Eugene F. Fama lalu dikembangkan lebih lanjut oleh Burton G. Malkiel dan saluran digital spesifik yaitu Paparan Konten Finansial. Selain itu objek penelitian ini lebih spesifik dan terarah pada anggota aktif KSPM Universitas di Provinsi Bengkulu, bukan Gen Z secara acak di media sosial.

2. Syaiful Anwar, Skripsi, Literasi Keuangan dan Investasi Gen Z pada Pasar Modal di Kota Metro, Skripsi sarjana, Institut Agama Islam Negeri Metro, 2023.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui sejauh mana Gen Z memahami literasi keuangan, investasi di pasar modal serta faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi literasi investasi mereka. Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada mahasiswa Generasi Z di Kota Metro, untuk menilai pemahaman literasi keuangan dan investasi di pasar

modal serta korelasinya terhadap minat mereka berinvestasi. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui sejauh mana literasi keuangan dan pemahaman investasi memengaruhi minat mahasiswa Gen Z untuk berinvestasi di pasar modal, dengan temuan bahwa literasi keuangan yang lebih tinggi berkaitan dengan kesadaran dan ketertarikan terhadap investasi di pasar modal.

Penelitian Syaiful menggunakan metode kuantitatif deskriptif yang hanya melihat tingkat pemahaman literasi keuangan internal responden. Sementara penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif untuk menguji hubungan kausalitas dari paparan eksternal. Perbedaan ini juga terletak pada masuknya variabel Paparan Konten Finansial di media sosial (X2) yang bermata dua (sebagai peluang dan ancaman), yang tidak dibahas dalam penelitian Syaiful.

3. Erika Nur Setyaningrum, Skripsi, Pengaruh Pengetahuan Investasi, Motivasi Investasi, Persepsi *Return*, Kemajuan Teknologi dan Pelatihan Pasar Modal terhadap Minat Investasi Generasi Z di Pasar Modal (Kota Pekanbaru), Skripsi sarjana, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2025.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh beberapa faktor terhadap minat investasi, termasuk pengetahuan investasi dan kemajuan teknologi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan kuesioner terhadap Gen Z di Pekanbaru dan dianalisis dengan SmartPLS. Hasil menunjukkan bahwa beragam faktor independen seperti pengetahuan investasi dan teknologi informasi berpengaruh secara positif

dan signifikan terhadap minat investasi, dan perilaku keuangan juga dimasukkan sebagai moderator dalam hubungan tersebut.

Meskipun sama-sama menguji teknologi, penelitian Erika menggunakan variabel kemajuan teknologi sebagai representasi perkembangan teknologi informasi secara umum, sebagai alat/kemajuan infrastruktur informasi. Sedangkan penelitian yang dirancang peneliti melangkah lebih spesifik dengan membatasi teknologi pada variabel media sosial (X2) khususnya konten-konten keuangan yang beredar luas pada platform seperti TikTok, Instagram dan Youtube Shorts dengan potensi menjadi ancaman bias informasi.

4. An'im Falahuddin Achmad , Alisep Sandi Prayoga & Wahyu Widodo, Artikel, The Impact of Financial Literacy on Gen Z's Investment Interest in Indonesia's Sharia Capital Market, Jurnal Ekonomi Islam dan Manajemen Vol. 1, No. 1, 2025.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui serta menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap minat investasi Gen Z di pasar modal syariah Indonesia, dengan mempertimbangkan faktor lain yang juga berperan. Penelitian ini menggunakan metode *mixed-method*, yakni survei kuantitatif terhadap 500 responden Gen Z investor serta netnografi kualitatif pada konten TikTok dan Instagram, untuk menganalisis bagaimana literasi keuangan mempengaruhi minat investasi Gen Z di pasar modal syariah dengan persepsi risiko sebagai moderator dan religiusitas sebagai mediator. Fokus utamanya adalah pada rendahnya literasi keuangan Gen Z Indonesia (47,2 %) dan tingginya peran konten media sosial dalam

perilaku investasi Gen Z. Hasil penelitian menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap minat investasi ($\beta = 0,68$), namun konten sosial media memiliki dampak awal yang empat kali lebih kuat terhadap keputusan investasi, sedangkan religiusitas memperkuat niat investasi syariah dan persepsi risiko mengurangi perilaku spekulatif, menunjukkan perlunya pendekatan edukasi keuangan digital yang terintegrasi dengan konten media sosial.

Penelitian An'im dkk. menggunakan *mixed-method* dengan fokus utama pada variabel literasi keuangan dan menjadikan religiusitas sebagai variabel mediator khusus pasar syariah. Kebaruan penelitian ini terletak pada desain murni kuantitatif asosiatif yang menguji *Perceptual Market Condition* (X1) di bawah payung *Efficient Market Hypothesis* yang dibenturkan langsung dengan variabel Paparan Konten Finansial di Media Sosial (X2) secara simultan pada unit analisis anggota aktif KSPM GI dan GIS BEI Universitas Bengkulu.

5. **M. Rimawan, Puji Muniarty, Alwi, Hanifah Muthiah, Ovriyadin, dan Rosa Yuliati, Artikel, “Minat Investasi Generasi Z: Peran Literasi Keuangan, Media sosial dan Pengaruh Sosial”, Nusantara Hasana Journal, Vol. 5, No. 7, 2025.**

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan, media sosial, dan pengaruh sosial terhadap minat investasi Generasi Z. penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode regresi linear berganda. Populasi penelitian adalah mahasiswa aktif STIE Bima berusia 18-26 tahun dengan teknik pengambilan sampel

purposive sampling. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dan dianalisis menggunakan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial literasi keuangan dan pengaruh sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi Generasi Z, sedangkan media sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat investasi Generasi Z. namun, secara simultan literasi keuangan, media sosial, dan pengaruh sosial berpengaruh signifikan terhadap minat investasi generasi Z dengan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 62%.

Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti terletak pada variabel independen dan objek penelitian. Penelitian Rimawan dkk. menggunakan variabel literasi keuangan, media sosial dan pengaruh sosial terhadap minat investasi Generasi Z pada mahasiswa STIE Bima. Sedangkan penelitian yang dirancang peneliti menggunakan variabel *perceptual market condition* dan media sosial terhadap minat investasi Generasi Z pada anggota aktif KSPM Universitas di Provinsi Bengkulu.

6. Amalia Vransiska, Sunarmi, Artikel, Pengaruh Konten Media Sosial Investasi dan *Return* Investasi terhadap Minat Investasi Generasi Z di Pringsewu, Jurnal Akuntansi Aisyah (JAA), Vol. 6, No.2, 2025.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk melihat seperti apa konten media sosial dan *return* investasi berdampak terhadap minat investasi di kalangan Generasi Z di kabupaten Pringsewu. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian *eksplanatory*. *Sampling* purposive digunakan untuk memilih sample 100 responden, dan data dikumpulkan melalui kuesioner *online* untuk menjelaskan pengaruh

variabel konten media sosial dan *return* investasi terhadap minat investasi. Penelitian ini menemukan bahwa konten media sosial dan *return* investasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi, dengan kontribusi sebesar 58,2% dan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial sebagai alat edukasi dan ekspektasi *return* investasi merupakan faktor penting dalam mendorong keputusan investasi Generasi Z dan dapat menjadi dasar dalam membantu merancang strategi untuk mulai berinvestasi bagi lembaga keuangan, perusahaan sekuritas, atau siapa pun yang ingin berinvestasi.¹²

Penelitian Amalia dan Sunarmi menitikberatkan media sosial sebagai faktor yang meningkatkan minat investasi, sedangkan penelitian yang akan dilakukan peneliti terletak pada peluasan makna variabel Media Sosial (X2) yang diukur berdasarkan indikator Yusuf dan dikaji secara kritis sebagai instrumen digital bermata dua, yaitu dapat membawa edukasi atau justru bertindak sebagai ancaman psikologis. Selain itu, variabel *perceptual market condition* dalam penelitian ini diukur menggunakan indikator *Random Walk* Burton G. Malkiel, bukan ekspektasi return matematis individu.

Secara keseluruhan, kebaruan penelitian yang akan peneliti lakukan ini terletak pada pengujian secara simultan pengaruh *Perceptual Market Condition* dan Media Sosial terhadap Minat Investasi Generasi Z. Variabel *Perceptual Market Condition* (X1) dioperasionalkan sebagai persepsi

¹² Amalia Vransiska, *Pengaruh Konten Media Sosial Investasi dan Return Investasi terhadap Minat Investasi Generasi Z di Pringsewu*, t.t.

responden terhadap kondisi pasar saham berdasarkan konsep *Efficient market Hypothesis* (EMH). Sementara itu variabel Media Sosial (X2) difokuskan pada paparan konten finansial yang diukur melalui frekuensi paparan, intensitas interaksi, dan kualitas persepsian konten berdasarkan indikator Yusuf, dengan menelaah media sosial tidak hanya sebagai sumber edukasi investasi, tetapi juga sebagai media yang berpotensi menimbulkan bias atau distorsi informasi apabila tidak disikapi secara kritis. Seluruh variabel eksternal tersebut dianalisis pengaruhnya terhadap Minat Investasi menggunakan *Theory of Planned Behavior* (TPB) sebagai *grand theory* untuk menjelaskan pembentukan minat investasi pada anggota aktif kelompok Studi Pasar Modal (KSPM GI dan GIS BEI Bengkulu. Selain itu, penelitian ini dibingkai dalam perspektif Ekonomi Syariah sebagai landasan normatif yang menekankan pentingnya pengambilan keputusan investasi secara rasional, berbasis informasi, dan selaras dengan tujuan *hifzh al-mal* (menjaga harta) dalam perspektif *maqashid syariah*.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. *Perceptual Market Condition*

a. Pengertian

Kondisi pasar saham adalah situasi yang menggambarkan keadaan pasar modal yang tercermin melalui arah pergerakan harga saham serta dipengaruhi ketersediaan informasi publik dan bagaimana para pelaku pasar menyerap informasi tersebut secara rasional.¹ Kondisi pasar saham dapat berubah sewaktu-waktu seiring dengan masuknya informasi baru, perubahan kondisi ekonomi, maupun sentimen yang memengaruhi aktivitas perdagangan saham. Oleh sebab itu, kondisi pasar saham menjadi salah satu faktor eksternal utama yang diperhatikan investor dalam pengambilan keputusan investasi.

Secara umum, kondisi pasar saham dapat diamati melalui pergerakan tren harga saham dan aktivitas perdagangan yang tercermin dalam indeks pasar, seperti Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG). Perubahan harga saham dan volume transaksi memberikan gambaran mengenai respon bursa terhadap berbagai informasi yang tersedia di pasar. Berdasarkan *Efficient Market Theory* yang dipopulerkan Burton

¹ Fama, "Efficient Capital Markets: A Review of Theory and Empirical Work."

G. Malkiel, harga saham di bursa akan bergerak secara acak (*random walk*) karena pasar bereaksi secara instan terhadap setiap informasi baru yang masuk.² Kondisi pasar saham yang menunjukkan respon cepat terhadap sentimen positif umumnya menumbuhkan keyakinan investor terhadap peluang keuntungan, sedangkan kondisi pasar yang bergejolak akibat ketidakpastian informasi cenderung meningkatkan nilai kehati-hatian investor dalam mengambil keputusan investasi.

Berdasarkan penjabaran tersebut, kondisi pasar saham pada penelitian ini diartikan sebagai persepsi responden terhadap keadaan pasar bursa yang dinilai melalui efisiensi penyerapan informasi. Hal ini diukur melalui kecenderungan pergerakan acak harga saham (*unpredictability of stock prices*), dan *stock market information* (mencakup kecepatan, relevansi, dan aksesibilitas informasi pasar).³ Kondisi eksternal inilah yang diperkirakan akan menstimulasi komponen psikologis dalam *Theory of Planned Behavior* (TPB) dan memengaruhi minat Generasi Z untuk berinvestasi.

b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Perceptual Market Condition*

Kondisi pasar saham tidak terlepas dari berbagai faktor yang memengaruhi pergerakan harga saham dan perilaku investor dalam pasar modal. Perubahan kondisi pasar dapat dipengaruhi oleh faktor ekonomi,

² Burton G. Malkiel, *A Random Walk Down Wall Street* (New York, London: W.W Northon Company Inc, 2015).

³ Malkiel.

informasi yang tersedia di pasar, sentimen investor, serta kebijakan pemerintah dan kondisi global.⁴ Faktor-faktor tersebut berperan dalam membentuk pasokan informasi riil di bursa sehingga memengaruhi aktivitas perdagangan.

1) Faktor Ekonomi Makro

Kondisi ekonomi makro merupakan salah satu faktor fundamental yang memengaruhi pasar saham. Variabel ekonomi seperti inflasi, suku bunga, nilai tukar, dan pertumbuhan ekonomi dapat memengaruhi kinerja perusahaan maupun ekspektasi investor terhadap keuntungan investasi. Perubahan kondisi ekonomi akan direspon oleh pelaku pasar melalui aktivitas jual beli saham yang pada akhirnya memengaruhi pergerakan harga saham dan kondisi pasar secara keseluruhan. Menurut Tandelilin faktor-faktor ekonomi makro memiliki pengaruh terhadap pasar modal karena perubahan kondisi ekonomi akan memengaruhi arus kas perusahaan dan tingkat keuntungan yang diharapkan investor, yang mana informasi perubahan ini akan diserap oleh harga saham di bursa.

2) Faktor Informasi Pasar

Informasi merupakan elemen penting dalam pasar modal karena menjadi dasar bagi investor dalam mengambil keputusan

⁴ Ady Inrawan dkk., *Portofolio dan Investasi*, 1 ed. (Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung, 2022).

investasi. Menurut *Efficiency Market Hypothesis* (EMH) kondisi pasar modal dinilai efisien apabila harga saham yang terbentuk secara cepat dan penuh mencerminkan seluruh informasi baru yang tersedia di pasar. Oleh sebab itu, setiap informasi baru yang berkaitan dengan kondisi perusahaan, industri, maupun perekonomian secara makro akan langsung memengaruhi volatilitas harga saham dan membentuk kondisi pasar saham terbaru. Ketersediaan informasi yang valid dan akurat di pasar bursa menjadi kunci utama bagi investor untuk bertindak rasional dan menghindari bias spekulasi.

3) Faktor *Investor Sentimen*

Sentimen investor merupakan pandangan, keyakinan, atau respon emosional kolektif para pelaku pasar terhadap kondisi pasar saham saat ini. Dalam perspektif keuangan tradisional dan teori *Random Walk* yang diulas oleh burton G. Malkiel, sentimen investor diakui dapat memengaruhi fluktuasi harga saham dan volume perdagangan dalam jangka pendek. Sentimen positif (*bullish*) dapat meningkatkan aktivitas transaksi di bursa, sebaliknya sentimen negatif (*bearish*) akan menyebabkan pelaku pasar cenderung menahan diri, namun demikian dalam kerangka pasar efisien, sentimen dipandang sebagai reaksi sesaat yang akan segera dinormalisasi oleh arus informasi fundamental yang rasional, sehingga pergerakan harga pasar secara akumulatif tetap mencerminkan nilai intrinsik yang efisien.

4) Faktor Kebijakan Pemerintah dan Kondisi Global

Kondisi pasar saham juga dapat dipengaruhi oleh kebijakan pemerintah domestik maupun perkembangan geopolitik dan ekonomi global. Kebijakan fiskal dan moneter, perubahan regulasi bursa, stabilitas politik, serta peristiwa ekonomi internasional (seperti kebijakan suku bunga bank sentral global) dapat memengaruhi ekspektasi pasar. Perubahan kebijakan dan kondisi global sering kali memunculkan respon pasar yang masif secara seketika. Menurut Jones, faktor politik, kebijakan pemerintah, serta kondisi ekonomi global merupakan bagian dari lingkungan eksternal yang dapat memengaruhi pergerakan pasar modal karena faktor-faktor tersebut secara langsung mengubah persepsi investor terhadap peta risiko dan peluang investasi di masa depan.

c. *Efficient Market Hypothesis*

Efficient Market Hypothesis (EMH) atau Hipotesis Pasar Efisien adalah teori yang diperkenalkan oleh Eugene F. Fama pada tahun 1970. Teori ini menyatakan bahwa harga sekuritas di pasar modal mencerminkan seluruh informasi yang tersedia sehingga tidak ada investor yang secara konsisten dapat memperoleh keuntungan abnormal (*abnormal return*) dengan memanfaatkan informasi yang telah diketahui oleh publik. Dengan kata lain perubahan harga saham terjadi sebagai respons terhadap informasi baru yang masuk ke pasar.

Malkiel berpendapat bahwa tindakan investor dalam mencari dan memanfaatkan informasi menyebabkan harga saham selalu menyesuaikan dengan prospek perusahaan yang telah diketahui pasar. Oleh karena itu pola pergerakan harga saham menjadi sulit diprediksi dan cenderung bergerak secara acak (*random walk*) karena informasi baru muncul secara tidak terduga.⁵

Efficient Market Theory terbagi atas tiga bentuk, yaitu *weak form efficiency*, *semy-strong form efficiency*, dan *strong form efficiency*. Ketiga bentuk ini menunjukkan tingkat informasi yang telah tercermin dalam harga saham.

1) *Weak Form Efficiency*

Weak form menyatakan bahwa harga saham saat ini telah mencerminkan seluruh informasi historis, termasuk data harga dan volume perdagangan masa lalu. Oleh karena itu, analisis teknikal yang hanya mengandalkan pola harga historis tidak dapat digunakan secara konsisten untuk memperoleh keuntungan di atas rata-rata pasar.

2) *Semi-Strong Form Efficiency*

Semi-strong form menyatakan bahwa harga saham telah mencerminkan seluruh informasi yang tersedia untuk publik, seperti laporan keuangan, pengumuman dividen, kondisi ekonomi, dan

⁵ Malkiel, 170.

informasi perusahaan lainnya. Dengan demikian analisis fundamental tidak mampu secara konsisten menghasilkan keuntungan abnormal karena informasi tersebut telah tercermin dalam harga saham.

3) *Strong Form Efficiency*

Strong form menyatakan bahwa harga saham telah mencerminkan seluruh informasi, baik informasi publik maupun informasi privat (*inside information*). Pada kondisi ini, tidak ada investor yang dapat memperoleh keuntungan abnormal secara konsisten, bahkan dengan menggunakan informasi internal perusahaan. Meski demikian, Malkiel menjelaskan bahwa bentuk ini sering dianggap terlalu ekstrem karena dalam praktiknya masih terdapat kemungkinan keuntungan dari kebocoran informasi yang belum diketahui publik.

Pada konteks penelitian ini, *Efficient Market Hypothesis* (EMH) digunakan untuk menjelaskan bahwa kondisi pasar saham merupakan lingkungan eksternal penyedia pasokan informasi. Anggota aktif Kelompok Studi Pasar Modal bertindak sebagai pengamat sekaligus pelaku pasar yang menyerap dinamika bursa tersebut melalui empat indikator operasional, yaitu ketidakpastian tren prediksi harga saham, kecepatan bursa dalam menyerap informasi publik terbaru, keterbukaan akses informasi bagi investor ritel, dan relevansi peristiwa fundamental ekonomi dalam memicu fluktuasi

harga. Sifat informasi bursa yang bergerak secara cepat inilah yang kemudian menstimulasi komponen psikologis dalam *Theory of Planned Behavior* (TPB) ketika para investor muda merumuskan minat investasi mereka.

d. Indikator *Perceptual Market Condition*

Menurut Burton G. Malkiel dalam bukunya mengenai *Efficient Market Hypothesis* (EMH), tingkat efisiensi pasar saham dapat dilihat dari seberapa cepat dan lengkap informasi yang tersedia tercermin dalam harga sekuritas.⁶ Pada penelitian ini, konsep EMH digunakan sebagai dasar dalam menjelaskan kondisi pasar saham. Selanjutnya, variabel *perceptual market condition* diukur melalui dua indikator yang mencerminkan persepsi responden terhadap dinamika dan karakteristik pasar modal.

1) *Unpredictability of Stock Prices* (USP)

(Ketidakpastian Prediksi Harga Berdasarkan Tren Historis)

Indikator ini mengukur persepsi responden terhadap pergerakan harga saham yang bersifat dinamis dan sulit diprediksi. Indikator ini merepresentasikan konsep EMH bentuk *weak-form efficiency*, yang menjelaskan bahwa informasi historis, seperti data harga dan volume perdagangan masa lalu tidak dapat digunakan

⁶ Malkiel.

secara efektif untuk memprediksi return saham di masa mendatang. Indikator ini memuat independensi pergerakan harga, dimana investor memandang bahwa harga saham hari ini bergerak secara acak dan mandiri, tidak dipengaruhi atau tidak terikat oleh pola pergerakan harga saham di masa lalu, serta keterbatasan analisis teknikal yaitu pandangan investor mengenai ketidakpastian penggunaan tren grafik historis dan volume perdagangan masa lalu dalam memprediksi keuntungan emiten secara konsisten.

Melalui indikator ini peneliti ingin mengetahui bagaimana responden memandang fluktuasi harga saham sebagai karakteristik pasar yang mendorong investor untuk melakukan analisis secara mandiri sebelum berinvestasi.

2) *Stock Market Information (SMI)*

(Ketersediaan, Kecepatan, dan Relevansi Informasi Pasar Modal)

Indikator ini mengukur persepsi responden terhadap ketersediaan, kecepatan, dan relevansi informasi yang beredar di pasar modal, yang mencakup tiga aspek sekaligus. Aspek pertama berkaitan dengan kecepatan pasar merespons informasi publik, yaitu keyakinan investor terhadap kemampuan pasar dalam merespons dan mencerminkan informasi publik yang baru tersedia. Aspek ini berkaitan dengan konsep efisiensi pasar bentuk *semi-strong form efficiency*, yang menyatakan bahwa saham akan segera menyesuaikan

diri ketika informasi baru dipublikasikan, baik berupa informasi ekonomi, politik, maupun kebijakan pemerintah.

Aspek kedua berkaitan dengan relevansi factor fundamental ekonomi, yaitu pandangan responden mengenai pentingnya factor-faktor fundamental seperti kinerja perusahaan, tingkat inflasi, suku bunga, dan kondisi ekonomi lainnya dalam memengaruhi kondisi pasar saham. Aspek ini turut berkaitan dengan konsep *semi-strong form efficiency*, yang menekankan peran penting informasi fundamental dalam pembentukan harga saham.

Aspek ketiga berkaitan dengan keterbukaan dan kemudahan akses informasi pasar, yaitu persepsi investor terhadap tingkat transparansi serta kemudahan memperoleh informasi yang berkaitan dengan pasar modal. Aspek ini berasal dari konsep efisiensi pasar bentuk *strong form efficiency*, yang mengasumsikan bahwa seluruh informasi relevan tersedia dan dapat diakses secara merata oleh semua pelaku pasar.

Ketiga aspek tersebut digabungkan menjadi satu indikator karena secara konseptual sama-sama menggambarkan bagaimana investor memandang kualitas dan ketersediaan informasi pasar sebagai dasar pengambilan keputusan investasi. Melalui indikator ini, peneliti ingin mengetahui sejauh mana kecepatan respon pasar, relevansi faktor fundamental, dan keterbukaan informasi secara

bersama-sama membentuk keyakinan responden untuk melakukan aktivitas investasi.

2. Media Sosial

a. Pengertian Media Sosial

Istilah media dan sosial digabungkan untuk membentuk istilah media sosial. Media didefinisikan sebagai alat komunikasi. Sedangkan sosial mengacu pada pernyataan sosial bahwa setiap individu terlibat dalam tindakan yang berkontribusi pada masyarakat. Menurut Durkheim dalam Fuchs seluruh perangkat lunak dalam ekosistem digital merupakan produk sosial yang memfasilitasi interaksi antarmanusia.⁷ Selanjutnya Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), mendefinisikan media sosial sebagai laman atau aplikasi yang memungkinkan penggunaanya untuk dapat membuat dan berbagi isi atau terlibat dalam jaringan sosial.⁸

Menurut Kaplan dan Haenlein media sosial adalah kelompok aplikasi dengan basis internet yang dibangun dengan fondasi ideologi dan teknologi 2.0. fondasi tersebut memungkinkan penggunaanya membuat, memodifikasi, serta saling bertukar konten yang mereka buat sendiri (*user generated content*).⁹ Selanjutnya, B.K. Lewis

⁷ Niels Ole Finnemann, "Christian Fuchs: Internet and Society – Sosial Theory in the Information Age. London: Routledge. 2008," *MedieKultur: Journal of Media and Communication Research* 26, no. 48 (Mei 2010), <https://doi.org/10.7146/mediekultur.v26i48.2316>.

⁸ KBBI

⁹ Andreas M. Kaplan dan Michael Haenlein, "Users of The World, Unite! The Challenge and Opportunities of Sosial Media," *Business Horizons* 53, no. 1 (2010): 59–68, <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.03>.

menggambarkan media sosial sebagai sebuah label yang merujuk pada teknologi digital yang memberikan kemampuan bagi individu untuk dapat saling berhubungan, berinteraksi, memproduksi serta membagikan pesan secara instan.¹⁰

Berdasarkan penjabaran berbagai definisi di atas, peneliti menyimpulkan bahwa Media sosial merupakan platform berbasis aplikasi atau situs digital yang digunakan individu untuk berkomunikasi, berinteraksi, menciptakan, dan membagikan informasi atau konten kepada pengguna lain dalam jaringan sosial. Media sosial merupakan platform berbasis internet yang memungkinkan penggunanya untuk membuat, membagikan, serta berinteraksi dengan berbagai jenis konten sekaligus membangun hubungan dalam jaringan digital.

Dalam penelitian ini media sosial difokuskan pada platform berbagi konten video pendek, pada platform seperti TikTok, Instagram, dan Youtube yang banyak digunakan oleh Generasi Z sebagai sumber informasi. Platform tersebut tidak hanya digunakan sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai sarana penyebaran informasi mengenai pasar modal dan investasi. Oleh sebab itu, media sosial dipandang sebagai salah satu faktor yang berpotensi memengaruhi minat investasi generasi Z melalui informasi dan konten investasi yang mereka terima.

¹⁰ Bobbi Kay Lewis, "Sosial Media and Strategic Communication: Attitudes and Perceptions Among College Students," *Public Relations Journal* (America) 4, no. 3 (2010).

b. Karakteristik Media Sosial

Menurut Damayanti dkk, dalam buku berjudul Media Sosial dalam Ilmu Komunikasi terdapat lima karakteristik media sosial, yaitu:¹¹

a) Interaktivitas

Media sosial memungkinkan komunikasi dua arah antar penggunanya. Pengguna tidak hanya sebagai konsumen informasi, akan tetapi mereka juga dapat berlaku sebagai produsen informasi. Berbeda dengan media tradisional, hal ini mendorong dialog dan diskusi.

b) Partisipasi Pengguna

Pengguna media sosial memiliki kemampuan untuk berkontribusi dan berpartisipasi dalam pembuatan konten. Termasuk di dalamnya memposting, mengomentari, dan berbagi konten yang menciptakan komunitas virtual seputar minat dan isu-isu terkini.

c) Ketersediaan Konten

¹¹ Damayanti Masduki dkk., *Media Sosial Dalam Ilmu Komunikasi* (Padang Pariaman: Lingkar Edukasi Indonesia, t.t.).

Adanya teknologi seluler dan konektivitas internet membuat konten media sosial dapat diakses kapan saja dan di mana pun. Sehingga pengguna berkesempatan untuk berinteraksi dengan konten sesuai preferensi dan waktu mereka tersendiri.

d) Diversitas Format

Media sosial memuat berbagai bentuk promosi dengan berbagai format konten, mulai dari teks dan gambar hingga video dan siaran langsung. Keberagaman ini memungkinkan pengguna lebih ekspresif dengan cara yang kreatif dan menarik.

e) Jaringan Sosial

Media sosial menciptakan jaringan sosial yang kompleks sebagai sarana yang menghubungkan orang dengan keluarga, teman, rekan kerja, dan bahkan orang lain dengan minat yang serupa. Jaringan ini dapat memfasilitasi pertukaran ide dan meningkatkan komunikasi.

c. Dampak Media Sosial

Media Sosial memiliki dampak besar pada banyak aspek kehidupan, mulai dari hubungan pribadi hingga dinamika sosial dan politik. Media sosial telah mengubah cara orang berinteraksi memperoleh informasi, dan berpartisipasi dalam komunitas. Aktivisme

daring, kampanye media sosial dan media sosial viral adalah contoh bagaimana media sosial dapat memengaruhi opini publik.

Secara general media sosial merupakan platform yang kompleks dan multifaset yang berfungsi sebagai alat untuk berkomunikasi, kolaborasi, dan ekspresi diri. Tidak dapat dipungkiri dalam penggunaan media sosial tetap memiliki sisi positif dan negatif yang perlu diperhatikan. Media sosial memberi banyak manfaat dalam komunikasi dan penyebaran informasi. Kehadirannya memungkinkan masyarakat berinteraksi secara cepat tanpa batas wilayah. Selain itu media sosial memudahkan pengguna memperoleh informasi terbaru, menjadi sarana promosi bisnis yang efektif serta mendorong kreativitas melalui berbagai bentuk konten digital.

Media sosial juga membantu terbentuknya komunitas dengan minat yang sama sehingga memudahkan pertukaran informasi dan pengalaman antar pengguna. Namun demikian salah satu dampak negatifnya adalah penyebaran informasi palsu atau hoaks yang dapat menyesatkan masyarakat. Penggunaan media sosial juga berisiko terhadap privasi, hal ini karena data pribadi dapat disalahgunakan oleh pihak tertentu.¹² Selain itu penggunaan secara berlebihan dapat menimbulkan ketergantungan dan berdampak pada kesehatan mental. Media sosial juga kerap menjadi tempat penyebaran konten negatif

¹² Inrawan dkk., *Portofolio dan Investasi*.

seperti ujaran kebencian dan kekerasan. Bahkan intensitas media sosial yang tinggi juga dapat mengurangi interaksi sosial secara langsung di dunia nyata dalam kehidupan sehari-hari.

d. Media Sosial Sebagai Sumber Informasi Investasi

Perkembangan teknologi informasi digital telah mengubah paradigma komunikasi dalam industri pasar modal secara fundamental.¹³ Media sosial saat ini tidak hanya sebagai sarana interaksi interpersonal dan hiburan, melainkan telah bertransformasi menjadi infrastruktur krusial dalam mekanisme penyebaran informasi terkait pasar modal pada masyarakat luas. Melalui platform berbasis digital berbagai otoritas bursa seperti Bursa Efek Indonesia bersama dengan emiten dapat mendistribusikan laporan keuangan dengan edukasi publik maupun pembaruan data pasar modal secara langsung tanpa hambatan geografis atau birokrasi informasi, ini menciptakan ekosistem pasar yang lebih inklusif dan memicu akselerasi pertumbuhan jumlah investor ritel baru di Indonesia secara signifikan.¹⁴

Efisiensi yang ditawarkan oleh teknologi jaringan menghadirkan kemudahan akses informasi investasi yang belum pernah terjadi pada

¹³ Khorida AR, Eni Suharti, dan Sulhendri, “Apakah Modal Minimum dan Media Sosial Berperan dalam Keputusan Investasi Generasi Z kota Tangerang,” *JAFM (Journal of Accounting and Finance Management)* 6, no. 3 (Agustus 2025): 1603–12, <https://doi.org/10.38035/jafm.v6i3>.

¹⁴ Theo Filia Agata dan Ridwan Nurazi, “Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan dan Modal Minimal Terhadap Minat Investasi Generasi Z Indonesia di Pasar Modal,” *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)* 8, no. 2 (2024), <https://doi.org/10.31955/mea.v8i2.4243>.

dekade sebelumnya. Para investor ritel dapat secara instan mengakses data historis pergerakan saham, analisis fundamental, hingga kalkulasi rasio keuangan hanya melalui gawai pintar mereka. Kemudahan jangkauan ini memangkas biaya pencarian informasi (*information search cost*) yang dahulu menjadi hak istimewa kelompok institusional saja. Karakteristik media sosial yang bersifat *real-time* memastikan bahwa data pasar yang fluktuatif dapat langsung diterima oleh pengguna untuk mempercepat proses pengambilan keputusan.

Secara dinamika komunikasi digital di media sosial, muncul fenomena krusial berupa kehadiran influencer keuangan atau lebih dikenal dengan *finfluencer* (*financial influencer*). *Finfluencer* adalah konten kreator yang memanfaatkan basis pengikut mereka untuk mendistribusikan edukasi keuangan, opini pribadi, hingga rekomendasi emiten saham tertentu. Peran para figur ini sangat dominan dalam membentuk persepsi publik karena mereka mampu menerjemahkan istilah ekonomi rumit menjadi bahasa sederhana yang persuasif. Kepercayaan (*trust*) yang dibangun oleh *finfluencer* melalui interaksi digital sehari-hari menciptakan dorongan sosial kuat yang mampu menggerakkan sentimen pasar ritel.¹⁵

¹⁵ Emi Lestari dkk., “Pengaruh *Financial Influencer* dan Literasi Keuangan terhadap Keputusan Investasi Kalangan Gen Z di Indonesia,” *SEIKO: Journal of Management & Business* 8, no. 2 (2025).

Pergeseran perilaku konsumsi media juga ditandai dengan tingginya popularitas konten pada platform video pendek pada platform berbasis video seperti TikTok, Instagram Reels, dan YouTube Shorts. Format video berdurasi singkat dengan kombinasi visual kreatif serta penyampaian ringkas terbukti sangat efektif menarik perhatian audiens digital.¹⁶ Konten-konten ini umumnya mengemas materi pengenalan investasi, metode analisis, hingga simulasi keuntungan investasi dalam bentuk infografis bergerak yang interaktif. Penyajian informasi yang bersifat kasual dan padat ini berhasil menghilangkan citra kaku serta eksklusif yang selama ini melekat pada dunia investasi termasuk pasar saham.

Keterikatan mendalam terhadap ekosistem digital menegaskan relevansi media sebagai sumber informasi investasi yang paling dominan bagi Generasi Z. Sebagai *digital native* Generasi Z memiliki kecenderungan tinggi untuk memprioritaskan platform digital dibandingkan mesin pencari konvensional dalam menelusuri data finansial. Karakteristik Generasi Z yang menyukai informasi instan dan berbasis visual menjadikan media sosial sebagai medium sosialisasi keuangan yang ideal. Keberadaan berbagai akun komunitas pasar modal dan edukasi digital di media sosial memberikan dukungan lingkungan

¹⁶ Alifia Arum Setiawati dan Lintang Venusita, "Pengaruh Media Sosial, Edukasi Pasar Modal Dan Penggunaan Analisis Fundamental Terhadap Keputusan Investasi di Pasar Modal (Studi Pada Mahasiswa Investor Saham Di Surabaya)," *Jurnal Akuntansi* 5, no. 1 (2024): 1015–25, <https://doi.org/10.46306/rev.v5i1.548>.

sosial yang memperkuat niat mereka untuk mulai berinvestasi sejak usia muda.

Berdasarkan penjabaran tersebut, media sosial tidak sekadar berfungsi sebagai saluran komunikasi sekunder, melainkan telah menjadi ekosistem hulu bagi pembentukan literasi digital dan minat investasi Generasi Z. Melalui penetrasi konten edukasi video pendek dan narasi persuasif para *finfluencer*, media sosial berhasil mendemokratisasi akses data pasar modal menjadi informasi harian yang familier bagi investor muda. Oleh sebab itu, efektivitas pemanfaatan media sosial dalam memfilter fluktuasi kondisi pasar saham akan menjadi faktor determinan yang krusial dalam memengaruhi intensitas minat berinvestasi Generasi Z.

e. Indikator Media Sosial

Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi, tetapi juga sebagai media interaktif yang mampu memengaruhi perhatian, persepsi, serta penilaian penggunaannya terhadap suatu topik melalui penyajian konten yang menarik dan mudah diakses. Pada penelitian ini variabel paparan konten finansial di media sosial atau media sosial diukur dengan indikator yang mengacu pada Yusuf. Terdiri

atas tiga poin utama, yaitu frekuensi paparan, intensitas interaksi, dan kualitas persepsian konten.¹⁷

1. Frekuensi Paparan

Frekuensi paparan menunjukkan tingkat keseringan individu menerima atau mengakses informasi terkait keuangan dan investasi melalui media sosial dalam periode tertentu. Semakin sering seseorang terpapar informasi finansial, semakin besar peluang informasi tersebut memengaruhi pengetahuan dan cara pandangnya terhadap investasi. Pada penelitian ini frekuensi paparan mencerminkan seberapa sering responden memperoleh informasi mengenai pasar modal, saham, dan investasi melalui berbagai platform media sosial.

2. Intensitas Interaksi

Intensitas interaksi mengacu pada tingkat keterlibatan pengguna dalam berinteraksi dengan konten finansial yang mereka temui di media sosial. Keterlibatan tersebut tidak semata terbatas pada aktivitas melihat atau menonton konten, tetapi juga mencakup berbagai bentuk partisipasi aktif, seperti memberi tanda suka, berkomentar, membagikan, menyimpan konten maupun terlibat dalam diskusi yang berkaitan dengan investasi. Indikator ini

¹⁷ Yusuf, "Pengaruh Paparan Konten Edukasi Keuangan di Media Sosial terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi Reksa Dana Syariah," bag. 1.

digunakan untuk menggambarkan sejauh mana responden berpartisipasi dalam aktivitas digital yang berkaitan dengan informasi keuangan dan pasar modal.

3. Kualitas Persepsi Konten

Kualitas persepsian konten merupakan penilaian responden terhadap kualitas informasi finansial yang diperoleh melalui media sosial. Penilaian yang dimaksud mencakup aspek kejelasan informasi, kemudahan pemahaman, relevansi materi, serta tingkat kredibilitas sumber informasi. Selain itu, indikator ini juga mencerminkan kemampuan responden dalam menilai secara kritis berbagai informasi yang beredar di media sosial, termasuk membedakan informasi yang dapat dipercaya dari informasi dengan potensi menyesatkan.¹⁸ Dengan begitu, kualitas persepsian tidak hanya berkaitan dengan nilai edukatif suatu informasi, tetapi juga dengan kesadaran pengguna terhadap risiko penyebaran informasi yang kurang akurat atau tidak dapat dipertanggungjawabkan.

3. Minat Investasi

a. Pengertian Minat Investasi

¹⁸ Prasetyo Matak Aji, Vanessa Nadhila, dan Lim Sanny, "Effect of Sosial Media Marketing on Instagram Towards Purchase Intention: Evidence from Indonesia's Ready-to-Drink Tea Industri," *International Journal of Data and Network Science*, 2020, 91–104, <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2020.3.002>.

Minat dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia diartikan sebagai kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, gairah, atau keinginan. Minat masuk dalam bagian aspek psikis manusia yang dapat membuatnya terdorong untuk mencapai tujuan. Menurut Winkel, minat adalah kecenderungan yang bersifat tetap pada diri seseorang untuk merasa tertarik dan senang terhadap suatu bidang tertentu sehingga muncul keinginan untuk terlibat di dalamnya.¹⁹

Hurlock menyatakan bahwa minat dapat berkembang apabila seseorang diberi kesempatan mempelajari hal-hal yang sesuai keinginannya. Sementara itu, Stiggins menjelaskan bahwa minat termasuk dimensi afektif yang berperan penting dalam kehidupan individu. Kemudian dimensi afektif tersebut berkaitan dengan perasaan seseorang terhadap suatu objek, memiliki arah penilaian dari positif hingga negatif, serta tingkat intensitas yang berbeda-beda mulai dari lemah hingga kuat. Widyastuti dalam penelitiannya mendefinisikan minat sebagai dorongan keinginan yang muncul setelah seseorang melihat, mengamati, membandingkan, dan mempertimbangkan sesuatu sesuai dengan kebutuhannya.

Selanjutnya menurut Jaenudin dan Sukardi, minat didefinisikan sebagai rasa suka dan rasa tertarik terhadap suatu hal dalam suatu

¹⁹ W. S. Winkel, *Psikologi Pengajaran* (Yogyakarta: Grasindo, 2009).

kegiatan.²⁰ Berminat terhadap sesuatu berarti cenderung memberi perhatian lebih besar pada objek yang membuatnya tertarik. Hal ini berarti minat memiliki fungsi sebagai penggerak yang mengarahkan seseorang untuk melakukan suatu tindakan. Berdasarkan berbagai definisi tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa minat merupakan bagian dari aspek afektif yang menggambarkan kecenderungan seseorang untuk merasa tertarik, senang, dan memberi perhatian lebih terhadap suatu objek atau kegiatan tertentu dibanding kegiatan lainnya.

Minat muncul setelah individu melihat, mengamati, membandingkan, serta mempertimbangkan sesuatu sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Selain itu, minat juga mencerminkan kondisi mental yang mendorong munculnya respon positif terhadap objek yang dianggap menyenangkan, mampu memberikan kepuasan, serta menumbuhkan keinginan dan upaya untuk melakukan suatu tindakan.

Menurut Otoritas Jasa keuangan, investasi adalah penanaman modal yang diharapkan membawa imbal hasil atau tingkat pengembalian yang disebut dengan keuntungan pada waktu tertentu, jangka pendek, menengah, hingga jangka panjang. Dalam praktiknya, individu pelaku investasi dikenal dengan sebutan investor. Secara lebih spesifik, investor

²⁰ Jaenudin Jaenudin dan Hadi Ahmad Sukardi, "Pengaruh Persepsi Investasi Terhadap Minat Berinvestasi Saham di Pasar Modal," *JEMPER (Jurnal Ekonomi Manajemen Perbankan)* 3, no. 2 (Agustus 2021): 125, <https://doi.org/10.32897/jemper.v3i2.743>.

didefinisikan sebagai entitas yang terlibat secara langsung dalam kegiatan jual beli aset, yaitu membeli aset keuangan dengan harapan mendapat imbal hasil (*return*) saat menjual karena terjadi kenaikan nilai aset.²¹

Istilah investasi merujuk pada keuangan dan ekonomi yang sering kali disebut dengan penanaman modal. Secara ekonomi, investasi (*investment*) terbagi atas dua definisi. Pertama investasi adalah pembelian saham, obligasi dan benda-benda tidak bergerak, yang akan dianalisis untuk menelaah modal yang akan disertakan dalam rangka memaksimalkan hasil yang akan di dapatkan. Kedua, investasi adalah pembelian alat produksi termasuk diantaranya benda-benda yang akan dijual kembali dengan modal berupa uang.²² Berdasarkan teori ekonomi, investasi dimaknai sebagai kegiatan produksi (pembelian) dari *capital* atau modal barang-barang yang tidak dikonsumsi akan tetapi digunakan untuk produksi yang akan datang.

Dapat disimpulkan bahwa minat investasi merupakan ketertarikan terhadap aktivitas investasi dengan tujuan memperoleh tingkat pengembalian tertentu (*return*) dari penanaman modal pada jangka waktu tertentu. Individu yang berminat terhadap investasi

²¹ Ainurum Dien Suryani, *Pengaruh Platform Media Sosial, Pengetahuan Investasi, Persepsi Risiko, Dan Return Terhadap Minat Generasi Z Berinvestasi Di Pasar Modal.*, 13 (2024).

²² Budi Untung, *Hukum Investasi* (Jakarta: Sinar Grafika, 2010).

terdorong untuk mencari dan mendapatkan pengetahuan mengenai aspek-aspek investasi.

b. *Theory of Planned Behavior (TPB)*

(1) *Pengertian Theory of Planned Behavior (TPB)*

Theory of Planned Behavior atau disingkat dengan TPB adalah teori yang dikembangkan oleh Icek Ajzen untuk menjelaskan dan memprediksi perilaku individu melalui niat perilaku (*behavioral intention*) terkait dengan tindakan tertentu. Teori ini adalah pengembangan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) dengan menambahkan komponen control perilaku yang dipersepsikan (*perceived behavioral control*) sebagai faktor internal dan eksternal yang ikut memengaruhi tindakan nyata individu.

Menurut Ajzen, TPB menjelaskan bahwa keputusan individu untuk terlibat dalam suatu tindakan tertentu dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yaitu *attitude toward behavior*, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control*.²³ Ketiga faktor ini berkontribusi terhadap pembentukan niat perilaku, yang pada akhirnya akan menjadi penggerak utama menuju kemunculan perilaku aktual individu. Dalam penelitian kuantitatif, TPB sering digunakan untuk menjelaskan berbagai bentuk perilaku ekonomi, termasuk perilaku keuangan dan minat investasi generasi muda. Melalui kerangka teori

²³ Ajzen, 181.

ini, dipahami bahwa semakin positif sikap seseorang, semakin besar dukungan lingkungan sosial yang dirasakan, dan semakin tinggi keyakinan kendali diri yang dimiliki, maka niat perilaku individu untuk melaksanakan tindakan tersebut akan semakin meningkat secara signifikan.

(2) Komponen *Theory of Planned Behavior* (TPB)

Adapun komponen *Theory of Planned Behavior* yaitu sebagai berikut:²⁴

i. *Attitude Toward Behavior* (Sikap Terhadap Perilaku)

Attitude toward behavior merupakan persepsi individu terhadap suatu perilaku tertentu, baik yang bersifat positif maupun negatif. Menurut Ajzen sikap terhadap perilaku didefinisikan sebagai tingkat di mana seseorang memiliki evaluasi ataupun penilaian yang menguntungkan (*favorable*) atau tidak menguntungkan (*unfavorable*) terhadap perilaku yang dimaksud. Dengan kata lain komponen ini menunjukkan bagaimana penolakan atau penerimaan seseorang terhadap suatu kondisi tindakan.

Sikap didasarkan pada keyakinan individu terhadap konsekuensi atau hasil yang akan diperoleh dari usaha tertentu.

²⁴ Ajzen, 185-196.

Apabila seseorang percaya bahwa suatu perilaku menawarkan banyak manfaat dan peluang menguntungkan, mereka akan membentuk sikap yang positif. Sebaliknya apabila perilaku tersebut dipandang memiliki risiko tinggi atau dampak negatif, maka sikap yang terbentuk akan cenderung negatif.

ii. *Subjective Norm* (Norma Subjektif)

Norma subjektif mengacu pada persepsi individu mengenai tekanan atau norma sosial sekitar untuk terlibat atau tidak dalam suatu perilaku tertentu. Ajzen mendefinisikan norma subjektif sebagai tekanan sosial yang dirasakan (*perceived sosial pressure*) untuk melakukan suatu tindakan. Komponen ini menunjukkan bahwa keputusan individu sering kali diintervensi oleh pandangan, dukungan, maupun harapan dari lingkungan sekitar yang dianggap penting.

Norma subjektif dapat berasal dari lingkaran terdekat seperti keluarga, teman sebaya, kelompok sosial, hingga lingkungan digital yang diikuti oleh individu. Seseorang cenderung memiliki niat yang kuat untuk melakukan tindakan ketika lingkungan sosialnya memberikan validasi atau dukungan.

iii. *Perceived behavioral Control* (Kontrol Perilaku yang Dipersepsikan)

Perceived behavioral control merupakan persepsi individu mengenai tingkat kemudahan atau kesulitan yang dihadapi dalam melaksanakan suatu tindakan. Menurut Ajzen, *perceived behavioral control* didefinisikan sebagai kemudahan atau kesulitan yang dirasakan dalam melakukan suatu perilaku, yang sangat terkait dengan ketersediaan sumber daya, kemampuan diri, serta kesempatan yang dimiliki.

Seiring dengan peningkatan keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam mengendalikan situasi, kemungkinan mereka untuk mengeksekusi tindakan tersebut akan ikut meningkat. Begitu pun sebaliknya, ketika individu menemui keterbatasan informasi atau hambatan eksternal, maka kemampuan kontrol perilaku mereka akan melemah.

iv. *Behavioral intention*

Behavioral intention merupakan niat, keinginan, atau tingkat komitmen individu untuk melakukan suatu tindakan tertentu. Dalam kerangka TPB, *behavioral intention* diposisikan sebagai faktor penentu utama yang memengaruhi munculnya perilaku aktif atau tindakan nyata individu. Ajzen menjelaskan bahwa seiring dengan meningkatnya kemauan dan kesiapan mental individu untuk melaksanakan suatu perilaku, maka

probabilitas perilaku tersebut dieksekusi secara nyata juga akan semakin tinggi.

Behavioral intention terbentuk dari kombinasi tiga pilar utama, yaitu sikap individu terhadap perilaku, tekanan sosial yang dialami serta keyakinan individu mengenai kapasitas kontrol diri mereka untuk melaksanakan perilaku tersebut. Oleh karena itu, niat perilaku merupakan indikator paling valid dan krusial dalam memprediksi tindakan aktual dari seseorang di masa depan.

3) Keterkaitan *Theory of Planned Behavior* (TPB) dengan Penelitian

Theory of Planned Behavior pada penelitian ini digunakan sebagai grand teori untuk menjelaskan pengaruh kondisi pasar saham (X1) dan Paparan Konten Finansial di Media Sosial (X2) terhadap Minat Investasi (Y) Generasi Z. Menurut Ajzen, minat untuk melakukan suatu perilaku dipengaruhi oleh tiga komponen utama sebagaimana telah dijelaskan sebelumnya, yaitu *attitude toward behavior*, *subjective norm*, dan *perceived behavioral control*.

Perceptual market condition berkaitan dengan *attitude toward behavior* yang menyatakan bahwa sikap terbentuk dari keyakinan individu terhadap manfaat dan konsekuensi suatu perilaku (*behavioral beliefs*). Dalam konteks investasi, persepsi terhadap kondisi pasar, pergerakan harga saham, dan peluang investasi dapat membentuk sikap positif maupun

negatif terhadap aktivitas investasi. Semakin baik persepsi individu terhadap kondisi pasar saham maka semakin besar kecenderungannya untuk memiliki minat investasi. Hal ini didukung oleh penelitian Putri dan Hamidi yang menemukan bahwa persepsi positif terhadap pasar modal dapat meningkatkan minat investasi mahasiswa.²⁵

Paparan konten finansial di media sosial berkaitan dengan *subjective norm*, yang memposisikan persepsi individu mengenai pengaruh sosial mendorong suatu perilaku. Konten investasi, informasi dari *finfluencer*, serta interaksi di media sosial dapat membentuk pandangan dan kecenderungan Generasi Z terhadap investasi. Yusuf menyatakan bahwa paparan konten edukasi di media sosial dapat meningkatkan ketertarikan individu terhadap investasi.²⁶

Selain itu paparan konten finansial di media sosial juga berkaitan dengan *perceived behavioral control*. Konten edukasi investasi dapat meningkatkan pengetahuan dan persepsi kemudahan berinvestasi, sehingga memperkuat keyakinan individu untuk mulai berinvestasi. Arianti menyatakan bahwa pengetahuan investasi dan kemudahan akses digital berpengaruh positif terhadap minat investasi generasi muda.²⁷ Sebaliknya,

²⁵ Putri dan Hamidi, "Pengaruh Literasi Keuangan, Efikasi Keuangan dan Faktor Demografi Terhadap Pengambilan Keputusan Investasi, 155 (Studi Pada Mahasiswa Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas Padang)."

²⁶ Yusuf, "Pengaruh Paparan Konten Edukasi Keuangan di Media Sosial terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi Reksa Dana Syariah," bag. 1.

²⁷ Baiq Fitri Arianti, "The Influence of Financial Literacy, financial Behavior and Income on Investment decision," *EAJ (Economics and Accounting Journal)* 1, no. 1 (2018): 1–10, <https://doi.org/10.32493/eaj.v1i1.y2018.p1-10>.

informasi yang tidak akurat atau menyesatkan dapat menimbulkan keraguan dan menurunkan keyakinan individu dalam mengambil keputusan investasi.

Dengan demikian TPB menjelaskan bahwa kondisi pasar saham dan media sosial dapat memengaruhi minat investasi melalui pembentukan sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dipersepsikan. Semakin positif persepsi individu terhadap kondisi pasar saham dan informasi finansial yang diterimanya maka akan semakin kuat pula minat untuk berinvestasi di pasar modal.

c. Tujuan Investasi

Adapun tujuan utama dalam berinvestasi pada pelaksanaannya adalah sebagai berikut: ²⁸

- 1) Mendapatkan keuntungan, keuntungan yang dimaksud adalah imbal hasil (*return*) dalam bentuk bunga, dividen, dan atau *capital gain*.
- 2) Investasi diharapkan dapat membantu pengelolaan terkait dana untuk kebutuhan spesifik seperti dana pendidikan, dana pensiun, hingga dana penunjang keadaan darurat.
- 3) Investasi diharapkan dapat menjaga nilai aset, agar tidak terdampak oleh penurunan nilai mata uang dari waktu ke waktu.

²⁸ Ojk kanal pasar modal pages pengelolaan investasi

b. Tipe-tipe Investasi

Menurut Fahmi dalam buku Portofolio dan Investasi oleh Ady Inrawan dkk, terdapat dua tipe investasi, yaitu investasi langsung dan tidak langsung, kedua tipe ini disesuaikan dengan aktiva keuangan seperti apa yang dibutuhkan atau diinginkan oleh seorang calon investor.²⁹

1) Investasi Langsung (*Direct Investment*)

Investasi langsung yang dimaksud adalah investasi yang langsung dapat dilakukan dengan membeli secara langsung suatu aset dari suatu perusahaan, baik dilakukan melalui perantara atau dengan berbagai cara lainnya.

2) Investasi Tidak Langsung (*Indirect Investment*)

Investasi tidak langsung adalah investasi yang dilakukan oleh mereka yang kelebihan dana, sehingga membuat keputusan investasi tanpa terlibat secara langsung atau pembelian aset dilakukan kebijakan *indirect investment*. Biasanya investor pada jenis investasi ini tidak terlibat secara dalam pengambilan keputusan penting perusahaan.

d. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Investasi

1) Faktor Internal (Dalam diri)

²⁹ Inrawan dkk., *Portofolio dan Investasi*.

a) Literasi Keuangan dan Pengetahuan

Pengetahuan mengenai investasi adalah fondasi utama. Ketika seseorang memahami jenis-jenis instrumen investasi, individu tersebut akan cenderung percaya diri. Menurut Rosita literasi keuangan adalah faktor utama yang paling dominan dalam memengaruhi minat investasi di pasar modal. Pemahaman yang mumpuni membuat calon investor mampu membedakan antara produk legal dan ilegal seperti investasi bodong sehingga hal ini meningkatkan rasa percaya diri mereka untuk mulai membuat keputusan finansial.³⁰

b) Motivasi

Motivasi bersifat personal sebagai penggerak psikologis untuk mencapai tujuan keuangan secara spesifik, termasuk didalamnya mempersiapkan dana pensiun, biaya rencana masa depan seperti pernikahan atau biaya pendidikan anak, atau bahkan melawan inflasi. Motivasi investasi secara sadar maupun dorongan eksternal memiliki pengaruh besar terhadap keputusan seorang individu dalam mengalokasikan modal. Semakin kuat tujuan keuangan seseorang maka akan semakin tinggi pula minat mereka dalam melakukan investasi.

³⁰ Rosita Farhat, *Faktor-faktor Ysng Mempengaruhi Minat Investasi Mahasiswa di Pasar Modal: Berdasarkan Literatur Review*, 4, no. 2829 (2025).

c) *Finansial Behavior* (Perilaku keuangan)

Aspek *finansial behavior* merujuk pada bagaimana individu mengelola keuangan pribadi sehari-harinya secara disiplin. Menurut Rosita perilaku keuangan yang sehat seperti mendahulukan porsi investasi dibanding konsumsi, berkolerasi positif dan signifikan terhadap tingginya minat investasi seseorang.³¹

2) Faktor Eksternal dan Psikologis (Dari luar dan Persepsi)

a) Persepsi *Return* (Keuntungan) dan Risiko

Mempertimbangkan untung dan rugi adalah *basic analysis* bagi setiap calon investor. Penelitian yang dilakukan oleh Yehesi dan Hikmah membuktikan bahwa variabel *return* dan risiko investasi secara simultan dan parsial berpengaruh signifikan terhadap minat melakukan investasi di pasar modal.³² Investor baru akan tertarik jika estimasi keuntungannya dinilai rasional dan sepadan dengan fluktuasi risikonya.

b) Modal Minimal Investasi

³¹ Farhat.

³² Yehesi Pernanda Putri dan Hikmah, *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Investasi Mahasiswa Pada Pasar Modal di Kota Batam*, 6, no. 3 (2024), <https://doi.org/10.33884/scientiajournal.v6i3.8538>.

Dana awal yang terjangkau menghapus stigma lama bahwa investasi ditujukan hanya untuk mereka yang berasal dari kalangan kaya. Menurut Desi adanya kebijakan modal minimal yang terbilang sangat murah secara empiris telah berhasil mendongkrak minat investasi pada masyarakat secara luas dan investor pemula.³³

c) Kemajuan Teknologi (Kemudahan Akses)

Integrasi sistem finansial ke dalam aplikasi telepon pintar mempermudah jalur birokrasi dan pendaftaran. Menurut Rizky dan Kusuma, kemajuan teknologi informasi menjadi variabel eksternal yang krusial, mempercepat penyebaran literasi dan memicu lonjakan minat investasi di era digital bagi generasi muda.³⁴

e. **Indikator Minat Investasi**

Minat investasi dalam penelitian ini mengacu pada *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikembangkan oleh Ajzen, sebagaimana dioperasionalkan melalui manual pengukuran langsung (*direct measures*) oleh Francis et al. khusus untuk indikator pertama penamaannya diperkuat dengan merujuk pada konsep Minat Transaksional dari Ferdinand, yang relevan digunakan mengingat subjek penelitian ini merupakan anggota aktif

³³ Dewi, “Pengaruh Edukasi Pasar Modal Terhadap Persepsi Risiko dan Minat Berinvestasi Masyarakat.”

³⁴ Rizki Ariendra Amellia Putri dan Kusuma Ratnawati, “Faktor Yang Mempengaruhi Minat Investasi Mahasiswa Di Pasar Modal,” *Jurnal Management Risiko dan Keuangan* 3, no. 4 (Desember 2024): 312–19, <https://doi.org/10.21776/jmrk.2024.03.4.01>.

Kelompok Studi Pasar Modal yang telah memiliki akun saham dan aktif bertransaksi.³⁵ Pada kelompok subjek tersebut, wujud nyata dari indikator minat dalam kerangka TPB lebih tepat digambarkan sebagai kecenderungan transaksional yang konkret dan telah berlangsung, bukan niat awal yang masih bersifat abstrak. adapun indikator yang dimaksud tersebut yaitu sebagai berikut:

a) Minat Traksaksional

Indikator ini mengukur kecenderungan nyata responden untuk bertransaksi dan mengalokasikan dana pada aktivitas investasi. Indikator ini diturunkan menjadi dua sub, yaitu kesengajaan bertransaksi dan komitmen mengalokasikan dana demi keperluan di masa mendatang.

b) *Behavioral Expectation (I expect to)*

Indikator ini mengukur estimasi peluang realistis dan harapan diri bahwa mereka benar-benar akan mengeksekusi dan mempertahankan aktivitas investasi tersebut di masa mendatang, terlepas dari situasi eksternal yang dihadapi. Dengan kata lain, indikator ini mengukur ekspektasi keberlanjutan investasi dan ketahanan individu terhadap situasi pasar.

c) *Behavioral Plan (I plan to)*

³⁵ Augusty Ferdinand, *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*, 129 (Semarang, 2002).

Indikator ini mengukur aspek perencanaan taktis dan kesiapan waktu tindakan yang disusun oleh individu. Minat tidak lagi sekadar keinginan abstrak, namun telah melangkah pada tahap persiapan prosedural yang nyata.

4. Perspektif Ekonomi Syariah

a. Konsep Muamalah dalam Aktivitas Investasi Kontemporer

Muamalah adalah seluruh ketentuan syariat yang mengatur hubungan dan transaksi ekonomi antarindividu agar berjalan sesuai dengan nilai keadilan dan kemashlahatan. Dalam fikih muamalah berlaku kaidah bahwa pada dasarnya semua bentuk transaksi diperbolehkan selama tidak terdapat dalil yang melarangnya. Prinsip ini memberikan ruang bagi perkembangan berbagai instrumen investasi modern, termasuk investasi berbasis digital dan pasar modal syariah.³⁶

Dalam pandangan Islam, investasi adalah aktivitas ekonomi yang produktif karena mendorong pengelolaan harta secara optimal dan berkelanjutan. Konsep perencanaan keuangan dan pengelolaan sumber daya untuk masa depan tercermin dalam QS. Yusuf (12) ayat 47:³⁷

قَالَ تَزْرَعُونَ سَنِينَ دَابَّاءَ فَمَا حَصَدْتُمْ فَذَرُوهُ فِي سُنْبُلِهِ إِلَّا قَلِيلًا مِّمَّا تَأْكُلُونَ

³⁶ Ahmad Musadad dkk., "The Role of The Taysir Manhaji Method in The Developement of islamic Economic Law in Indonesia Through DSN-MUI Fatwas," *Journal of Islamic Laws* 8, no. 1 (2025), <https://doi.org/https://doi.org/10.23917/jisel.v8i01.7607>.

³⁷ Kementerian Agama RI, *Qur'an Kemenag* (2022), <https://kemenag.go.id>.

Artinya: “Yusuf berkata, ‘Agar kamu bercocok tanam tujuh tahun berturut-turut sebagaimana biasa, kemudian apa yang kamu tuai hendaklah kamu biarkan dibulirnya, kecuali sedikit untuk kamu makan.’ ”

Kewajiban moral bagi manusia untuk tidak bersikap konsumtif dan senantiasa melakukan perencanaan jangka panjang demi masa depan tersebut kembali disebutkan oleh Al-Qur’an Surah Al-hasyr (59) ayat 18:³⁸

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَلْتَنْظُرْ نَفْسٌ مَّا قَدَّمَتْ لِغَدٍّ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ
خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Artinya: “Wahai orang-orang beriman! Bertakwalah kepada Allah dan Hendaklah setiap orang memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (masa depan), dan bertakwalah kepada Allah, sungguh Allah Maha teliti terhadap apa yang kamu kerjakan.”

Kedua ayat tersebut menjadi landasan etis yang kuat bagi investor muda dalam mengelola pendapatan saat ini menjadi aset produktif demi kemashlahatan hari esok. Pelaksanaan investasi dalam Islam harus berlandaskan prinsip keadilan (*al-‘adl*), kerelaan para pihak (*antaradhin*), transparansi, amanah, dan kemashlahatan. Prinsip-prinsip tersebut bertujuan menciptakan transaksi yang adil, terbuka, dan tidak merugikan salah satu pihak. Dalam konteks pasar modal, penerapan nilai tersebut penting untuk menjaga kepercayaan investor dan stabilitas pasar.³⁹

³⁸ Kementerian Agama RI.

³⁹ Fama, “Efficient Capital Markets: A Review of Theory and Empirical Work.”

Sebaliknya, Islam melarang aktivitas investasi yang mengandung unsur riba, gharar, maysir, tadlis, maupun manipulasi pasar karena dapat menimbulkan ketidakadilan dan merusak mekanisme ekonomi yang sehat. Penyaringan terhadap unsur-unsur tersebut menjadi pembeda utama antara investasi yang produktif dengan praktik spekulatif yang menyerupai perjudian.

Investasi saham pada dasarnya diperbolehkan selama perusahaan yang menjadi objek investasi menjalankan kegiatan usaha yang sesuai dengan prinsip syariah. Kepemilikan saham mencerminkan penyertaan modal pada suatu perusahaan sehingga investor berhak memperoleh bagian keuntungan melalui dividen maupun apresiasi nilai saham. Dengan demikian saham syariah dapat dipandang sebagai bentuk kemitraan yang sejalan dengan prinsip muamalah modern.⁴⁰

Implementasi muamalah modern di Indonesia sendiri dapat dilihat melalui keberadaan pasar modal syariah yang diatur oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan didukung fatwa DSN-MUI Nomor 80/DSN-MUI/II2011. Kehadiran sistem seperti *Sharia Online Trading System* (SOTS) juga memudahkan investor dalam memilih saham yang sesuai dengan prinsip syariah.⁴¹ Bagi Generasi Z khususnya anggota Kelompok Studi Pasar Modal (KSPM) yang akan menjadi responden dalam

⁴⁰ IDX Islamic, “Sistem Online Trading Syariah (SOTS),” 2019, <https://idxislamic.idx.co.id/investor-syariah/sistem-online-trading-syariah-sots/>.

⁴¹ IDX Islamic.

penelitian ini, pemahaman mengenai prinsip muamalah menjadi penting agar aktivitas investasi yang dilakukan tidak hanya menguntungkan secara finansial, akan tetapi juga sesuai dengan nilai-nilai Islam.

b. Implementasi Maqashid As-Syariah melalui Tindakan Menjaga Harta (*Hifzh Al-Mal*)

Maqashid as-syariah didefinisikan sebagai maksud, filosofi, dan tujuan fundamental di balik penetapan hukum Islam demi mewujudkan kemashlahatan hidup manusia. Tokoh pelopor utama teori ini adalah Abu Ishaq al-Syatibi, ia menegaskan bahwa esensi utama dari syariat adalah menolak kemudharatan (*dar'u al-mafasid*) dan menghadirkan kemanfaatan (*jalbu al-masalih*). Konsep ini menjadi landasan penting dalam menilai berbagai aktivitas ekonomi, termasuk investasi.⁴²

Dalam teori maqashid as-syariah terdapat lima tujuan utama yang dikenal sebagai al-maqashid al-khamsah, yaitu menjaga agama (*hifzh ad-din*), jiwa (*hifzh an-nafs*), akal (*hifzh al-'aql*), keturunan (*hifzh an-nasl*), dan harta (*hifzh al-mal*). Dari kelima tujuan tersebut penelitian ini berfokus pada *hifzh al-mal* karena berkaitan langsung dengan aktivitas investasi dan pengelolaan kekayaan.

Hifzh al-mal tidak semata-mata dimaknai menjaga harta dari kehilangan atau kerusakan, tetapi juga mengelolanya secara produktif

⁴² Abdullah, Abdi, dan Razak, *Pasar Modal Syariah di Indonesia (Tinjauan Teori dan Aspek Hukum)*.

agar memberikan manfaat yang berkelanjutan. Dalam Islam harta dipandang sebagai amanah yang harus dimanfaatkan secara bertanggung jawab dan tidak boleh disia-siakan. Oleh karena itu, individu didorong untuk mengembangkan kekayaannya melalui aktivitas ekonomi yang halal dan produktif.

Investasi menjadi salah satu bentuk implementasi *hifzh al-mal* karena memungkinkan harta berkembang dan memberikan nilai tambah di masa depan. Berbeda dengan penyimpanan harta secara pasif, investasi mendorong perputaran modal ke sektor produktif yang dapat mendukung pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat. Dalam konteks pasar modal syariah, investasi juga membantu perusahaan memperoleh sumber pendanaan untuk mengembangkan kegiatan usahanya.⁴³

Selain itu, investasi juga dapat berfungsi sebagai sarana penjagaan nilai kekayaan dari dampak inflasi dan ketidakpastian ekonomi. Dengan menempatkan dana pada instrumen yang memiliki prospek pertumbuhan, investor berpeluang mempertahankan bahkan meningkatkan nilai riil hartanya dari waktu ke waktu. Kondisi ini menunjukkan bahwa investasi merupakan bagian dari upaya perlindungan harta yang sejalan dengan tujuan syariah.

⁴³ Otoritas Jasa Keuangan, “Pasar Modal Syariah,” 2024, <https://ojk.go.id/id/kanal/syariah/tentang-syariah/pages/pasar-modal-syariah.aspx>.

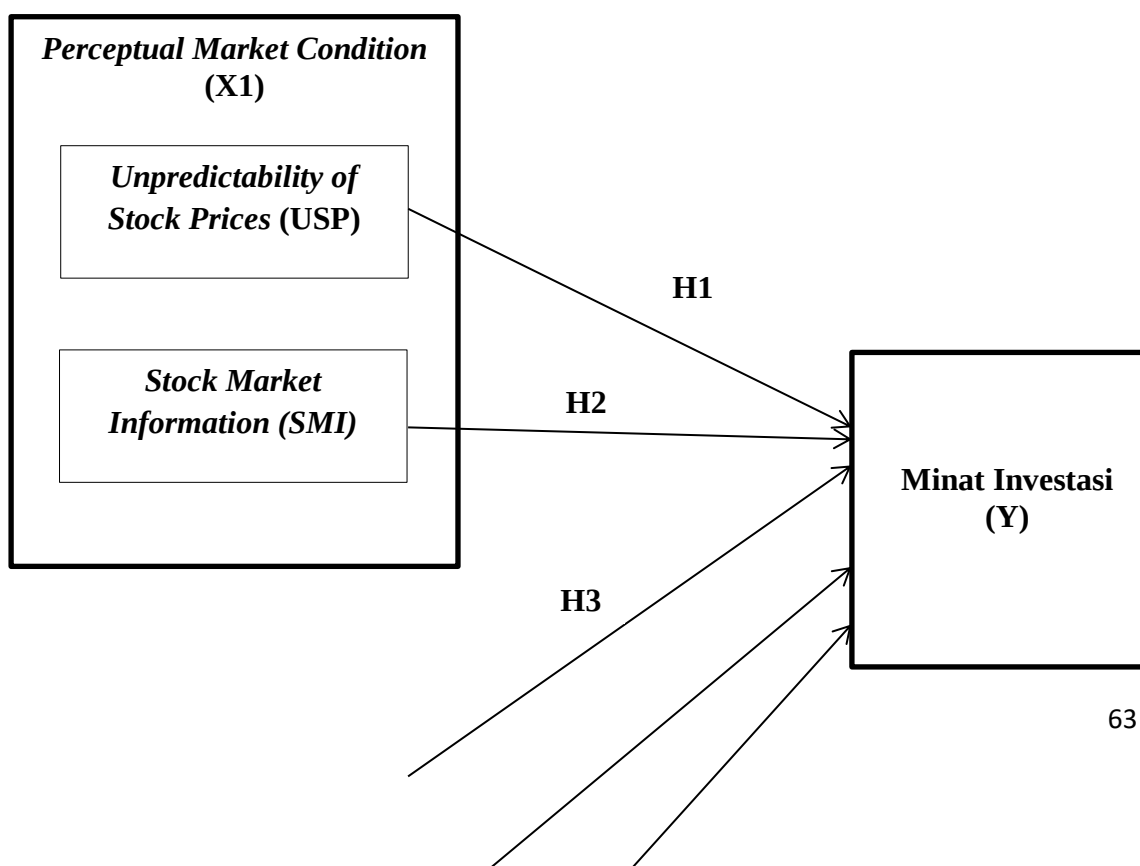
Minat investasi juga memiliki keterkaitan dengan implementasi *hifzh al-mal*. Seseorang yang memiliki niat investasi cenderung terdorong untuk merencanakan keuangan, mengalokasikan dana secara produktif, dan mempersiapkan kebutuhan masa depan. Bagi generasi Z yang hidup di era digital, kesadaran untuk berinvestasi menjadi semakin penting sebagai bentuk pengelolaan keuangan yang bertanggung jawab di tengah tingginya arus konsumsi digital.

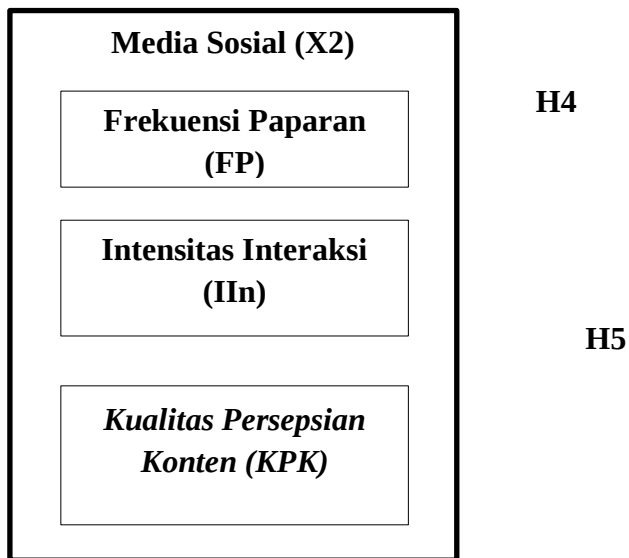
Berdasarkan penjabaran tersebut di atas, peneliti berpendapat bahwa konsep muamalah dan maqashid as-syariah, khususnya *hifzh al-mal* memberikan landasan etis yang kuat terhadap aktivitas investasi. Investasi tidak hanya dipandang sebagai sarana memperoleh keuntungan, tetapi juga sebagai bentuk pengelolaan harta yang produktif, bertanggung jawab, dan sesuai dengan prinsip syariah. Oleh sebab itu, meningkatnya minat investasi pada Generasi Z dapat dipahami sebagai upaya menjaga serta mengembangkan kekayaan secara berkelanjutan dalam koridor nilai-nilai Islam.

B. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran mencakup konsep teoritis yang digunakan untuk mengorganisir, mengklasifikasi, dan menginterpretasikan data pada suatu penelitian. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang terdiri dari dua variabel bebas yaitu *perceptual market condition* dan media sosial, serta minat investasi generasi Z sebagai variabel terikat.

Gambar 1.2 Kerangka Pemikiran





C. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikiran yang mengaitkan Persepsi individu terhadap kondisi pasar saham, paparan konten di media sosial dan minat investasi generasi z, maka hipotesis penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. H1

Dimensi *Unpredictability of Stock Prices (USP)* dari *Perceptual Market Condition (X1)* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Investasi Generasi Z (M).

Semakin rendah kekhawatiran investor muda terhadap ketidakpastian pergerakan harga saham, semakin tinggi keyakinan diri mereka dalam mengelola risiko investasi (*perceived behavioral control* dalam TPB), sehingga mendorong minat untuk berinvestasi.

2. H2

Dimensi *Stock Market Information* (SMI) dari *Perceptual Market Condition* (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Investasi Generasi Z.

Semakin efisien penyerapan informasi fundamental dan penyesuaian harga di bursa (EMH), semakin positif sikap investor muda untuk berkomitmen berniat, berencana, dan berekspektasi investasi (TPB).

3. H3

Dimensi Frekuensi Paparan (FP) dari Media Sosial (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Investasi Generasi Z.

Semakin tinggi frekuensi paparan konten finansial di media sosial, semakin besar peluang investor muda memperoleh edukasi dan informasi yang mendorong tumbuhnya niat investasi.

4. H4

Dimensi Intensitas Intertaksi (IIn) dari Media Sosial (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Investasi Generasi Z.

Semakin tinggi intensitas interaksi investor muda dengan fitur platform digital dan komunitas trading, semakin kuat dorongan norma social kelompok (*subjective norm* dalam TPB) untuk ikut serta membentuk minat investasi mereka.

5. H5

Dimensi Kualitas Persepsian Konten (KPK) dari Media Sosial (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Investasi Generasi Z (M).

Semakin baik persepsi investor muda terhadap kejelasan edukasi konten dan kesadaran mereka terhadap ancaman distorsi informasi, semakin besar kepercayaan mereka terhadap informasi yang diterima, sehingga mendorong minat investasi.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu pendekatan yang menekankan pada pengujian teori melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dengan angka dan analisis statistik.¹ Pendekatan ini sejalan dengan tujuan penelitian yang ingin menguji hipotesis tentang pengaruh *Perceptual market condition* dan Media Sosial terhadap Minat Investasi Generasi Z secara empiris.

Berdasarkan tingkat eksplanasinya, penelitian ini termasuk penelitian asosiatif, karena bertujuan mengetahui hubungan dan pengaruh antarvariabel melalui lima dimensi utama, yaitu *Unpredictability of Stock Prices* (USP), *Stock Market Information* (SMI), Frekuensi Paparan (FP), Intensitas Interaksi (IIn), dan Kualitas Persepsian Konten (KPK) terhadap Minat Investasi Generasi Z (M)

B. Lokasi Dan Waktu Penelitian

Sesuai kaidah metodologi kuantitatif, lokasi penelitian harus menjelaskan dari mana sampel dan sumber data diambil.² Dalam penelitian ini, pengambilan data dilakukan secara daring (*online*) menggunakan kuesioner

¹ *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, t.t.

² dkk Amruddin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 1 ed. (Sukoharjo: Pradina Pustaka, 2022).

Google Form yang disebarakan kepada anggota aktif Kelompok Studi Pasar Modal (KSPM) pada empat perguruan tinggi di Provinsi Bengkulu, yaitu Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno (UINFAS) Bengkulu, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup, Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi (STIA) Bengkulu, dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dehasen Bengkulu.

Waktu penelitian berlangsung pada bulan Februari hingga Juli tahun 2026, meliputi tahap penyusunan instrumen, pengumpulan data, dan pengolahan data.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan seluruh elemen yang menjadi wilayah generalisasi dengan karakteristik tertentu untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.³ Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah anggota aktif KSPM (kelompok studi pasar modal) pada empat perguruan tinggi di Provinsi Bengkulu yang menjadi lokasi penelitian, yaitu KSPM GIS-BEI UINFAS Bengkulu, KSPM GIS-BEI IAIN Curup, KSPM GI-BEI STIA Bengkulu, dan KSPM GI-BEI UNIVED Bengkulu. Berdasarkan hasil koordinasi dengan pengurus KSPM.

Anggota KSPM GI dan GIS BEI dipilih karena memiliki ketertarikan dan keterlibatan yang lebih tinggi terhadap aktivitas pasar

³ Amruddin.

modal dibanding mahasiswa pada umumnya, sehingga dinilai relevan dengan tujuan penelitian mengenai minat investasi. Berdasarkan data keanggotaan yang telah diperoleh dari masing-masing organisasi, terdapat 92 anggota aktif yang termasuk dalam kategori Generasi Z.

Tabel 3.1
Populasi

No	Asal Kelompok Studi Pasar Modal (KSPM)	Jumlah Anggota
1	KSPM GI-Syariah BEI Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno (UINFAS) Bengkulu	22
2	KSPM GI-Syariah BEI Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup	20
3	KSPM GI-BEI Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi (STIA) Bengkulu	21
4	KSPM GI-BEI FEB Universitas Dehasen (UNIVED) Bengkulu	29
Total		92

2. Kriteria Responden

Pada penelitian ini, tidak seluruh anggota populasi dijadikan responden penelitian. Sebelum menyebarkan kuesioner utama, peneliti melakukan proses *screening* guna memastikan bahwa responden memenuhi karakteristik yang sesuai dengan tujuan penelitian.

Adapun kriteria responden yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

- a. Merupakan anggota aktif Kelompok Studi Pasar Modal (KSPM) pada empat perguruan tinggi yang menjadi lokasi penelitian.

- b. Termasuk dalam kategori Generasi Z, yaitu individu yang lahir pada rentang tahun 1997-2012.
- c. Memiliki ketertarikan terhadap investasi di pasar modal, khususnya investasi syariah, serta aktif menggunakan media sosial sebagai sumber informasi investasi.

3. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki jumlah dan karakteristik tertentu dari populasi sehingga dipilih untuk mewakili populasi penelitian. Pada penelitian ini, teknik pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*, yaitu penentuan sampel berdasarkan pertimbangan atau kriteria tertentu yang telah ditetapkan peneliti.

Pemilihan teknik *purposive sampling* dilakukan karena penelitian ini tidak melibatkan seluruh anggota populasi, melainkan hanya responden yang memenuhi karakteristik sesuai dengan tujuan penelitian. Sebelum penyebaran kuesioner utama, peneliti melakukan proses *screening* terhadap 92 anggota aktif Kelompok Studi Pasar Modal (KSPM) yang menjadi populasi penelitian untuk memastikan bahwa responden memenuhi kriteria yang telah ditetapkan.

Berdasarkan hasil *screening* diperoleh 69 responden yang memenuhi seluruh kriteria penelitian dan jumlah inilah yang akan

digunakan sebagai sampel penelitian, sedangkan 23 anggota lainnya tidak memenuhi kriteria sehingga tidak digunakan sebagai sampel penelitian.

D. Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan dua sumber data, yaitu data primer dan data sekunder:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari responden melalui instrumen penelitian.⁴ Dalam penelitian ini, data primer diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada anggota KSPM pada empat perguruan tinggi di Provinsi Bengkulu yang menjadi responden penelitian.

2. Data Sekunder.

Data sekunder mengacu pada data yang dikumpulkan secara metodis oleh peneliti menggunakan berbagai dokumen dan data yang telah dipublikasikan sebelumnya.⁵ Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari berbagai sumber buku, artikel jurnal nasional dan internasional, data dari Bursa Efek Indonesia (BEI), data dari Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI), dokumen organisasi KSPM dan berbagai sumber lain yang relevan dengan penelitian mengenai *perceptual market condition*, media sosial, dan minat investasi Generasi Z. Data sekunder

⁴ “Metopen KUANTI 2012,” t.t.

⁵ “Metopen KUANTI 2012.”

digunakan sebagai dasar analisis teoretis, pengembangan hipotesis dan interpretasi temuan penelitian.

E. Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data

1. Instrumen

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan peneliti dalam memperoleh, mengolah, menganalisis dan menginterpretasikan data yang bersumber dari responden dengan prosedur pengukuran yang sistematis dan terstruktur.⁶ Pada penelitian ini instrumen yang digunakan berupa kuesioner yang disebarakan secara daring melalui *Google Form*. Namun sebelum penyebaran kuesioner utama, peneliti terlebih dahulu menggunakan kuesioner *screening* untuk mengidentifikasi responden yang memenuhi kriteria penelitian.

Setelah melewati tahap *screening*, responden yang memenuhi kriteria diberikan kuesioner utama yang memuat sejumlah pernyataan yang disusun berdasarkan indikator dari masing-masing variabel penelitian, yaitu *perceptual market condition*, media sosial, dan minat investasi. Penyusunan instrumen dilakukan untuk memperoleh informasi mengenai tanggapan responden terhadap variabel-variabel yang diteliti.

Untuk mengukur tingkat persetujuan responden terhadap setiap pernyataan penelitian ini menggunakan skala likert lima tingkat. Skala ini

⁶ Imam Ghazali, *Desain Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif untuk Akuntansi, Bisnis, dan Kualitatif* (Semarang: Yoga Pratama, 2021).

adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi responden terhadap suatu objek penelitian.⁷ Adapun skala yang digunakan adalah Likert 1–5, dengan kategori:

- a. Skor 5 diberikan pada jawaban Sangat Setuju (SS)
- b. Skor 4 diberikan pada jawaban Setuju (S)
- c. Skor 3 diberikan pada jawaban Netral (N)
- d. Skor 2 diberikan pada jawaban Tidak Setuju (TS)
- e. Skor 1 diberikan pada jawaban Sangat Tidak Setuju (STS)

2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan metode yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data yang diperlukan dalam menjawab permasalahan penelitian. Menurut Sugiyono, teknik pengumpulan data adalah metode yang digunakan peneliti untuk mendapatkan data penelitian yang selaras dengan kebutuhan dan tujuan mereka.⁸ Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini yaitu kuesioner (angket) dan dokumentasi.

a) Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang digunakan dengan menyediakan pertanyaan spesifik atau pernyataan tertulis untuk

⁷ Imam Ghozali, *Desain Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif untuk Akuntansi, Bisnis, dan Kualitatif*, (Semarang: Yoga Pratama, 2016) 46-47.

⁸ Ghozali, 132.

dijawab oleh responden.⁹ Teknik ini digunakan untuk mengumpulkan informasi tentang kondisi pasar, media sosial, dan minat investasi generasi Z. kuesioner disebarakan menggunakan *google form* kepada responden yang merupakan anggota aktif Kelompok Studi Pasar Modal (KSPM) Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia (GI-BEI) dan GI-Syariah BEI perguruan tinggi di provinsi Bengkulu. Kuesioner disusun berdasarkan indikator masing-masing variabel penelitian dan diukur menggunakan skala Likert dengan lima kategori.

Tabel 3.2 Skala *Likert* 5 Poin

Skor	Simbol	Keterangan
5	SS	Sangat Setuju
4	S	Setuju
3	N	Netrsal
2	TS	Tidak Setuju
1	STS	Sangat Tidak Setuju

b) Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang melibatkan pengumpulan dokumen atau data berkaitan dengan objek penelitian. Menurut Hasan, dokumentasi juga dapat dimaknai sebagai usaha untuk

⁹ Ghozali, 144.

mengarsip dalam bentuk rekaman dan pengelompokan informasi dalam bentuk tulisan, gambar (foto), maupun video.¹⁰ Pada penelitian ini dokumentasi digunakan dalam mengumpulkan data seperti jumlah anggota aktif KSPM, profil organisasi KSPM dan informasi lain yang relevan dengan tujuan penelitian. Dokumentasi data tersebut digunakan untuk mendukung dan menganalisis data yang diperoleh menggunakan kuesioner.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan pendekatan *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan bantuan *software* SmartPLS versi 4. Penggunaan PLS-SEM dipilih karena mampu menguji pengaruh masing-masing indikator variabel penelitian secara langsung terhadap Minat Investasi, sesuatu yang tidak dapat ditampilkan melalui analisis regresi berganda konvensional¹¹.

Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan uji satu arah (*one-tailed*), karena kelima hipotesis penelitian dirumuskan secara terarah, yaitu menyatakan pengaruh positif antarvariabel, bukan sekadar menyatakan adanya pengaruh tanpa arah tertentu. Analisis dilakukan melalui dua tahap utama, yaitu evaluasi model pengukuran (*outer model*) untuk menguji validitas dan

¹⁰ Hajar Hasan, *Pengembangan Sistem Informasi Dokumentasi Terpusat Pada STMIK Tidore Mandiri*, 1, vol. 2, no. 1, 23 (2022), ejournal.stmik-tm.ac.id.

¹¹ G. David Garson, *Partial Least Squares: Regression and Structural Equation Models* (Asheboro, NC: Statistical Associates Publishing, 2016), 21.

reliabilitas indikator, serta evaluasi model struktural (*inner model*) untuk menguji hipotesis penelitian melalui prosedur *bootstrapping*.¹²

1. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif merupakan metode yang digunakan untuk mendeskripsikan serta menjelaskan karakteristik data yang diperoleh dari sampel maupun populasi penelitian. Melalui analisis ini, peneliti dapat menyajikan gambaran umum mengenai kondisi data yang diteliti. Ukuran yang umum digunakan dalam analisis statistik deskriptif meliputi nilai rata-rata (*mean*), simpangan baku (*standar deviasi*), nilai tertinggi (*maximum*), dan nilai minimal atau terendah (*minimum*).¹³

2. Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

a. Uji Validitas Konvergen

Validitas konvergen diuji melalui nilai *outer loading* dan *Average Variance Extracted (AVE)*. adapun acuan ketetapan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:¹⁴

- 1) Apabila nilai *outer loading* $> 0,7$, maka indikator dinyatakan valid dan mampu merepresentasikan konstruknya.

¹² Garson, 16.

¹³ Sugiyono, 148.

¹⁴ Garson, *Partial Least Squares: Regression and Structural Equation Models*, 59-64.

- 2) Apabila nilai $AVE > 0,5$, maka konstruk dinyatakan memiliki validitas konvergen yang memadai, karena mampu menjelaskan lebih dari setengah varians indikatornya.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas diuji melalui nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*. Adapun kriteria yang digunakan sebagai berikut:¹⁵

- 1) Jika nilai *Composite Reliability* $\geq 0,7$, maka konstruk dinyatakan reliable.
- 2) Jika nilai *Cronbach's Alpha* $\geq 0,6$, maka instrumen penelitian dinyatakan reliable.

c. Uji Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan diuji melalui kriteria *Fornell-Larcker* dan rasio *Heterotrait-Monotrait* (HTMT). Suatu konstruk dinyatakan memiliki validitas diskriminan yang baik apabila akar kuadrat AVE-nya lebih besar daripada korelasinya dengan konstruk

¹⁵ Garson, 62-63.

lain (kriteria *Fornell-Larcker*), serta nilai HTMT berada di bawah 0,90.¹⁶

3. Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

a. Uji Kolinearitas

Uji kolinearitas pada model struktural dilakukan melalui nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) untuk memastikan tidak terjadi masalah kolinearitas antarvariabel eksogen. Model struktural dinyatakan bebas dari masalah kolinearitas apabila nilai VIF berada di bawah 5.¹⁷

b. Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai R^2 digunakan untuk mengukur besarnya kemampuan dimensi *Unpredictability of Stock Prices*, *Stock Market Information*, Frekuensi Paparan, Intensitas Interaksi, dan Kualitas Persepsian Konten dalam menjelaskan variabel Minat Investasi secara keseluruhan.

c. *Predictive Relevance* (Q^2)

¹⁶ Garson, 68-69.

¹⁷ Garson, 70-71.

Nilai Q^2 digunakan untuk menguji relevansi prediktif model melalui prosedur *blindfolding*. Model dinyatakan memiliki relevansi prediktif yang baik apabila nilai Q^2 lebih besar dari 0.¹⁸

4. Uji Hipotesis (*Path Coefficient* dan *Bootstrapping*)

a. *Path Coefficient*

Path coefficient menunjukkan arah dan besaran pengaruh masing-masing variabel eksogen terhadap variabel endogen. Nilai *path coefficient* positif menunjukkan pengaruh yang searah, sedangkan nilai negatif menunjukkan pengaruh yang berlawanan arah.

b. Uji Signifikansi (*Bootstrapping*)

Signifikansi pengaruh antarvariabel diuji melalui prosedur *bootstrapping* dengan *subsample* sebanyak 5.000 dan pengujian satu arah (*one-tailed*). Adapun dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:¹⁹

- 1) Apabila nilai *t-statistic* > 1,64 (atau *p-value* < 0,05), maka hipotesis diterima dan pengaruh dinyatakan signifikan.

¹⁸ Garson, 116-117.

¹⁹ Garson, 96.

- 2) Apabila nilai $t\text{-statistic} < 1,64$ (atau $p\text{-value} > 0,05$), maka hipotesis ditolak.

BAB IV

TEMUAN HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia (GI BEI)

GI BEI adalah bentuk kerja sama Bursa Efek Indonesia dengan perguruan tinggi dan perusahaan sekuritas, sekaligus sebagai sarana edukasi pasar modal. GI BEI hadir dengan tujuan mendekatkan informasi mengenai pasar modal kepada masyarakat, khususnya civitas akademika, sehingga kegiatan edukasi, sosialisasi, dan praktik investasi dilakukan secara berkesinambungan di lingkungan perguruan tinggi.¹

Melalui galeri investasi ini mahasiswa mendapatkan akses terhadap berbagai informasi mengenai pasar modal, seperti mekanisme perdagangan efek, produk investasi, analisis pasar, hingga pembukaan rekening efek. Bersamaan dengan itu, disamping fungsinya sebagai pusat informasi, GI BEI juga menjadi media pembelajaran yang menghubungkan teori yang diperoleh di bangku perkuliahan dengan praktik investasi di pasar modal. Berbagai kegiatan edukasi seperti Sekolah Pasar Modal (SPM), seminar, webinar, pelatihan analisis saham, kompetisi investasi, dan kegiatan literasi keuangan secara rutin

¹ Bursa Efek Indonesia, “Galeri Investasi BEI: Komunitas Pasar Modal,” Naskah Digital, Jakarta, 2024, <https://www.idx.co.id/id/produk/galeri-investasi-bei-komunitas-pasar-modal>.

diselenggarakan melalui GI BEI dengan tujuan meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai investasi di pasar modal.

Selain GI BEI, terdapat juga GIS BEI (Galeri Investasi Syariah Bursa Efek Indonesia) yang fokusnya terletak pada pengembangan literasi dan edukasi mengenai investasi dengan prinsip syariah. GIS BEI menyediakan berbagai instrumen syariah, seperti saham syariah, reksa dana syariah, dan sukuk serta memperkenalkan mekanisme investasi yang sesuai dengan prinsip syariah. Keberadaan GIS BEI di perguruan tinggi diharapkan mampu meningkatkan literasi dan inklusi keuangan syariah, khususnya di kalangan mahasiswa.

Terdapat beberapa GI BEI dan GIS BEI yang tersebar di berbagai perguruan tinggi di Provinsi Bengkulu. Empat diantaranya adalah GI BEI FEB Universitas Dehasen, GI BEI Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Bengkulu, GIS BEI Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu dan GIS BEI Institut Agama Islam Negeri Curup yang menjadi lokasi penelitian. Kehadiran galeri investasi tersebut menjadi salah satu sarana dalam meningkatkan literasi dan partisipasi mahasiswa terhadap kegiatan investasi di pasar modal baik konvensional maupun syariah.

2. Kelompok Studi Pasar Modal (KSPM)

KSPM adalah komunitas kemahasiswaan yang berperan sebagai penggerak dari kegiatan-kegiatan yang diselenggarakan oleh Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia. Komunitas ini menjadi wadah bagi

mahasiswa yang memiliki minat terhadap dunia investasi untuk mempelajari teori maupun praktik investasi secara mendalam.

3. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah anggota aktif kelompok Studi Pasar Modal (KSPM) pada empat perguruan tinggi di Provinsi Bengkulu, yaitu KSPM GI Syariah BEI Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu, KSPM GI Syariah Institut Agama Islam Negeri Curup, KSPM GI BEI Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dehasen Bengkulu, dan KSPM GI BEI Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Bengkulu.

Tabel 4.1

Sampel Penelitian

Kelompok Studi Pasar Modal (KSPM)	Mengisi <i>Screening</i>	Memenuhi Kriteria	Tidak Memenuhi Kriteria
GIS - BEI Institut Agama Islam Negeri Curup	20	20	0
GIS - BEI Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu	22	22	0

GI - BEI FEB Universitas Dehasen Bengkulu	29	18	11
GI - BEI Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Bengkulu	21	9	12
Total	92	69	23

Sumber: data yang diolah, 2026

Responden ditentukan melalui dua tahap, yaitu identifikasi populasi berdasarkan data anggota aktif KSPM yang diperoleh dari masing-masing pengurus organisasi. Pada tahap pertama, yaitu dengan melakukan koordinasi langsung kepada ketua umum KSPM masing-masing universitas diperoleh populasi terjangkau sebanyak 92 anggota aktif. Sedangkan pada tahap kedua, yaitu dengan penyebaran kuesioner *screening* untuk memastikan kesesuaian responden dengan kriteria penelitian diperoleh 69 responden yang memenuhi kriteria dan jumlah tersebut akan digunakan sebagai sampel penelitian.

B. Temuan Hasil Penelitian

1. Karakteristik Responden

Pada penelitian ini, responden yang digunakan adalah mahasiswa anggota aktif kelompok studi pasar modal dibawah naungan GI BEI FEB

Universitas Dehasen Bengkulu, GIS BEI UINFAS Bengkulu, GIS BEI IAIN Curup, dan GI BEI STIA Bengkulu. Selain itu, masuk kategori Generasi Z yang dilihat dari tahun kelahirannya, yaitu pada rentang tahun 1997 sampai dengan 2012 dan jenis kelamin. Responden juga merupakan memiliki ketertarikan terhadap investasi di pasar modal, khususnya investasi syariah, serta aktif menggunakan media sosial sebagai sumber informasi investasi.

Adapun karakteristik-karakteristik tersebut disajikan dalam bentuk diagram berikut:

- a. Asal Instansi Kelompok Studi Pasar Modal

Gambar 4.1

Asal Instansi Kelompok Studi Pasar Modal

Asal KSPM Universitas
92 jawaban



Sumber: Data olahan, 2026

Berdasarkan diagram di atas dapat dilihat bahwa dari total keseluruhan 92 responden, 20 diantaranya berasal dari KSPM GIS BEI IAIN Curup dengan persentase 22%, 22 diantara berasal dari

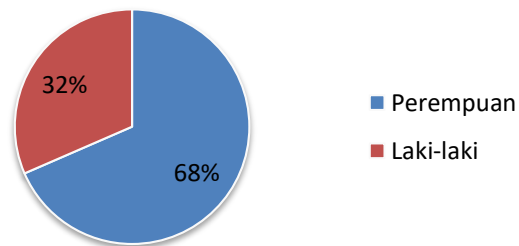
KSPM GIS BEI UINFAS Bengkulu dengan presentase 24%, 29 diantaranya berasal dari UNIVED Bengkulu dengan presentase 31% dan 21 responden berasal dari GI BEI STIA Bengkulu dengan presentase 23%.

b. Jenis kelamin responden

Gambar 4.2

Jenis kelamin responden

Jenis Kelamin
92 jawaban



Sumber: Data yang diolah, 2026

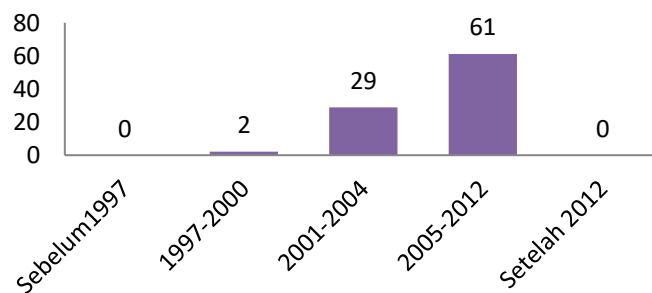
Berdasarkan gambar diagram di atas dapat dilihat bahwa dari total keseluruhan responden terdapat 29 anggota aktif berjenis kelamin laki-laki dengan presentase 32% dan terdapat 63 anggota aktif berjenis kelamin perempuan dengan presentase 68%.

c. Rentang tahun kelahiran

Gambar 4.3

Tahun Kelahiran Responden

Tahun Kelahiran
92 jawaban



Sumber: Data yang diolah, 2026

Gambar diagram batang di atas menunjukkan bahwa terdapat dua responden dengan rentang tahun kelahiran antara tahun 1997 sampai dengan tahun 2000, 29 responden lahir dalam rentang tahun 2001 sampai dengan 2004, dan 61 orang lahir pada rentang tahun 2005 hingga 2012. Data ini menunjukkan bahwa seluruh calon responden yang berjumlah 92 orang merupakan Generasi Z, yaitu generasi yang lahir pada rentang tahun 1997-2012.

- d. Tertarik dan/atau pernah berinvestasi pada instrumen syariah

Gambar 4.4

**Responden Tertarik Investasi Syariah dan Pengguna aktif
Media Sosial**

Tertarik investasi di pasar modal, khususnya investasi syariah, serta aktif menggunakan media sosial sebagai sumber informasi investasi.

92 jawaban



Sumber: data yang diolah, 2026

Berdasarkan data diagram di atas diperoleh 69 atau 75% dari 92 responden tertarik berinvestasi di pasar modal, khususnya investasi syariah, serta aktif menggunakan media sosial sebagai sumber informasi investasi, sedangkan 23 atau 25% lainnya tidak. Maka responden yang akan digunakan pada penelitian ini adalah 69 responden memenuhi kriteria *screening*.

2. Pengujian dan Hasil Analisis Data

a. Uji Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif dilakukan untuk memberikan gambaran umum terkait data penelitian melalui nilai rata-rata (mean), nilai minimum, nilai maksimum, dan standar deviasi pada tiap item pernyataan. Berbeda dari analisis regresi yang lazimnya menyajikan statistik deskriptif dalam bentuk skor total per variabel, analisis PLS-SEM menyajikan statistik deskriptif pada tingkat item pernyataan, karena setiap item merupakan unit pengukuran langsung dari indikator variabelnya masing-masing.² Penelitian ini melibatkan 69 responden yang memenuhi kriteria. Hasil analisis statistik deskriptif disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.2

Hasil Uji Statistik Deskriptif

Name	Mean	Observed min	Observed max	Standard deviation
USP 1	3.391	1.000	5.000	1.106
USP 2	3.043	1.000	5.000	0.892
SMI1	3.435	1.000	5.000	1.123
SMI2	3.681	1.000	5.000	1.070
SMI3	3.290	1.000	5.000	0.763
SMI4	3.536	1.000	5.000	1.071
SMI5	3.667	1.000	5.000	1.188
SMI6	3.710	1.000	5.000	1.065
FP 1	3.507	1.000	5.000	0.845
FP 2	3.507	1.000	5.000	0.942
FP 3	3.507	1.000	5.000	0.942
FP 4	3.522	1.000	5.000	0.911

² Garson, *Partial Least Squares: Regression and Structural Equation Models*.

FP 5	3.406	1.000	5.000	0.997
FP 6	3.580	1.000	5.000	1.109
FP 7	3.478	1.000	5.000	1.199
IIN 1	3.609	1.000	5.000	1.066
IIN2	3.304	2.000	5.000	0.748
IIN3	3.362	1.000	5.000	1.021
IIN4	3.377	1.000	5.000	0.903
IIN5	3.739	1.000	5.000	1.112
KPK 1	3.275	1.000	5.000	0.866
KPK 2	3.362	1.000	5.000	0.916
KPK 3	3.362	1.000	5.000	0.868
KPK 4	3.478	1.000	5.000	1.058
KPK 5	3.536	1.000	5.000	1.030
KPK 6	3.493	1.000	5.000	0.927
KPK 7	3.609	1.000	5.000	1.052
KPK 9	3.449	1.000	5.000	1.161
MI1	3.565	1.000	5.000	1.070
MI2	3.507	1.000	5.000	0.911
MI3	3.768	1.000	5.000	1.118
MI4	3.536	1.000	5.000	1.030
MI5	3.493	1.000	5.000	1.085
MI6	3.725	1.000	5.000	1.089
MI7	3.275	1.000	5.000	1.020

Sumber: Data Primer yang diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 4.2 di atas, diketahui bahwa nilai mean seluruh item berada pada rentang 3,043 sampai 3,768 dari skala 1–5, yang menunjukkan bahwa secara umum responden cenderung memberikan penilaian positif (di atas titik tengah skala) terhadap seluruh item pernyataan. Nilai rata-rata per kelompok variabel juga menunjukkan pola yang relatif seragam, yaitu USP sebesar 3,217, SMI sebesar 3,553, FP sebesar 3,501, IIn sebesar 3,478, KPK sebesar 3,446, dan MI sebesar 3,553. Nilai minimum dan maksimum pada hampir seluruh item berada pada rentang skala penuh (1 sampai

5), kecuali pada item IIn2 yang nilai minimumnya sebesar 2, menunjukkan tidak ada responden yang memilih jawaban terendah pada item tersebut.

b. Outer Model (Evaluasi Model Pengukuran)

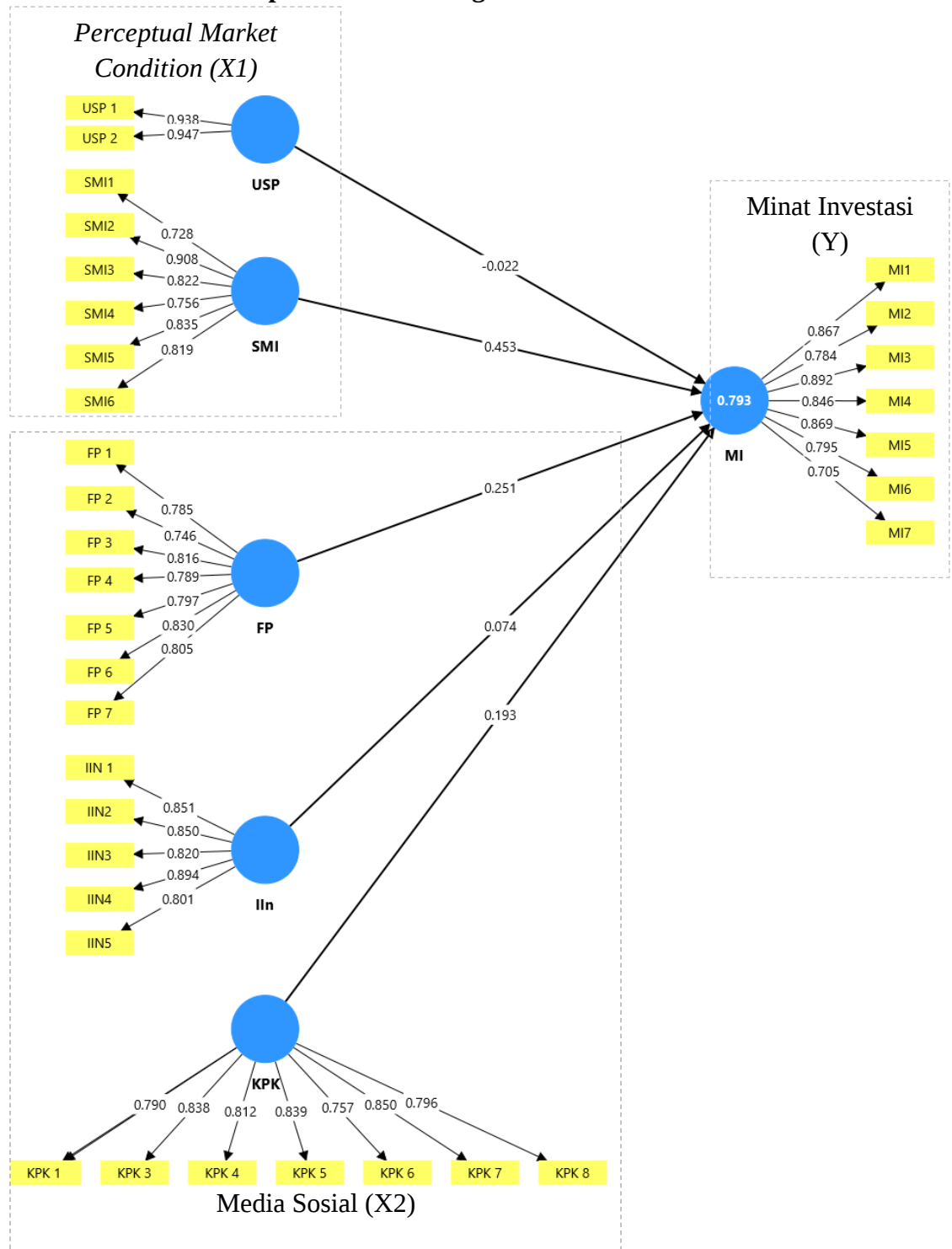
1) Uji Validitas Konvergen

Uji validitas konvergen bertujuan untuk mengetahui apakah setiap item pernyataan mampu mengukur variabel yang dimaksud dengan tepat. Pengujian ini dilakukan menggunakan aplikasi SmartPLS versi 4, melalui dua nilai, yaitu *outer loading* dan *Average Variance Extracted* (AVE). menurut Garson, suatu item pernyataan dinyatakan valid apabila nilai *outer loading* lebih besar dari 0,7 sedangkan suatu variabel dinyatakan memiliki validitas konvergen yang baik apabila nilai AVE lebih besar dari 0,5.³ Berikut adalah gambar hasil pengujian menggunakan SmartPLS 4:

³ Garson.

Gambar 4.5

Output Outer Loading factor Permodelan PLS-SEM



Berdasarkan gambar 4.5 diatas diperoleh hasil outer loading sebagai berikut:

Tabel 4.3
Hasil Uji Outer Loadings

	FP	IIN	KPK	MI	SMI	USP	Keterangan
FP 1	0.785						Valid
FP 2	0.746						Valid
FP 3	0.816						Valid
FP 4	0.789						Valid
FP 5	0.797						Valid
FP 6	0.830						Valid
FP 7	0.805						Valid
IIN 1		0.851					Valid
IIN 2		0.850					Valid
IIN 3		0.820					Valid
IIN 4		0.894					Valid
IIN 5		0.801					Valid
KPK 1			0.790				Valid
KPK 2			0.833				Valid
KPK 3			0.838				Valid
KPK 4			0.812				Valid
KPK 5			0.839				Valid
KPK 6			0.757				Valid
KPK 7			0.850				Valid
KPK 8			0.796				Valid
MI 1				0.867			Valid
MI 2				0.784			Valid
MI 3				0.869			Valid
MI 4				0.795			Valid
MI 5				0.705			Valid
MI 6				0.892			Valid
MI 7				0.846			Valid
SMI 1					0.835		Valid
SMI 2					0.819		Valid
SMI 3					0.822		Valid
SMI 4					0.756		Valid

SMI 5					0.728		Valid
SMI 6					0.908		Valid
USP 1						0.938	Valid
USP 2						0.947	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2026.

Berdasarkan tabel 4.3 di atas, diketahui bahwa seluruh item pernyataan memiliki nilai *outer loading* di atas 0,7 dan signifikan (*p-value* 0,000). Nilai terendah terdapat pada item MI5 sebesar 0,705, sedangkan nilai tertinggi terdapat pada item USP2 sebesar 0,947. Seluruh item pernyataan dalam penelitian ini dinyatakan valid.

Tabel 4.4

Hasil Uji AVE

	Average variance extracted (AVE)	Keterangan
FP	0.633	Valid
IIN	0.712	Valid
KPK	0.664	Valid
MI	0.680	Valid
SMI	0.662	Valid
USP	0.888	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah, 2026.

Berdasarkan Tabel 4.4 di atas, diketahui bahwa nilai AVE seluruh variabel berada di atas 0,5. Dengan demikian, seluruh variabel dalam penelitian ini dinyatakan memenuhi validitas konvergen.

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui tingkat konsistensi instrumen penelitian dalam mengukur variabel yang diteliti. Pengujian ini dilakukan melalui nilai Cronbach's Alpha dan *Composite Reliability*. Menurut Garson, suatu instrument dinyatakan reliable apabila nilai *Composite Reliability* lebih besar atau sama dengan 0,7 dan nilai Cronbach's Alpha lebih besar atau sama dengan 0,6.⁴

Tabel 4.5

Hasil Uji Reliabilitas

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Keterangan
FP	0.903	0.905	Reliabel
IIN	0.898	0.899	Reliabel
KPK	0.928	0.929	Reliabel
MI	0.921	0.929	Reliabel
SMI	0.897	0.904	Reliabel
USP	0.874	0.878	Reliabel

Sumber: Data Primer yang diolah, 2026.

Berdasarkan hasil uji di atas, seluruh instrumen penelitian ini dinyatakan reliabel. Dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* pada ketiga variabel berada di atas ambang batas yang disyaratkan.

⁴ Garson.

3) Uji Validitas Diskriminan

Uji validitas diskriminan bertujuan untuk mengetahui apakah suatu Variabel benar-benar berbeda dari variabel lain dalam model penelitian. Pengujian ini dilakukan melalui kriteria *Fornell-Larcker* dan rasio *Heteotrait-Monotrait* (HTMT). Menurut Garson, kriteria Fornell-Larcker terpenuhi apabila akar kuadrat AVE suatu variabel lebih besar daripada korelasinya dengan variabel lain, sedangkan HTMT terpenuhi apabila nilainya berada dibawah 0,90.⁵

Tabel 4.6

Hasil Uji Kriteria Fornell-Larcker

	FP	IIN	KPK	MI	SMI	USP
FP	0.796					
IIN	0.780	0.844				
KPK	0.878	0.798	0.815			
MI	0.829	0.731	0.826	0.825		
SMI	0.798	0.697	0.806	0.846	0.813	
USP	0.492	0.392	0.541	0.531	0.655	0.942

Sumber: Data Primer yang diolah, 2026.

Tabel 4.7

Hasil Uji HTMT

⁵ Garson.

	Heterotrait-monotrait ratio (HTMT)	Keterangan
IIN <-> FP	0,864	Terpenuhi
KPK <-> FP	0,958	Belum Terpenuhi
KPK <-> IIN	0,878	Terpenuhi
MI <-> FP	0,907	Belum Terpenuhi
MI <-> IIN	0,798	Terpenuhi
MI <-> KPK	0,886	Terpenuhi
SMI <-> FP	0,880	Terpenuhi
SMI <-> IIN	0,778	Terpenuhi
SMI <-> KPK	0,879	Terpenuhi
SMI <-> MI	0,918	Belum terpenuhi
USP <-> FP	0,551	Terpenuhi
USP <-> IIN	0,442	Terpenuhi
USP <-> KPK	0,593	Terpenuhi
USP <-> MI	0,596	Terpenuhi
USP <-> SMI	0,751	Terpenuhi

Sumber: Data Primer yang diolah, 2026.

Berdasarkan Tabel *Fornell-Larcker*, diketahui bahwa akar kuadrat AVE variabel USP dan IIn lebih tinggi dibandingkan korelasinya dengan variabel lain, sehingga kedua variabel tersebut memenuhi kriteria *Fornell-Larcker*. Sementara itu, dimensi FP, KPK, MI, dan SMI belum sepenuhnya memenuhi kriteria ini. Oleh karena itu, validitas diskriminan pada penelitian ini selanjutnya diuji kembali menggunakan kriteria HTMT yang dinilai lebih akurat. Berdasarkan Tabel HTMT, dari 15 pasangan variabel, 12 pasangan dinyatakan valid ($HTMT < 0,90$), sedangkan 3 pasangan ($KPK \leftrightarrow FP$, $MI \leftrightarrow FP$, dan $SMI \leftrightarrow MI$) belum memenuhi ambang batas tersebut.

c. **Inner Model (Evaluasi Model Struktural)**

1) **Uji Kolinearitas**

Uji kolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah terjadi hubungan yang terlalu kuat antarvariabel bebas dalam model penelitian. Pengujian ini dilakukan melalui nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Menurut Garson, model structural dinyatakan bebas dari masalah kolinearitas apabila nilai VIF Berada di bawah 5.⁶

Tabel 4.8

Hasil Uji Kolinearitas

	VIF	Keterangan
FP -> MI	5.194	Terindikasi Kolinearitas
IIN -> MI	3.052	Bebas Kolinearitas
KPK -> MI	5.800	Terindikasi Kolinearitas
SMI -> MI	4.052	Bebas Kolinearitas
USP -> MI	1.811	Bebas Kolinearitas

Sumber: Data Primer yang diolah, 2026.

Berdasarkan tabel hasil uji kolinearitas di atas, diketahui bahwa nilai VIF variabel FP (5,194) dan KPK (5,800) berada di atas ambang batas 5, yang mengindikasikan adanya kolinearitas antara kedua variabel tersebut. Hal ini konsisten dengan hasil uji

⁶ Garson.

HTMT sebelumnya, yang juga menunjukkan pasangan $KPK \leftrightarrow FP$ belum memenuhi ambang batas validitas diskriminan (0,958).

2) Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat. Nilai R^2 berkisar antara 0 sampai 1, semakin mendekati 1 maka semakin besar kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikatnya.⁷ Pengujian signifikansi nilai R^2 dilakukan melalui prosedur *bootstrapping* dengan 5.000 *subsample*, menggunakan uji satu arah (*one-tailed*) sesuai arah hipotesis penelitian yang menyatakan pengaruh positif.

Tabel 4.9

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

	R-square	R-square adjusted	T-Statistic	P-Value	Keterangan
MI	0.793	0.777	15.509	0.000	Signifikan

Sumber: Data Primer yang diolah, 2026.

Berdasarkan tabel hasil uji koefisien determinasi, diketahui bahwa nilai R^2 sebesar 0,793. Hal ini menunjukkan bahwa 79,3% variasi Minat Investasi mampu dijelaskan secara

⁷ Garson.

bersama-sama oleh USP, SMI, FP, IIn, dan KPK, sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini. Nilai tersebut juga terbukti signifikan secara statistik, dengan *t-statistic* sebesar 15,509 dan *p-value* sebesar 0,000.

3) PLSpredict (*Predictive Relevance*)

Uji *predictive relevance* bertujuan untuk mengetahui kemampuan model dalam memprediksi data baru di luar data penelitian. Pengujian ini dilakukan melalui prosedur PLSpredict, dengan membandingkan nilai *Root Mean Square Error* (RMSE) model PLS-SEM terhadap nilai RMSE model *Linear Regression* (LM) sebagai pembanding. Menurut Shmueli dkk., suatu item pernyataan dinyatakan memiliki relevansi prediktif apabila nilai $Q^2_{predict}$ -nya lebih besar dari 0. Jika nilai RMSE PLS-SEM lebih kecil dibanding RMSE LM pada seluruh item pernyataan, maka model dinyatakan memiliki daya prediksi yang tinggi.⁸

Tabel 4.10

Hasil Uji PLSpredict

Item	$Q^2_{predict}$	RMSE-PLS-SEM	RMSE LM
MI1	0.661	0.635	0.699
MI2	0.396	0.721	1.094

⁸ Galit Shmueli dkk., *Predictive Model Assessment in PLS-SEM: Guidelines for Using PLSpredict*, 53, no. 11 (2019): 2322–47, <https://doi.org/10.1108/EJM-02-2019-0189>.

MI3	0.627	0.676	0.965
MI4	0.404	0.856	1.157
MI5	0.306	0.868	1.301
MI6	0.637	0.687	0.991
MI7	0.481	0.756	1.101

Sumber: Data Primer yang diolah, 2026.

Berdasarkan Tabel 4.10 di atas, diketahui bahwa seluruh item pernyataan pada variabel Minat Investasi memiliki nilai Q^2_{predict} di atas 0 (0,306–0,661), sehingga model dinyatakan memiliki relevansi prediktif. Selanjutnya, nilai RMSE PLS-SEM juga lebih kecil dibandingkan RMSE LM pada seluruh item pernyataan tanpa terkecuali. Dengan demikian, model dalam penelitian ini dinyatakan memiliki daya prediksi yang tinggi.

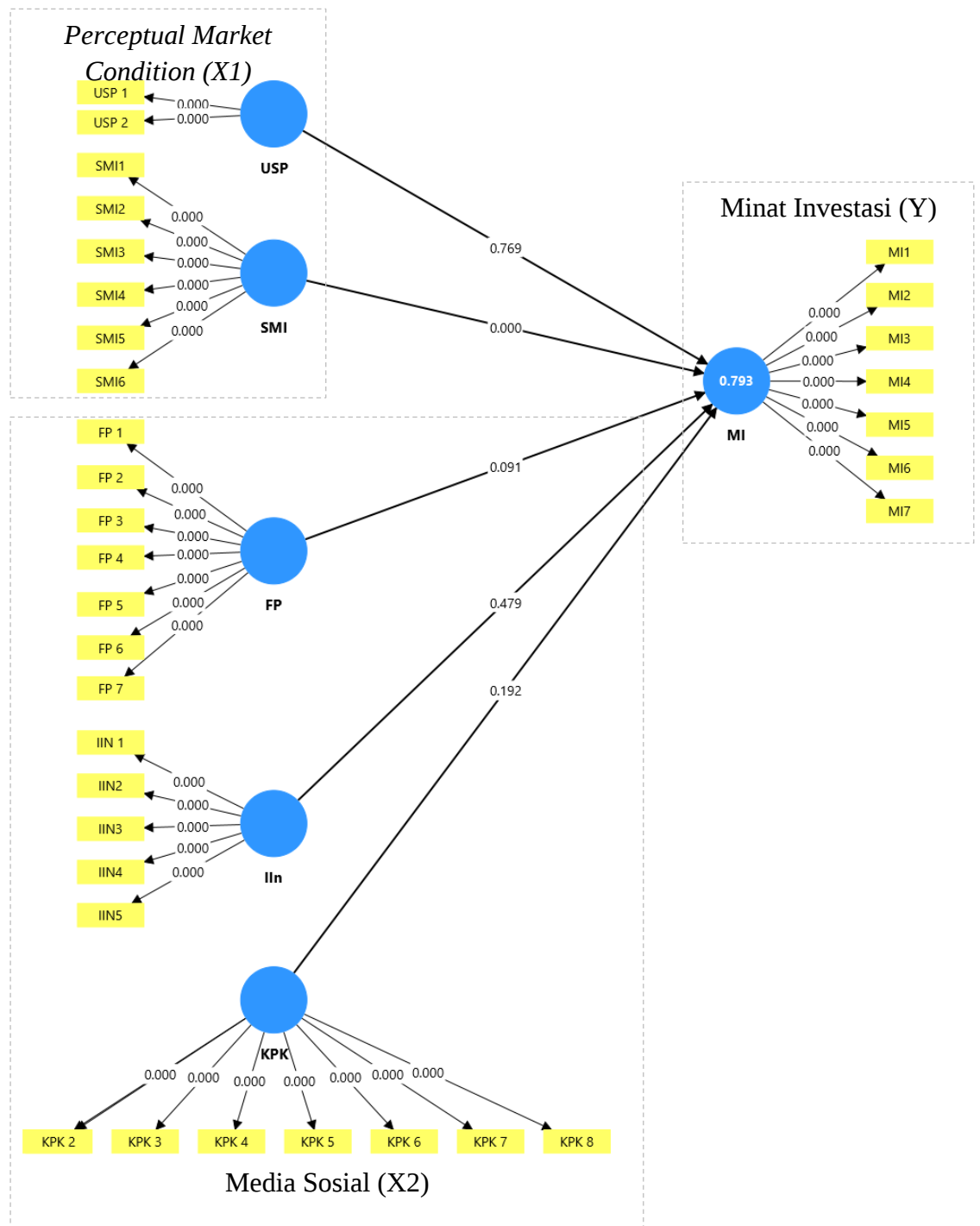
d. Uji Hipotesis

Uji hipotesis bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh USP, SMI, FP, IIn, dan KPK terhadap Minat Investasi (MI). Pengujian dilakukan melalui prosedur *bootstrapping* dengan 5.000 *subsample*, menggunakan uji satu arah (*one-tailed*) karena hipotesis penelitian ini dirumuskan secara terarah, yaitu menyatakan pengaruh positif. Suatu hipotesis dinyatakan diterima apabila nilai *t-statistic* lebih besar dari 1,645 atau nilai *p-value* lebih kecil dari 0,05.⁹

⁹ Garson, *Partial Least Squares: Regression and Structural Equation Models*.

Gambar 4.6

Gambar Hasil Uji *Bootstapping* PLS-SEM



Tabel 4.11

Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Jalur	Original Sample	T-Statistic	p-value	Keterangan
H1	USP -> MI	-0.022	0.293	0.385	Ditolak
H2	SMI -> MI	0.453	3.619	0.000	Diterima
H3	FP -> MI	0.251	1.691	0.045	Diterima
H4	IIN -> MI	0.074	0.708	0.239	Ditolak
H5	KPK -> MI	0.193	1.305	0.096	Ditolak

Sumber: Data Primer yang diolah, 2026.

Berdasarkan Tabel 4.11 di atas, diketahui bahwa dari kelima hipotesis yang diuji, dua di antaranya diterima, yaitu:

- 1) SMI berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Investasi (H2 diterima), dengan nilai *original sample* sebesar 0,453, *t-statistic* sebesar 3,619, dan *p-value* sebesar 0,000.
- 2) FP berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Investasi (H3 diterima), dengan nilai *original sample* sebesar 0,251, *t-statistic* sebesar 1,691, dan *p-value* sebesar 0,045.
- 3) Sementara itu, USP, IIn, dan KPK tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap Minat Investasi (H1, H4,

dan H5 ditolak), karena nilai *t-statistic* berada di bawah 1,645 dan *p-value* berada di atas 0,05.

Perlu dicatat bahwa hasil uji kolinearitas pada bagian c.1 menunjukkan variabel KPK terindikasi mengalami kolinearitas dengan FP. Kondisi ini diduga menjadi salah satu penyebab tidak signifikannya pengaruh KPK secara parsial, meskipun secara simultan (bersama variabel lain) kelima dimensi tersebut terbukti mampu menjelaskan Minat Investasi secara signifikan, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai R^2 pada bagian c.2.

Meskipun demikian, variabel FP dan KPK tetap dipertahankan dalam model penelitian ini karena keduanya secara konseptual mengukur hal yang berbeda. FP mengukur frekuensi paparan konten finansial, sedangkan KPK mengukur kualitas persepsian atas konten tersebut, sehingga keduanya relevan secara teoretis untuk tetap disertakan. Menurut Garson, ketika dua faktor yang berkorelasi tinggi secara konseptual mengukur hal yang berbeda, keduanya tetap dapat dipertahankan dalam model, namun konsekuensinya standar error koefisien jalur menjadi lebih besar, sehingga penilaian pengaruh relatif antarvariabel menjadi kurang

dapat diandalkan.¹⁰ Hal ini menjadi salah satu keterbatasan dalam penelitian ini.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh dimensi *Unpredictability of Stock Prices (USP)* dari *Perceptual Market Condition (X1)* terhadap Minat Investasi Generasi Z

Hipotesis pertama menduga ketidakpastian pergerakan harga saham (USP) berpengaruh terhadap Minat Investasi Generasi Z. Hasil pengujian tidak mendukung dugaan ini, nilai *original sample* USP terhadap MI sebesar -0,022 dengan *p-value* 0,385, jauh dari signifikan.

Temuan ini agak berbeda dari gambaran yang dibangun di latar belakang penelitian, di mana gejolak pasar modal Indonesia sepanjang akhir 2024 hingga 2025, termasuk penghentian sementara perdagangan (*trading halt*) dan anjloknya IHSG sebelum pulih kembali pasca kebijakan *reshuffle* kabinet sempat diduga menjadi faktor yang cukup dipertimbangkan investor muda. Pada anggota KSPM yang menjadi responden penelitian ini, fluktuasi harga yang sulit diprediksi tampaknya sudah menjadi bagian yang mereka terima sebagai karakter alami pasar modal, bukan lagi sesuatu yang menggoyahkan minat mereka untuk berinvestasi.

¹⁰ Garson, 81-82.

Dalam kerangka TPB, kondisi ini dapat dibaca sebagai bentuk *perceived behavioral control* yang relatif matang. Anggota KSPM yang dibekali literasi bursa secara terstruktur cenderung lebih percaya diri mengelola risiko harga dibandingkan investor pemula pada umumnya. Ini pun sejalan dengan sebuah kaidah fikih muamalah yang cukup populer dalam literatur ekonomi Islam, *al-ghunmu bil ghurmi*, keuntungan itu berbanding lurus dengan risiko yang ditanggung.¹¹ Ketidakpastian harga, dalam pandangan ini, bukanlah hal yang perlu dihindari sepenuhnya, melainkan konsekuensi wajar dari aktivitas perniagaan yang sah, selama tidak jatuh pada spekulasi murni tanpa dasar. Barangkali di sinilah letak kematangan sikap anggota KSPM, mereka tidak lagi menilai investasi semata dari fluktuasi harga, melainkan dari kejelasan informasi yang melandasinya sebagaimana tercermin pada variabel berikutnya.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Irawan, Suyanto, dan Retnaning Rahayu yang menemukan bahwa toleransi risiko tidak berpengaruh terhadap minat investasi di pasar modal.¹² Hal ini memperkuat dugaan bahwa sebagian investor muda yang sudah cukup terpapar edukasi pasar modal, dimensi ketidakpastian atau risiko harga bukan lagi variabel penentu utama dalam membentuk minat investasi mereka.

¹¹ Nazariyyat Al-Dhaman, *Kaidah Fikih Al-Ghunmu bil Ghurmi*, sebagaimana dibahas dalam Wahbah az-Zuhaili, (Damaskus: Dar al-Fikr, 1998).

¹² Dwi Irawan, Suyanto, dan Sri Retnaning Rahayu, *Pengaruh pemahaman Investasi, Risk Tolerance, dan Overconfidence terhadap Minat Berinvestasi di Pasar Modal dengan Kemajuan Teknologi sebagai Variabel Moderasi*, 4, no. 2 (2025).

2. Pengaruh dimensi *Stock Market Information* (SMI) dari *Perceptual Market Condition* (X1) terhadap Minat Investasi Generasi Z

SMI yang merupakan bagian dari variabel X1 (*perceptual market condition*) merupakan gabungan dari kecepatan pasar merespons informasi, relevansi pertimbangan fundamental, dan aksesibilitas informasi pasar terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Investasi, dengan *original sample* sebesar 0,453, *t-statistic* senilai 3,619, dan *p-value* 0,000. Dari kelima dimensi yang diuji, SMI memberikan kontribusi terbesar.

Hasil ini konsisten dengan *Efficient Market Hypothesis* yang dikemukakan Fama dan menjadi salah satu landasan teori utama penelitian ini, pasar dikatakan efisien ketika informasi tersedia dan tercermin secara cepat dalam harga.¹³ Anggota KSPM yang menilai informasi pasar mudah diakses dan harga cukup responsif terhadap informasi baru tampak lebih yakin mengambil keputusan investasi, sejalan dengan pilar *attitude toward behavior* dalam TPB keyakinan terhadap hasil suatu perilaku turut membentuk sikap positif terhadap perilaku itu sendiri.

Islam memandang kejelasan informasi sebagai syarat penting dalam muamalah, termasuk investasi. Allah SWT berfirman dalam QS. An-Nisa (4) 29:¹⁴

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ

¹³ Fama, "Efficient Capital Markets: A Review of Theory and Empirical Work."

¹⁴ Kementrian Agama RI, *Qur'an Kemenag*.

مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

"Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu..."

Ayat ini menegaskan bahwa transaksi harta mesti dilandasi keridhan yang lahir dari pemahaman yang jelas, bukan ketidaktahuan. Prinsip ini diperkuat hadis riwayat Muslim dari Abu Hurairah tentang larangan jual beli yang mengandung *gharar*, serta selaras dengan Fatwa DSN-MUI No. 80/DSN-MUI/III/2011 yang mensyaratkan mekanisme perdagangan efek syariah berlangsung transparan.¹⁵ Semakin baik pemahaman investor terhadap ketersediaan informasi pasar, semakin kecil ruang bagi *gharar* dalam keputusan investasi mereka.

Temuan ini juga sejalan dengan penelitian Giriati dan Handayani, yang menemukan persepsi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi saham pada mahasiswa di Kota Pontianak, maupun penelitian Sanita yang memakai pendekatan PLS-SEM serupa dan memperoleh hasil sebangun.¹⁶ Pada aspek relevansi fundamental, hasil ini diperkuat penelitian Salsabila, Susilowati, dan Nurlia tentang pertimbangan faktor fundamental dan makroekonomi oleh investor, sedangkan pada aspek

¹⁵ Dewan Syariah Nasional MUI, "Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI No. 80/DSN-MUI/III/2011 tentang Penerapan Prinsip Syariah dalam Mekanisme Perdagangan Efek Bersifat Ekuitas di Pasar Reguler Bursa Efek," 2011.

¹⁶ Adelia Putri Sanita, "Fenomena FOMO dan Persepsi Risiko: Dampak pada Minat Investasi Mahasiswa dengan Literasi Keuangan sebagai Moderasi," *Jurnal Akuntansi Keuangan dan Perpajakan* 2, no. 4 (2026): 670–79; Giriati dan F. Handayani, "Analisis Pengaruh Persepsi Risiko dan Pengetahuan Investasi terhadap Minat Investasi Saham pada Mahasiswa di Kota Pontianak," *Prosiding Management Business Innovation Conference (MBIC)*, 2023, 504–15.

aksesibilitas informasi sejalan dengan penelitian Shoim, Irawati, dan Wijaya.¹⁷

3. Pengaruh dimensi Frekuensi Paparan dari Media Sosial (X2) terhadap Minat Investasi Generasi Z

Frekuensi paparan konten finansial di media sosial (FP) juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Investasi, dengan *original sample* 0,251, *t-statistic* sebesar 1,691, dan *p-value* 0,045. Semakin sering anggota KSPM terpapar konten seputar saham dan pasar modal di platform seperti TikTok, Instagram, maupun YouTube, semakin besar kecenderungan mereka berminat berinvestasi.

Hasil ini sejalan dengan indikator paparan media dari Yusuf yang menjadi acuan pengukuran variabel Media Sosial dalam penelitian ini, yang menitikberatkan pada frekuensi, durasi, dan atensi terhadap arus konten keuangan.¹⁸ Peneliti juga sempat mengamati langsung dalam kegiatan KSPM Bengkulu bahwa diskusi seputar analisis saham dan rekomendasi investasi cukup sering muncul di lingkup komunitas, sehingga wajar bila

¹⁷ Tyas Salsabila, Dwi Susilowati, dan Nurlia, *Pengaruh Faktor Fundamental Mikro dan makro Terhadap Nilai Perusahaan Indeks LQ45*, 9, no. 1 (2026), <http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB>; Ahmad Shoim, Fifi Endah Irawati, dan Herri Wijaya, “Efektivitas Kemudahan Akses Informasi terhadap Minat Investasi Generasi Z di Era Digital melalui Trust dan Perceived Risk,” *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial* 7, no. 2 (2026): 1830–84, <https://doi.org/1038035/jmpis.v7i2>.

¹⁸ Yusuf, “Pengaruh Paparan Konten Edukasi Keuangan di Media Sosial terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi Reksa Dana Syariah,” bag. 1.

frekuensi paparan berkorelasi dengan tumbuhnya minat berinvestasi. Amalia Vransiska dalam penelitiannya turut menemukan hal serupa, bahwa media sosial berperan positif sebagai media penyebaran informasi dan edukasi investasi bagi Generasi Z.¹⁹

Dalam Islam, mencari ilmu dan informasi sebagai bekal sebelum bertindak adalah perintah yang ditekankan sejak wahyu pertama diturunkan. Allah SWT berfirman dalam QS. Al-'Alaq (96): 1, yang artinya: "*Bacalah dengan (menyebut) nama Tuhanmu yang menciptakan.*" Perintah *iqra'* ini oleh banyak ulama dimaknai secara luas sebagai anjuran untuk senantiasa membaca, mencari, dan menyerap ilmu pengetahuan, termasuk pengetahuan yang menunjang keputusan ekonomi seseorang. Frekuensi anggota KSPM menelusuri konten finansial di media sosial, selama dilakukan dengan kesadaran untuk belajar, sejalan dengan semangat ayat ini meski, sebagaimana akan dibahas pada temuan berikutnya, keaktifan mencari informasi tetap perlu diiringi kehati-hatian dalam menyaringnya.

4. Pengaruh dimensi Intensitas Interaksi dari Media Sosial (X2) terhadap Minat Investasi Generasi Z.

Intensitas interaksi terhadap fitur-fitur interaktif platform digital serta keterlibatan dalam komunitas *trading* tidak terbukti berpengaruh signifikan terhadap Minat Investasi (*original sample* 0,074; *p-value* 0,239). Sekadar menyukai, mengomentari, atau bergabung dalam grup diskusi

¹⁹ Vransiska, *Pengaruh Konten Media Sosial Investasi dan Return Investasi terhadap Minat Investasi Generasi Z di Pringsewu*.

investasi rupanya belum cukup mendorong seseorang benar-benar berminat berinvestasi.

Ini agak berbeda dari dugaan awal, mengingat latar belakang penelitian ini turut menyinggung bagaimana sejumlah anggota KSPM pernah mengikuti rekomendasi investasi dari media sosial tanpa analisis mendalam secara mandiri. Perilaku "mengikuti rekomendasi" semacam itu, bila ditelaah lebih jauh, sebenarnya lebih dekat pada interaksi yang bersifat pasif atau sekadar ikut arus, bukan pada pemahaman substantif yang membentuk minat investasi yang matang. Ada kaidah fikih yang relevan untuk membaca fenomena ini, yaitu *al-'ibratu bil maqashid wal ma'ani, la bil alfaz wal mabani* yang menjadi ukuran dalam suatu perbuatan adalah maksud dan substansinya, bukan sekadar bentuk lahiriahnya.²⁰ Interaksi berupa *like*, komentar, atau keanggotaan komunitas hanyalah bentuk lahiriah keterlibatan; ia tidak otomatis mencerminkan pemahaman atau niat investasi yang sesungguhnya.

Hasil ini sejalan dengan penelitian Rimawan dkk., yang menunjukkan media sosial tidak selalu berpengaruh signifikan terhadap minat investasi, bergantung pada bagaimana media tersebut dimanfaatkan penggunaannya. Bukan seberapa aktif seseorang berinteraksi di media sosial yang menentukan minat investasinya, melainkan seberapa sering dan seberapa berkualitas konten yang benar-benar ia serap.

²⁰ Al-Dhaman, *Kaidah Fikih Al-Ghunmu bil Ghurmi*.

5. Pengaruh dimensi Kualitas Persepsian Konten dari Media Sosial (X2) terhadap Minat Investasi Generasi Z

Variabel Kualitas Persepsian Konten, yang mencakup kejelasan edukasi konten sekaligus kesadaran terhadap ancaman distorsi informasi, juga tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap Minat Investasi (*original sample* 0,193; *p-value* 0,096). Hasil ini sekilas mengejutkan, mengingat isu kualitas dan keaslian informasi menjadi salah satu perhatian utama yang diangkat di latar belakang penelitian ini, termasuk maraknya kasus investasi ilegal berskema Ponzi yang menyasar mahasiswa di Provinsi Bengkulu.

Namun perlu dicermati bahwa hasil uji kolinearitas menunjukkan KPK berkorelasi cukup tinggi dengan FP (VIF sebesar 5,800), sehingga sulit dipisahkan secara statistik kontribusi murni masing-masing terhadap Minat Investasi. Secara konseptual pun, semakin sering seseorang terpapar konten finansial, semakin besar peluangnya untuk menilai kualitas konten tersebut, sehingga keduanya cenderung tumpang tindih ketika diuji bersamaan. Bukan berarti kesadaran terhadap kualitas dan keaslian konten menjadi tidak penting justru inilah yang paling ditekankan dalam Islam ketika membicarakan informasi. Allah SWT berfirman dalam QS. Al-Hujurat (49): 6:²¹

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْحَبُوا

²¹ Kementrian Agama RI, *Qur'an Kemenag*.

عَلَى مَا فَعَلْتُمْ نَذِيرٍ

"Wahai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka telitilah kebenarannya, agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena kebodohan (kecerobohan), yang akhirnya kamu menyesali perbuatanmu itu."

Prinsip *tabayyun* dalam ayat ini relevan dengan kebiasaan sebagian anggota KSPM yang mengikuti rekomendasi investasi tanpa memeriksa kebenarannya lebih dulu. Hadis riwayat Muslim dari Abu Hurairah turut mengingatkan bahwa cukuplah seseorang disebut pendusta apabila ia menyampaikan setiap yang ia dengar tanpa memeriksanya.²² Sekalipun secara statistik pengaruh KPK belum terbukti signifikan pada penelitian ini, secara normatif kesadaran terhadap kualitas dan keaslian konten tetap menjadi hal yang penting dijaga oleh investor muda, terlebih di tengah maraknya kasus penipuan berkedok investasi.

6. Kemampuan *Perceptual Market Condition* (dengan dimensi *Unpredictability of Stock Prices, Stock Market Information*), dan Media Sosial (X2) (dengan dimensi Frekuensi paparan, Intensitas Interaksi, dan Kualitas Persepsian Konten) Menjelaskan Minat Investasi Generasi Z.

Terlepas dari hasil parsial yang beragam, kelima dimensi ini secara bersama-sama tetap menunjukkan kekuatan penjelas yang besar terhadap Minat Investasi, dengan R^2 sebesar 0,793 (*t-statistic* 15,509; *p-value* 0,000). Hampir 80% variasi Minat Investasi anggota KSPM Bengkulu dapat

²² Muslim bin al-Hajjaj, "Shahih Muslim," manuskrip, t.t.

dijelaskan oleh kombinasi persepsi terhadap informasi pasar saham dan pola konsumsi konten finansial di media sosial, dan hanya sekitar seperlima sisanya dijelaskan faktor lain di luar model penelitian ini.

Bila dikaitkan dengan kerangka TPB yang dipakai sejak awal, temuan ini menggambarkan bahwa minat investasi Generasi Z di lingkungan KSPM tidak terbentuk dari satu sumber tunggal, melainkan dari perpaduan sikap terhadap informasi pasar dan paparan berulang terhadap konten finansial. Secara keseluruhan, pola ini mencerminkan upaya menjaga harta (*hifzh al-mal*) yang rasional, salah satu dari lima *maqashid syariah* yang dirumuskan Imam Al-Ghazali, yaitu pengelolaan harta yang didasarkan pada pemahaman dan kehati-hatian, bukan sekadar dorongan ikut arus maupun ketakutan berlebihan terhadap ketidakpastian pasar.²³

²³ Al-Ghazali, “al-Mustashfa min ‘Ilm al-Ushul,” t.t.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh *perceptual market condition* (melalui dimensi *unpredictability of stock prices* dan *stock market information*) dan media sosial (melalui dimensi frekuensi paparan, intensitas interaksi, dan kualitas persepsian konten) terhadap minat investasi Generasi Z pada anggota aktif Kelompok Studi Pasar Modal (KSPM) GI dan GIS BEI di Provinsi Bengkulu. Berdasarkan hasil analisis data menggunakan *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM), dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pada variabel *Perceptual Market Condition*, dimensi *Unpredictability of Stock Prices* tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Investasi Generasi Z, dengan nilai *original sample* sebesar -0,022 dan *p-value* sebesar 0,385 (H1 ditolak). Ketidakpastian pergerakan harga saham bukan menjadi pertimbangan utama anggota KSPM dalam membentuk minat investasi mereka.
2. *Stock market Information* pada variabel *Perceptual Market Condition* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Investasi Generasi Z, dengan nilai *original sample* sebesar 0,453, *t-statistic* 3,619 dan *p-value* 0,000 (H2 diterima). Dimensi ini memberikan kontribusi pengaruh terbesar diantara kelima dimensi yang diuji.

3. Pada variabel Media Sosial, frekuensi paparan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Investasi Generasi Z, dengan nilai *original sample* sebesar 0,251, *t-statistic* sebesar 1,691, dan *p-value* sebesar 0,045 (H3 diterima).
4. Dimensi Intensitas Interaksi variabel Media Sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Investasi Generasi Z, dengan nilai *original sample* sebesar 0,074, *t-statistic* 0,708 dan *p-value* sebesar 0,239 (H4 ditolak).
5. Dimensi Kualitas Persepsian Konten variabel Media Sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Investasi Generasi Z, dengan nilai *original sample* sebesar 0,193 dan *p-value* sebesar 0,096 (H5 ditolak), yang turut dipengaruhi oleh indikasi kolinearitas dengan variabel Frekuensi Paparan.
6. Secara keseluruhan kedua dimensi variabel *Perceptual Market Condition* dan ketiga dimensi variabel Media Sosial mampu menjelaskan variasi Minat Investasi Generasi Z sebesar 79,3% ($R^2 = 0,793$; *t-statistic* = 15,509; *p-value* = 0,000), sedangkan 20,7% sisanya dipengaruhi oleh factor lain diluar model penelitian ini.

B. Saran

1. Bagi anggota aktif Kelompok Studi Pasar Modal (KSPM), diharapkan dapat terus meningkatkan pemahaman mengenai ketersediaan dan kejelasan informasi pasar modal (SMI), serta memanfaatkan media social secara bijak dan kritis (FP), dengan tetap melakukan verifikasi

sebelum mengambil keputusan investasi, mengingat maraknya kasus investasi ilegal dengan berbagai modusnya di masyarakat.

2. Bagi perguruan tinggi, Kelompok Studi Pasar Modal (KSPM), Bursa Efek Indonesia, maupun pihak terkait lainnya diharapkan dapat terus meningkatkan edukasi pasar modal khususnya edukasi mengenai literasi informasi dan cara memilah konten finansial yang kredibel, mengingat kesadaran terhadap kualitas konten (KPK) belum terbukti berpengaruh signifikan pada penelitian ini.
3. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi minat investasi, seperti literasi keuangan, *financial influencer*, atau *trust*. Selain itu ditemukan indikasi kolinearitas antara dimensi Frekuensi Paparan dan Kualitas Persepsian Konten (VIF sebesar 5,800), sehingga kontribusi murni masing-masing variabel sulit dibedakan secara statistic. Peneliti selanjutnya disarankan mempertimbangkan penggabungan kedua dimensi atau memperbesar ukuran sampel untuk mengurangi indikasi kolinearitas tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Abdul Rahman Abdi, dan Mashur Razak. *Pasar Modal Syariah di Indonesia (Tinjauan Teori dan Aspek Hukum)*. 1. Makassar: Penerbit Nobel Press, 2021.
- Agata, Theo Filia, dan Ridwan Nurazi. “Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan dan Modal Minimal Terhadap Minat Investasi Generasi Z Indonesia di Pasar Modal.” *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)* 8, no. 2 (2024). <https://doi.org/10.31955/mea.v8i2.4243>.
- Aji, Prasetyo Matak, Vanessa Nadhila, dan Lim Sanny. “Effect of Social Media Marketing on Instagram towards Purchase Intention: Evidence from Indonesia’s Ready-to-Drink Tea Industry.” *International Journal of Data and Network Science*, 2020, 91–104. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2020.3.002>.
- Ajzen, Icek. *The Theory of Planned Behavior*. 50, no. 2 (1991): 179–211.
- Aktuaria Universitas Negeri Surabaya. “Prabowo Reshuffle Kabinet: Purbaya Yudhi Sadewa Gantikan Sri Mulyani sebagai Mentri Keuangan.” Aktuaria, FMIPA, 9 Agustus 2025. s1-aktuaria.fmipa.unesa.ac.id.
- Al-Dhaman, Nazariyyat. *Kaidah Fikih Al-Ghunmu bil Ghurmi*. sebagaimana dibahas dalam Wahbah az-Zuhaili,. Damaskus: Dar al-Fikr, 1998.
- Amruddin, dkk. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. 1 ed. Sukoharjo: Pradina Pustaka, 2022.
- Anggiani, Luh Wina, Komang Rudi Indra Laksana, dan Wayan Ardani. “Investment in the Digital Era: The Influence of Digital Social Influence and Behavioral Finance on Generation Z’s Investment Decisions.” *Formosa Journal of Multidisciplinary Research* 4, no. 9 (September 2025): 4709–16. <https://doi.org/10.55927/fjmr.v4i9.507>.
- AR, Khorida, Eni Suharti, dan Sulhendri. “Apakah Modal Minimum dan Media Sosial Berperan dalam Keputusan Investasi Generasi Z kota Tangerang.” *JAFM (Journal of Accounting and Finance Management)* 6, no. 3 (Agustus 2025): 1603–12. <https://doi.org/10.38035/jafm.v6i3>.
- Arianti, Baiq Fitri. “The Influence of Financial Literacy, financial Behavior and Income on Investment decision.” *EAJ (Economics and Accounting Journal)* 1, no. 1 (2018): 1–10. <https://doi.org/10.32493/eaj.v1i1.y2018.p1-10>.
- Arif, Hermita, Dian Dikawati, dan Nur Azikin. “Minat Investasi Syariah Generasi Z: TPB, Perilaku Keuangan, dan Religiusitas.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 9, no. 1 (t.t.): 15–29. <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i1.6996>.

- Bencoolen Times. "Belum Selesai Perkara NC, Kini Muncul Owner Investasi Bodong Oknum Mahasiswi." *Kliping Berita*. Bengkulu, 2026. <https://bencoolentimes.com>.
- Bursa Efek Indonesia. "Galeri Investasi BEI: Komunitas Pasar Modal." Naskah Digital. Jakarta, 2024. <https://www.idx.co.id/id/produk/galeri-investasi-bei-komunitas-pasar-modal>.
- Dewi, Pratiwi. "Pengaruh Edukasi Pasar Modal Terhadap Persepsi Risiko dan Minat BBerinvestasi Masyarakat." *KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi* 12, no. 1 (Juli 2020): 75–83. <https://doi.org/10.22225/kr.12.1.1848.75-83>.
- Fama, Eugene F. "Efficient Capital Markets: A Review of Theory and Empirical Work." *The Journal of Finance* 25, no. 2 (1970): 383–417. <https://www.jstor.org/stable/2325486>.
- Farhat, Rosita. *Faktor-faktor Ysng Mempengaruhi Minat Investasi Mahasiswa di Pasar Modal: Berdasarkan Literatur Review*. 4, no. 2829 (2025).
- Ferdinand, Augusty. *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2002.
- Finnemann, Niels Ole. "Christian Fuchs: Internet and Society – Social Theory in the Information Age. London: Routledge. 2008." *MedieKultur: Journal of Media and Communication Research* 26, no. 48 (Mei 2010). <https://doi.org/10.7146/mediekultur.v26i48.2316>.
- Garson, G. David. *Partial Least Squares: Regression and Structural Equation Models*. Asheboro, NC: Statistical Associates Publishing, 2016.
- Ghozali, Imam. *Desain Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif untuk Akuntansi, Bisnis, dan Kualitatif*. Semarang: Yoga Pratama, 2021.
- Giriati, dan F. Handayani. "Analisis Pengaruh Persepsi Risiko dan Pengetahuan Investasi terhadap Minat Investasi Saham pada Mahasiswa di Kota Pontianak." *Prosiding Management Business Innovation Conference (MBIC)*, 2023, 504–15.
- Hasan, Hajar. *Pengembangan Sistem Informasi Dokumentasi Terpusat Pada STMIK Tidore Mandiri*. 1, vol. 2, no. 1 (2022). ejournal.stmik-tm.ac.id.
- Humas Polda Bengkulu. "Polda Bengkulu Proses Laporan Dugaan Investasi Bodong, Imbau Korban Lain Segera Melapor." *Kliping Media*. 15 Juni 2026. <https://polri.go.id>.
- IDX Islamic. "Sistem Online Trading Syariah (SOTS)." 2019. <https://idxislamic.idx.co.id/investor-syariah/sistem-online-trading-syariah-sots/>.

Inrawan, Ady, Hastutik Sri, Berra Tonnis, Hari Nugroho, Ester Manik, dan Sudi Indriani. *Portofolio dan Investasi*. 1 ed. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung, 2022.

Irawan, Dwi, Suyanto, dan Sri Retnaning Rahayu. *Pengaruh pemahaman Investasi, Risk Tolerance, dan Overconfidence terhadap Minat Beinvestasi di Pasar Modal dengan Kemajuan Teknologi sebagai Variabel Moderasi*. 4, no. 2 (2025).

Jaenudin, Jaenudin, dan Hadi Ahmad Sukardi. "Pengaruh Persepsi Investasi Terhadap Minat Berinvestasi Saham di Pasar Modal." *JEMPER (Jurnal Ekonomi Manajemen Perbankan)* 3, no. 2 (Agustus 2021): 125. <https://doi.org/10.32897/jemper.v3i2.743>.

Kaplan, Andreas M., dan Michael Haenlein. "Users of THE World, Unite! The Challenge and Opportunities of Social Media." *Business Horizons* 53, no. 1 (2010): 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.03>.

Kementrian Agama RI. *Qur'an Kemenag*. 2022. <https://kemenag.go.id>.

Lestari, Emi, Jane Lovita Putri, Agustina Shela, Amanda Novita Sari, dan Nanvy Jenix Dean Polii. "Pengaruh Financial Influencer dan Literassi Keuangan terhadap Keputusan Investasi Kalangan Gen Z di Indonesia." *SEIKO: Journal of Management & Business* 8, no. 2 (2025).

Lewis, Bobbi Kay. "Social Media and Strategic Communication: Attitudes and Perceptions Among College Students." *Public Relations Journal (America)* 4, no. 3 (2010).

Malkiel, Burton G. *A Random Walk Down Wall Street*. New York, London: W.W Northon Company Inc, 2015.

Masduki, Damayanti, Anita Septiani Rosana, Mohamad Pandu Ristiyono, Enjang Pera Irawan, Sri Hartati, Ratih Siti Aminah, Bulkis -, dan Fikri Fikri. *Media Sosial Dalam Ilmu Komunikasi*. Padang Pariaman: Lingkar Edukasi Indonesia, t.t.

Memarista, Gesti, dan Christina Angger Kustindarti. "Peningkatan Literasi Pasar Modal bagi Pelajar SMA Katolik Frateran Surabaya: Belajar Bersama Kelompok Studi Pasar Modal." *SEWAGATI, Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 9, no. 2 (Maret 2025): 540–52. <https://doi.org/10.12962/j26139960.v9i2.2721>.

Metodologi Penelitian Kuantitatif. t.t.

Musadad, Ahmad, Baihaqi, Khoirun Nasik, A. Mufti Khazin, dan Mochamad Syaifudin. "The Role of The Taysir Manhaji Method in The Developement of islamic Economic Law in Indonesia Through DSN-MUI Fatwas."

Journal of Islamic Laws 8, no. 1 (2025).
<https://doi.org/https://doi.org/10.23917/jisel.v8i01.7607>.

“OJK: Investor Muda Dominasi 54,25 Persen Pasar Modal Indonesia | Republika Online.” Diakses 13 Januari 2026.
<https://ekonomi.republika.co.id/berita/t0tosa370/ojk-investor-muda-dominasi-5425-persen-pasar-modal-indonesia>.

Otoritas Jasa Keuangan. “Pasar Modal Syariah.” 2024.
<https://ojk.go.id/id/kanal/syariah/tentang-syariah/pages/pasar-modal-syariah.aspx>.

Putri, Rizki Ariendra Ammellia, dan Kusuma Ratnawati. “Faktor Yang Mempengaruhi Minat Investasi Mahasiswa di Pasar Modal.” *Jurnal Management Risiko dan Keuangan* 3, no. 4 (Desember 2024): 312–19.
<https://doi.org/10.21776/jmrk.2024.03.4.01>.

Putri, Wilantika Waskito, dan Masyhuri Hamidi. “Pengaruh Literasi Keuangan, Efikasi Keuangan dan Faktor Demografi Terhadap Pengambilan Keputusan Investasi (Studi Pada Mahasiswa Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas Padang).” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen* 4, no. 1 (Februari 2019): 398–412.

Putri, Yehesi Pernanda dan Hikmah. *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Investasi Mahasiswa Pada Pasar Modal di Kota Batam*. 6, no. 3 (2024).
<https://doi.org/10.33884/scientiajournal.v6i3.8538>.

Qadir, Abdul, dan M. Ramli. *Media Sosial (Definisi, Sejarah dan Jenis-jenisnya*. 3 (2024).

Salsabila, Tyas, Dwi Susilowati, dan Nurlia. *Pengaruh Faktor Fundamental Mikro dan makro Terhadap Nilai Perusahaan Indeks LQ45*. 9, no. 1 (2026).
<http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB>.

Sanita, Adelia Putri. “Fenomena FOMO dan Persepsi Risiko: Dampak pada Minat Investasi Mahasiswa dengan Literasi Keuangan sebagai Moderasi.” *Jurnal Akuntansi Keuangan dan Perpajakan* 2, no. 4 (2026): 670–79.

Setiawati, Alifia Arum, dan Lintang Venusita. “Pengaruh Media Sosial, Edukasi Pasar Modal Dan Penggunaan Analisis Fundamental Terhadap Keputusan Investasi Di Pasar Modal (Studi Pada Masasiswa Investor Saham Di Surabaya).” *Jurnal Akuntansi* 5, no. 1 (2024): 1015–25.
<https://doi.org/10.46306/rev.v5i1.548>.

Shmueli, Galit, Marko Sarstedt, Joseph Franklin Hair, dan Jun-Hwa Cheah. *Predictive Model Assessment in PLS-SEM: Guidlines for Using PLSpredict*. 53, no. 11 (2019): 2322–47. <https://doi.org/10.1108/EJM-02-2019-0189>.

- Shoim, Ahmad, Fifi Endah Irawati, dan Herri Wijaya. “Efektivitas Kemudahan Akses Informasi terhadap Minat Investasi Generasi Z di Era Digital melalui Trust dan Perceived Risk.” *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial* 7, no. 2 (2026): 1830–84. <https://doi.org/1038035/jmpis.v7i2>.
- Situmorang, Parluhuttan. “IHSG Melesat 0,86% Usai Rencana Suntikan Rp200 Triliun ke Perbankan, Bank ini Diuntungkan.” *Investortrust*, 9 Agustus 2025. <https://investortrust.id/market/78627/ihsg/melesat-0-86-usai-rencana-suntikan-rp-200-triliun-ke-perbankan-bank-ini-diuntungkan>.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Penerbit Alfabeta, 2022.
- Suryani, Ainurum Dien. *Pengaruh Platform Media Sosial, Pengetahuan Investasi, Persepsi Risiko, Dan Return Terhadap Minat Generasi Z Berinvestasi Di Pasar Modal*. 13 (2024).
- Untung, Budi. *Hukum Investasi*. Jakarta: Sinar Grafika, 2010.
- Utami, Sri Endar, Agni Astungkara, Triloka Mahesti, dan Arum Febriyanti Ciptaningtias. “Gen Z Digital Investment Intentions: An Analysis of Financial Literacy, Social Media, and Privacy Issues.” *Journal of Social Commerce* 5, no. 3 (September 2025): 453–67. <https://doi.org/10.56209/jommerce.v5i3.183>.
- Vransiska, Amalia. *Pengaruh Konten Media Sosial Investasi dan Return Investasi terhadap Minat Investasi Generasi Z di Pringsewu*. t.t.
- Winkel, W. S. *Psikologi Pengajaran*. Yogyakarta: Grasindo, 2009.
- Yusuf. “Pengaruh Paparan Konten Edukasi Keuangan di Media Sosial terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi Reksa Dana Syariah.” Bag. 1. *jurnal penelitian tindakan Kelas* 3 (2025): 38–36. <https://doi.org/10.61650/jptk.v3i1.756>.

**L
A
M
P
I
R
A
N**

Lampiran 1

Berita Acara Seminar Proposal



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
Jl. Dr. A.K. Gani Kotak Pos 108 Telp. (0732) 21010-7003044 Fax (0732) 21010 Curup 39119

BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Nomor : 090 /In.34/FS.02/PP.00.9/02/2026

Pada hari ini ...Pada... Tanggal ...09... Bulan Februari... Tahun ...2026... telah dilaksanakan Seminar Proposal Skripsi atas :

Nama/ NIM : Alvinita / 22501007
Prodi / Fakultas : Ekonomi Syariah / Syari'ah & Ekonomi Islam
Judul : Pengaruh persepsi kondisi pasar saham dan media sosial terhadap minat investasi Gen Z

Dengan Petugas Seminar Proposal Skripsi sebagai berikut :

Moderator : Wulan Oktari / 22501008
Penguji I : Khairul umam khudhori, M.E.I
Penguji II : Fimawati, ME

Berdasarkan analisis kedua calon Pembimbing serta masukan audiens, maka diperoleh hasil sebagai berikut :

1. data harus dipaparkan dengan yang benar untuk melihat kondisi pasar saham
2. indikator makroekonomi terlalu banyak masukkan ke variabel Moderasi
3. masukkan teori persepsi lihat teori minat itu seperti apa
4. pada rumusan masalah diganti menjadi apakah benar, lihat apakah ada data investor Gen Z harus ada bukti
5.
6.

Dengan berbagai catatan tersebut di atas, maka judul proposal ini dinyatakan Layak / Tidak Layak untuk diteruskan dalam rangka penggarapan penelitian skripsi. Kepada saudara presenter yang proposalnya dinyatakan layak dengan berbagai catatan, wajib melakukan perbaikan berdasarkan konsultasi dengan kedua penguji paling lambat 14 hari setelah seminar ini, yaitu pada tanggal ...10... bulan Februari... tahun ...2026..., apabila sampai pada tanggal tersebut saudara tidak dapat menyelesaikan perbaikan, maka hak saudara atas judul proposal dinyatakan gugur.

Demikian agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Curup, 09 Februari 2026

Moderator

Wulan Oktari

Penguji I

Khairul umam khudhori, M.E.I
NIP. 19800325.201001.1.001

Penguji II

Fimawati, M.E
NIP. 19820329.202521.2.008

NB :

Hasil berita acara yang sudah ditandatangani oleh kedua penguji silahkan difotocopy sebagai arsip peserta dan yang asli diserahkan ke Fakultas Syari'ah & Ekonomi Islam / Pengawas untuk penerbitan SK Pembimbing Skripsi dengan melampirkan perbaikan skripsi BAB I yang sudah disetujui / ACC oleh kedua penguji.

Lampiran 2

SK Pembimbing


IAIN CURUP
SURAT KEPUTUSAN
DEKAN FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
Nomor : 73 Tahun 2026

Tentang
PENUNJUKAN PEMBIMBING I DAN PEMBIMBING II
PENULISAN SKRIPSI

DEKAN FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP

Menimbang : 1. bahwa untuk kelancaran penulisan skripsi mahasiswa perlu ditunjuk Dosen Pembimbing I dan II yang bertanggung jawab dalam penyelesaian penulisan yang dimaksud;
2. bahwa saudara yang namanya tercantum dalam Surat Keputusan ini dipandang cakap dan mampu serta memenuhi syarat untuk diserahi tugas tersebut.

Mengingat : 1. Undang-undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
3. Undang-undang Nomor 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen;
4. Peraturan pemerintah Nomor 19 Tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan;
5. Peraturan pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
6. Peraturan Presiden Nomor 24 Tahun 2018 tentang IAIN Curup;
7. Keputusan Menteri Agama RI Nomor: B.II/3/2022, tanggal 18 April 2022 tentang Pengangkatan Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup Periode 2022-2026;
8. Surat Keputusan Rektor IAIN Curup Atas nama Menteri Agama RI Nomor : 0699/In.34/R/KP.07.6/09/2023 tentang Penetapan Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.

MEMUTUSKAN

Menetapkan : Menunjuk saudara:
Pertama : 1. Khairul Umam Khudhori, M.E.I NIP. 19900725 201801 1 001
2. Fitmawati, M.E. NIP. 19890324202521 2 008

Dosen Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup masing-masing sebagai Pembimbing I dan Pembimbing II dalam penulisan skripsi mahasiswa:

NAMA : Alvionita
NIM : 22681007
PRODI/FAKULTAS : Ekonomi Syari'ah (ES)/Syari'ah dan Ekonomi Islam
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Kondisi Pasar Saham dan Media Sosial terhadap Minat Investasi Generasi Z

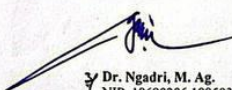
Kedua : Kepada yang bersangkutan diberi honorarium sesuai dengan peraturan yang berlaku;
Ketiga : Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan dan berakhir setelah skripsi tersebut dinyatakan sah oleh IAIN Curup atau masa bimbingan telah mencapai satu tahun sejak SK ini ditetapkan;

Keempat : Ujian skripsi dilakukan setelah melaksanakan proses bimbingan minimal tiga bulan semenjak SK ini ditetapkan

Kelima : Segala sesuatu akan diubah sebagaimana mestinya apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan dan kesalahan.

Keenam : Surat Keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk diketahui dan dilaksanakan.

Ditetapkan di : CURUP
Pada tanggal : 19 Februari 2026
Dekan,


Dr. Ngadri, M. Ag.
NIP. 19690206 199503 1 001

Tembusan :

1. Pembimbing I dan II
2. Bendahara IAIN Curup
3. Kabag ADK IAIN Curup
4. Kopia Peringatan IAIN Curup
5. Yang bersangkutan
6. Arsip

Lampiran 3

SK Penelitian



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM

Jl. Dr. A.K. Gani Kotak Pos 108 Telp. (0732) 21010-7003044 Fax (0732) 21010 Curup 39119
Website/facebook: Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Curup Email: fakultas.sei@iaincurup.ac.id

Nomor : 302/In.34/FS/PP.00.9/06/2026
Lamp : Proposal dan Instrumen
Hal : Rekomendasi Izin Penelitian

24 Juni 2026

Kepada Yth,

1. Kepala GI Syariah UINFAS Bengkulu
2. Kepala GI Syariah IAIN Curup
3. Kepala GI BEI STIA Bengkulu
4. Kepala GI BEI Universitas Dehasen Bengkulu

Di-

Tempat

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dalam rangka penyusunan skripsi strata satu (S1) pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.

Nama : Alvionita
NIM : 22681007
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Syari'ah dan Ekonomi Islam
Judul Skripsi : Pengaruh Kondisi Pasar Saham dan Media Sosial Terhadap Minat Investasi Generasi Z
Waktu Penelitian : 24 Juni 2026 Sampai Dengan 24 September 2026
Tempat Penelitian : 1. GI Syariah UINFAS Bengkulu
2. GI Syariah IAIN Curup
3. GI BEI STIA Bengkulu
4. GI BEI Universitas Dehasen Bengkulu

Mohon kiranya, Bapak/Ibu berkenan memberikan izin penelitian kepada mahasiswa yang bersangkutan.

Demikian surat rekomendasi izin penelitian ini kami sampaikan, atas kerjasama dan izinnya diucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.



Rekan
Dedyabrur Syah, S.Pd.I, S.I.Pi. M.Hi
NIP. 19800818 200212 1 003

Lampiran 4

Surat Keterangan Selesai Penelitian



**GALERI INVESTASI SYARIAH
BURSA EFEK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
CURUP**
*Jl. Dr. AK Gani No. 01, Curup, Dusun Curup, Curup Utara,
Kabupaten Rejang Lebong, Bengkulu 39119*



SURAT KETERANGAN
Nomor: 002/GISBEI/VII/2026

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Andriko, M.E.Sy

Jabatan : Direktur Galeri Investasi Syariah Institut Agama Islam Negeri Curup

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Alvionita

NIM : 22681007

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Syariah dan Ekonomi Islam

Yang bersangkutan adalah benar telah menyelesaikan pelaksanaan penelitian Skripsi di Galeri Investasi Syariah Institut Agama Islam Negeri Curup. Adapun judul skripsi yang bersangkutan berjudul "Pengaruh Kondisi Pasar Saham dan Media Sosial terhadap Minat Investasi Generasi Z".

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya..

Curup, 9 Juli 2026
Direktur GI Syariah

Andriko, M.E.Sy
NIP. 198901012019031019



GALERI INVESTASI SYARIAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI SUKARNO BENGKULU

*Sekretariat : Jl. Raden Fatah Kelurahan Pagar Dewa,
Kecamatan Selebar, Kota Bengkulu. KodePos:38211. CP. 0822-9971-8117*



SURAT KETERANGAN

1064/Ek.00/GIS-UINFAS/VII/2026

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dr.Evan Stiawan, M.M

Jabatan : Direktur Galeri Investasi Syariah BEI UINFAS Bengkulu

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Alvionita

NIM : 22681007

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Syariah dan Ekonomi Islam

Yang bersangkutan adalah benar telah menyelesaikan pelaksanaan penelitian Skripsi di Galeri Investasi Syariah BEI UINFAS Bengkulu. Adapun judul skripsi yang bersangkutan berjudul **"Pengaruh Kondisi Pasar Saham dan Media Sosial terhadap Minat Investasi Generasi Z"**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya..

Bengkulu, 6 juli 2026

Direktur GIS BEI UINFAS Bengkulu



Dr.Evan Stiawan, M.M



GALERI INVESTASI BEI
SEKOLAH TINGGI ILMU ADMINISTRASI BENGKULU
Jalan Cimanuk KM.6,5,Kel.Padang harapan, kec. Gading cempaka, Kota Bengkulu



SURAT KETERANGAN

Nomor: 003/GIBEI-STIA/VII/2026

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ovita Charolina, SE.M.Ak
Jabatan : Direktur Galeri Investasi STIA Bengkulu

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Alvionita
NIM : 22681007
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Syariah dan Ekonomi Islam

Yang bersangkutan adalah benar telah menyelesaikan pelaksanaan penelitian Skripsi di Galeri Investasi STIA Bengkulu. Adapun judul skripsi yang bersangkutan berjudul "**Pengaruh Kondisi Pasar Saham dan Media Sosial terhadap Minat Investasi Generasi Z**".

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya..

Bengkulu, 8 juli 2026
Direktur Galeri STIA Bengkulu

Ovita Charolina

Lampiran 5

Pedoman Kuesioner

KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth,

Saudara/i

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dengan Hormat,

Dalam rangka menyelesaikan tugas akhir skripsi di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup dengan jurusan Ekonomi Syariah (S1), maka saya:

Nama : Alvionita

NIM : 22681007

Judul : Pengaruh *Perceptual Market Conditio* dan Media Sosial terhadap Minat Investasi Generasi Z

Dengan ini saya memohon kesediaan saudara/I untuk mengisi kuesioner ini guna mengumpulkan data penelitian. Peran serta saudara/I akan sangat bermanfaat bagi keberhasilan penelitian yang saya lakukan, dan kerahasiaan jawaban akan terjamin. Untuk itu saya sangat mengharapkan ketulusan dan kerelaan saudara/i untuk menjawab pernyataan pada kuesioner ini.

Atas kesediaan dan partisipasi saudara/I dalam mengisi kuesioner ini saya mengucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Peneliti

Alvionita

Identitas Responden

Nama :

Asl KSPM :

Perguruan Tinggi :

Petunjuk Pengisian Kuesioner

KUESIONER PENELITIAN

N O	VARI ABEL	INDIKATOR	SUB INDIKATOR	PERNYATAAN	1 (STS)	2 (TS)	3(N)	4(S)	5 (SS)
1	<i>Perceptual Market Condition</i>	a. Unpredictability of Stock Prices	1) Independensi Pergerakan Harga	1. Pergerakan harga saham saat ini terjadi secara acak dan tidak dipengaruhi oleh pola harga masa lalu.					
			2) Keterbatasan Analisis Teknikal	2. Saya menilai analisis teknikal saham tidak selalu dapat digunakan untuk memprediksi keuntungan investasi secara pasti.					
			1) Kecepatan Reaksi Indeks Pasar	3. Nilai Indeks harga Saham Gabungan (IHSG) langsung berubah seketika setelah rilisnya data ekonomi makro terbaru.					
		b. Stock Market Information	2) Efek Berita Domestik dan Isu Politik	4. Saya menyadari harga saham di BEI cenderung cepat merespons berita dan isu terbaru seperti kebijakan pemerintah atau <i>reshuffle</i> menteri.					
			3) Rasionalitas Fluktuasi Harga	5. Saya memperhatikan naik turunnya harga saham di bursa terjadi secara logis berdasarkan kinerja keuangan perusahaan.					
			4) Kepekaan terhadap Indikator Makro	6. Saya memperhatikan indikator makro seperti perubahan suku bunga dan inflasi sebagai faktor yang dapat memengaruhi kondisi pasar saham.					
			5) Transparansi Distribusi Informasi Bursa	7. Otoritas Bursa Efek Indonesia menyajikan data perdagangan secara terbuka dan merata kepada publik.					
			6) Kesetaraan Akses Informasi	8. Saya memiliki akses yang sama dengan investor lain terhadap informasi yang dibutuhkan untuk berinvestasi di pasar saham.					
2	Media Sosial	a. Frekuensi Paparan	1) Kerap Mengonsumsi Konten Finansial	9. Saya sering melihat unggahan video konten keuangan terkait investasi mulai dari edukasi hingga prediksi potensi keuntungan di media sosial yang saya gunakan sehari-hari.					

				10. Saya menggunakan platform Tiktok sebagai salah satu sumber informasi mengenai investasi dan isu terkini. 11. Saya menggunakan platform Instagram sebagai media sosial yang hits dan terpercaya untuk mendapatkan informasi seputar investasi maupun isu terkini. 12. Saya menggunakan platform Youtube sebagai media sosial yang hits dan terpercaya untuk mendapatkan informasi seputar investasi maupun isu terkini.					
			2) Kesengajaan Menjumpai Konten Finansial	13. Saya sengaja menggunakan fitur pencarian atau tagar di media sosial untuk mencari berita ekonomi terbaru. 14. Saya sengaja menggunakan media sosial sebagai sumber informasi seputar investasi saham. 15. Saya sengaja menggunakan fitur pencarian di media sosial untuk menemukan rekomendasi investasi saham.					
		b. Intensitas Interaksi	1) Keterlibatan Fitur Interaktif Platform	16. Saya aktif memberikan <i>like</i> pada konten finansial yang saya tonton di media sosial. 17. Saya kerap membagikan konten finansial yang saya tonton di media sosial. 18. Saya menjadikan konten finansial yang saya temukan di media sosial sebagai bahan diskusi dengan teman.					
			2) Keterlibatan dalam Komunitas Trading Digital	19. Saya aktif bergabung dalam grup diskusi investasi saham pada platform seperti Telegram yang saya temui di media sosial 20. Saya aktif tergabung dalam grup diskusi investasi saham pada platform seperti Telegram dan WhatsApp yang sumbernya resmi dibawah koordinasi IDX Bengkulu.					
		c. Kualitas Persepsian Konten	1) Kejelasan dan Kredibilitas Edukasi Konten	21. Informasi analisis teknikal maupun fundamental yang disampaikan oleh <i>financial influencer</i> di media sosial disampaikan dengan alur yang logis dan jelas. 22. Penjelasan <i>finfluencer</i> mengenai pengaruh sentimen ekonomi makro terhadap pergerakan pasar saham dapat dipahami dengan baik. 23. Pemaparan mengenai strategi alokasi aset dan mitigasi risiko investasi disajikan secara sistematis. 24. Penyajian data visual, grafik, dan indikator pasar dalam konten <i>finfluencer</i> di media sosial mudah dipahami dan terbaca dengan jelas.					
			2) Kesadaran terhadap Ancaman Distorsi Informasi	25. Saya menyadari banyaknya informasi yang bias, rumor tak berdasar, dan promosi investasi tidak berizin beredar luas di media sosial.					

				26. Saya menyadari sebagian konten yang dibagikan <i>finfluencer</i> cenderung mengeksploitasi aspek psikologis seperti FOMO demi menaikkan popularitas konten mereka. 27. Saya bersikap waspada terhadap rekomendasi saham dari <i>finfluencer</i> yang berpotensi mengandung unsur penggiringan opini.. 28. Saya selalu melakukan analisis mandiri untuk memvalidasi kembali informasi yang saya dapatkan dari media sosial.					
3	Minat Investasi			29. Saya menempatkan dana pribadi pada instrumen pasar saham di bursa efek.					
				30. Saya menyisihkan sebagian uang saku secara konsisten dalam jangka waktu tertentu (misalnya setiap hari, per-minggu, per-bulan) untuk modal investasi.					
				31. Saya mencari informasi dan analisis yang diperlukan sebelum melakukan investasi saham.					
				32. Saya telah menentukan saham emiten yang menjadi tujuan investasi					
				33. Saya telah menentukan waktu yang jelas untuk merealisasikan rencana investasi saham.					
				34. Saya akan tetap aktif berinvestasi dalam jangka panjang					
				35. Saya akan tetap berinvestasi meskipun kondisi pasar saham sedang bergejolak					

S19	Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi (STIA) Bengkulu	3	3	1	2	3	2	2	3	19
S20	Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi (STIA) Bengkulu	3	4	3	4	4	3	4	3	28
S21	Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno (UINFAS) Bengkulu	5	5	5	5	5	5	5	5	40
S22	Universitas Dehasen (UNIVED) Bengkulu	4	4	3	4	4	4	4	4	31
S23	Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno (UINFAS) Bengkulu	3	3	3	3	3	3	3	3	24
S24	Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno (UINFAS) Bengkulu	4	2	3	4	5	4	5	4	31
S25	Universitas Dehasen (UNIVED) Bengkulu	3	2	3	3	3	3	3	2	22
S26	Universitas Dehasen (UNIVED) Bengkulu	3	3	3	3	3	3	3	3	24
S27	Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup	2	2	2	2	2	2	2	2	16
S28	Universitas Dehasen (UNIVED) Bengkulu	4	3	4	5	5	4	5	4	34
S29	Universitas Dehasen (UNIVED) Bengkulu	5	5	5	5	5	5	5	5	40
S30	Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup	4	4	4	5	3	4	5	5	34
S31	Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup	2	4	2	3	3	2	2	2	20
S32	Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi (STIA) Bengkulu	3	2	3	1	2	3	2	1	17
S33	Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup	2	2	3	5	2	3	5	5	27
S34	Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup	4	4	5	4	3	4	5	3	32
S35	Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup	4	2	4	4	4	4	4	4	30
S36	Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno (UINFAS) Bengkulu	5	5	3	4	3	3	4	5	32
S37	Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi (STIA) Bengkulu	1	2	4	4	1	5	4	4	25
S38	Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi (STIA) Bengkulu	1	2	2	1	1	1	1	2	11
S39	Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi (STIA) Bengkulu	3	3	4	5	5	3	5	5	33
S40	Universitas Dehasen (UNIVED) Bengkulu	4	5	4	4	2	4	4	4	31

S41	Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno (UINFAS) Bengkulu	2	1	2	1	2	3	1	2	14
S42	Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno (UINFAS) Bengkulu	1	1	1	1	1	1	1	1	8
S43	Universitas Dehasen (UNIVED) Bengkulu	3	4	3	3	3	4	4	3	27
S44	Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno (UINFAS) Bengkulu	3	4	3	3	4	5	5	5	32
S45	Universitas Dehasen (UNIVED) Bengkulu	3	4	5	4	3	3	4	3	29
S46	Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno (UINFAS) Bengkulu	3	3	3	4	3	4	2	3	25
S47	Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno (UINFAS) Bengkulu	5	4	4	4	2	4	4	5	32
S48	Universitas Dehasen (UNIVED) Bengkulu	4	4	4	4	4	4	4	4	32
S49	Universitas Dehasen (UNIVED) Bengkulu	4	4	4	4	4	4	4	4	32
S50	Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno (UINFAS) Bengkulu	2	3	2	4	4	3	5	5	28
S51	Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno (UINFAS) Bengkulu	3	4	4	4	4	4	5	4	32
S52	Universitas Dehasen (UNIVED) Bengkulu	3	3	3	4	4	3	3	4	27
S53	Universitas Dehasen (UNIVED) Bengkulu	3	4	4	3	5	3	3	4	29
S54	Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi (STIA) Bengkulu	4	4	4	4	4	4	4	4	32
S55	Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno (UINFAS) Bengkulu	2	2	4	3	3	2	5	2	23
S56	Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno (UINFAS) Bengkulu	5	3	4	3	3	5	2	4	29
S57	Universitas Dehasen (UNIVED) Bengkulu	5	5	2	3	4	5	3	3	30
S58	Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno (UINFAS) Bengkulu	3	3	4	3	5	3	5	4	30
S59	Universitas Dehasen (UNIVED) Bengkulu	3	4	4	4	2	4	3	4	28
S60	Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno (UINFAS) Bengkulu	2	3	3	2	3	3	3	4	23
S61	Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno (UINFAS) Bengkulu	5	4	5	3	3	2	2	3	27
S62	Universitas Dehasen (UNIVED) Bengkulu	2	5	2	4	3	1	2	4	23

S63	Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno (UINFAS) Bengkulu	3	5	4	4	3	3	3	4	29
S64	Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno (UINFAS) Bengkulu	1	1	1	3	4	2	2	3	17
S65	Universitas Dehasen (UNIVED) Bengkulu	3	4	2	3	3	4	3	5	27
S66	Universitas Dehasen (UNIVED) Bengkulu	3	4	1	5	3	4	2	4	26
S67	Universitas Dehasen (UNIVED) Bengkulu	4	3	3	4	3	5	5	4	31
S68	Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup	1	3	3	3	4	3	4	2	23
S69	Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno (UINFAS) Bengkulu	3	5	3	3	4	4	4	3	29

SAMP LE	MEDIA SOSIAL (X2)																			Total	
	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	I1	I2	I3	I4	I5	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7		K8
S01	4	5	3	3	3	3	4	3	2	4	2	5	4	4	4	5	3	4	4	4	79
S02	4	4	4	3	2	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	77
S03	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	87
S04	5	4	3	3	3	5	4	5	2	4	3	4	4	4	3	5	5	4	5	5	87
S05	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	72
S06	4	5	4	4	4	4	3	4	1	4	2	4	3	4	4	4	4	3	5	5	81
S07	3	1	3	5	4	4	4	5	1	3	4	4	3	4	4	5	4	4	5	5	81
S08	5	5	4	4	4	5	4	3	3	3	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	95
S09	5	5	5	4	2	4	2	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	89
S10	2	2	2	2	3	2	4	2	2	2	3	1	2	2	2	2	3	2	3	1	48
S11	4	3	4	3	4	4	4	5	3	4	2	3	4	4	4	4	5	4	4	4	83
S12	4	1	3	4	2	5	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	76
S13	4	5	4	3	4	5	5	5	3	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	95
S14	4	5	4	4	4	5	5	3	4	4	3	3	4	4	4	4	5	4	5	5	91
S15	1	5	4	3	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	77
S16	4	3	4	2	3	4	2	3	2	3	4	4	3	3	2	4	4	4	4	4	72
S17	5	3	3	5	5	5	5	4	3	3	5	5	3	3	3	4	4	4	4	5	86
S18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	66
S19	4	4	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	61
S20	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	67
S21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	108
S22	5	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	70
S23	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	66
S24	4	3	3	3	3	5	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	77

S25	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	61
S26	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	66
S27	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	44
S28	5	5	4	4	4	5	5	5	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	89
S29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	110
S30	4	3	4	5	5	5	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	90
S31	2	2	2	4	2	2	2	2	4	2	4	4	3	3	4	4	2	3	2	2	61
S32	1	1	2	3	1	3	1	2	3	2	1	2	3	1	2	1	2	3	1	1	39
S33	5	4	5	5	3	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	3	5	96
S34	5	5	5	3	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	101
S35	4	4	4	3	2	2	2	4	2	2	2	4	3	3	3	3	4	4	4	4	69
S36	4	3	4	2	5	5	5	2	2	2	2	2	2	2	3	3	5	5	5	4	73
S37	5	5	5	5	5	5	5	5	2	4	5	5	5	5	5	5	4	2	4	5	101
S38	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	27
S39	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	80
S40	4	3	2	5	4	4	1	4	4	2	1	5	3	4	4	2	4	4	4	2	74
S41	2	1	3	1	2	1	1	1	2	1	1	2	2	2	1	1	1	2	2	2	35
S42	1	1	1	1	1	1	1	1	4	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	30
S43	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	79
S44	3	3	4	1	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	71
S45	4	4	4	4	3	5	4	5	2	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	83
S46	3	3	3	4	3	4	3	5	4	3	1	5	3	3	3	3	3	4	4	2	72
S47	4	2	4	2	4	4	3	4	3	3	2	4	2	3	3	3	4	4	4	5	74
S48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	88
S49	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	44
S50	5	5	5	5	5	5	5	3	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	88
S51	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	90
S52	5	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	71
S53	4	4	5	3	3	4	4	4	3	3	2	3	3	2	3	4	5	4	5	4	80
S54	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	88
S55	3	3	3	4	3	4	5	4	4	3	4	4	3	3	2	2	4	4	3	2	73
S56	3	4	3	5	5	2	1	3	4	2	3	5	5	3	4	1	3	4	5	3	72
S57	5	3	3	4	5	2	2	3	2	2	2	5	3	3	2	4	3	3	4	3	69
S58	3	3	4	1	2	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	62
S59	4	3	5	5	5	4	1	4	4	3	5	5	3	3	4	4	4	5	3	2	82
S60	3	2	2	4	4	4	4	5	3	3	4	5	3	3	3	4	3	4	3	4	76
S61	3	2	5	3	3	4	4	3	2	4	3	3	5	5	3	4	3	3	3	3	77
S62	2	3	5	5	3	3	4	4	3	4	1	5	3	4	4	2	4	4	3	3	75
S63	1	1	3	4	2	3	3	5	4	4	2	5	3	4	4	4	4	3	3	3	72
S64	3	3	3	2	3	3	4	3	4	4	3	5	4	5	4	4	4	4	3	3	79
S65	3	3	4	4	4	3	5	3	3	4	1	5	3	3	4	4	2	2	4	4	73
S66	5	3	3	4	5	3	3	4	4	2	2	4	3	3	3	5	5	3	4	2	77

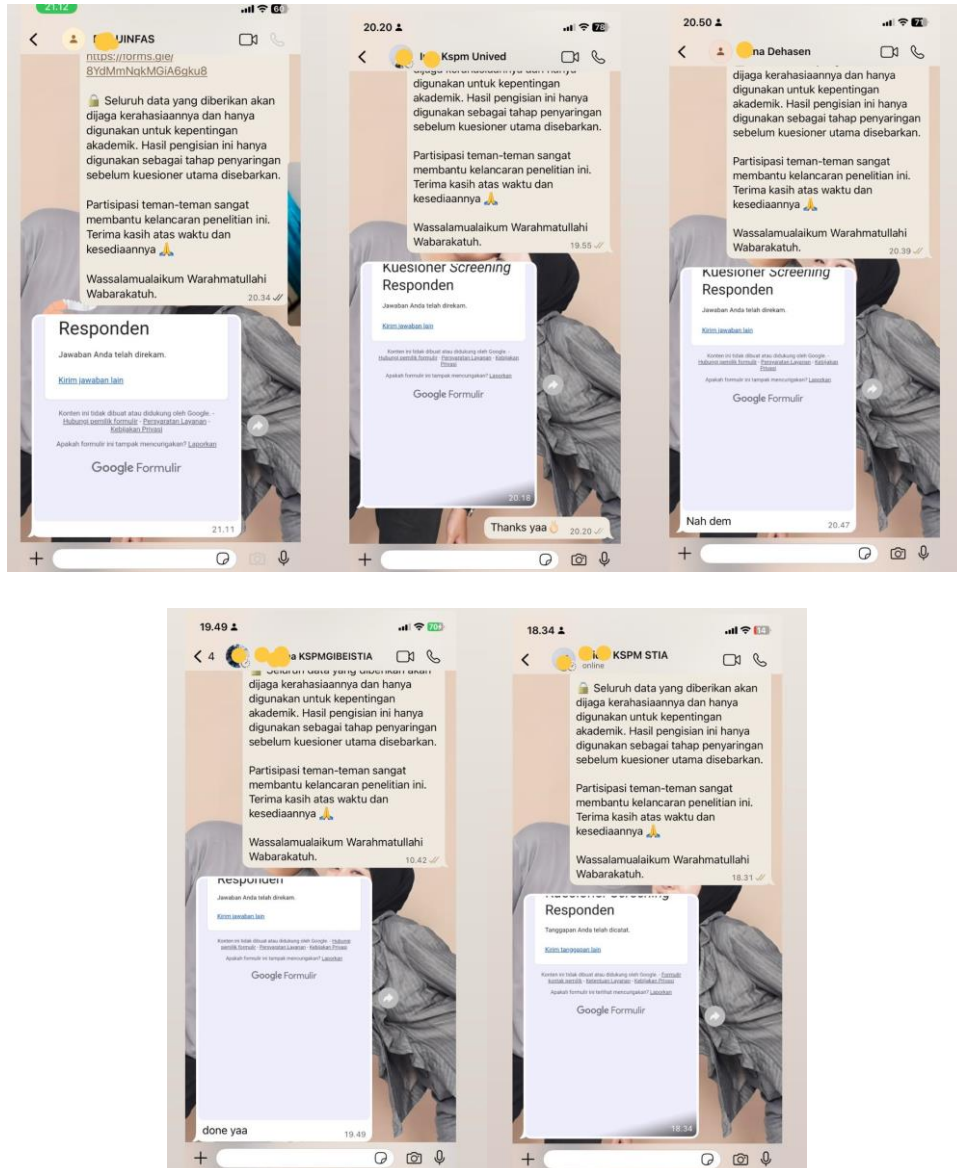
S67	5	3	3	5	3	3	1	3	3	3	5	5	3	3	3	4	2	3	3	3	71
S68	5	3	3	5	4	3	3	4	3	4	3	5	3	3	4	4	3	4	3	5	81
S69	2	1	3	5	5	3	3	3	3	4	3	5	3	3	3	4	5	5	3	3	77

SAMPLE	MINAT INVESTASI (Y)							Total
	MI1	MI2	MI3	MI4	MI5	MI6	MI7	
S01	5	4	5	4	4	3	2	27
S02	3	3	4	2	3	3	3	21
S03	4	3	4	4	3	3	3	24
S04	5	5	5	4	3	5	3	30
S05	5	5	5	5	5	5	3	33
S06	5	4	5	5	4	5	3	31
S07	4	4	5	5	4	4	3	29
S08	5	5	5	5	5	5	3	33
S09	5	5	5	5	5	5	5	35
S10	1	1	1	1	1	5	1	11
S11	4	3	4	4	4	4	3	26
S12	3	5	4	3	3	3	2	23
S13	5	3	4	4	4	4	3	27
S14	4	3	5	4	5	4	4	29
S15	3	5	5	4	3	5	5	30
S16	3	2	3	3	3	2	2	18
S17	5	3	5	5	5	5	5	33
S18	3	3	3	3	3	3	3	21
S19	3	3	2	2	3	3	3	19
S20	3	3	3	3	3	3	3	21
S21	5	5	5	5	5	5	5	35
S22	3	3	3	3	3	3	3	21
S23	3	3	3	3	3	3	3	21
S24	4	4	5	4	3	3	4	27
S25	2	3	2	3	3	3	3	19
S26	3	3	3	3	3	3	3	21
S27	2	2	2	2	2	2	2	14
S28	4	4	5	4	4	5	3	29
S29	5	5	5	5	5	5	5	35
S30	5	4	5	5	4	5	4	32
S31	2	2	2	2	2	2	3	15
S32	2	3	1	4	1	1	2	14
S33	5	5	5	3	5	5	3	31
S34	4	3	4	3	4	5	3	26

S35	4	2	4	4	4	4	4	26
S36	4	4	4	4	4	3	4	27
S37	4	4	4	4	4	4	5	29
S38	1	1	2	1	1	1	1	8
S39	4	4	4	4	4	4	4	28
S40	5	2	3	3	4	3	2	22
S41	1	3	2	2	1	2	2	13
S42	1	3	1	1	1	1	1	9
S43	4	3	4	4	3	4	3	25
S44	4	3	5	5	3	3	3	26
S45	4	4	4	4	4	4	3	27
S46	4	3	3	3	4	4	3	24
S47	4	4	4	5	4	5	5	31
S48	4	4	4	4	4	4	4	28
S49	3	3	3	3	3	3	3	21
S50	4	5	5	5	5	5	5	34
S51	3	3	4	3	4	4	4	25
S52	3	3	4	3	3	3	3	22
S53	3	4	4	4	4	4	4	27
S54	4	4	4	4	5	5	4	30
S55	4	4	4	3	5	5	2	27
S56	3	4	5	3	3	4	5	27
S57	3	3	4	4	3	5	3	25
S58	4	3	2	3	5	4	3	24
S59	3	2	4	3	4	4	2	22
S60	5	4	4	3	3	3	5	27
S61	2	4	3	3	2	4	4	22
S62	3	5	4	5	3	3	3	26
S63	3	4	2	2	2	2	3	18
S64	3	5	5	4	4	4	4	29
S65	3	2	4	4	4	4	3	24
S66	3	5	4	3	3	4	3	25
S67	4	3	3	3	5	5	5	28
S68	4	2	4	3	3	4	3	23
S69	4	4	4	4	3	3	3	25

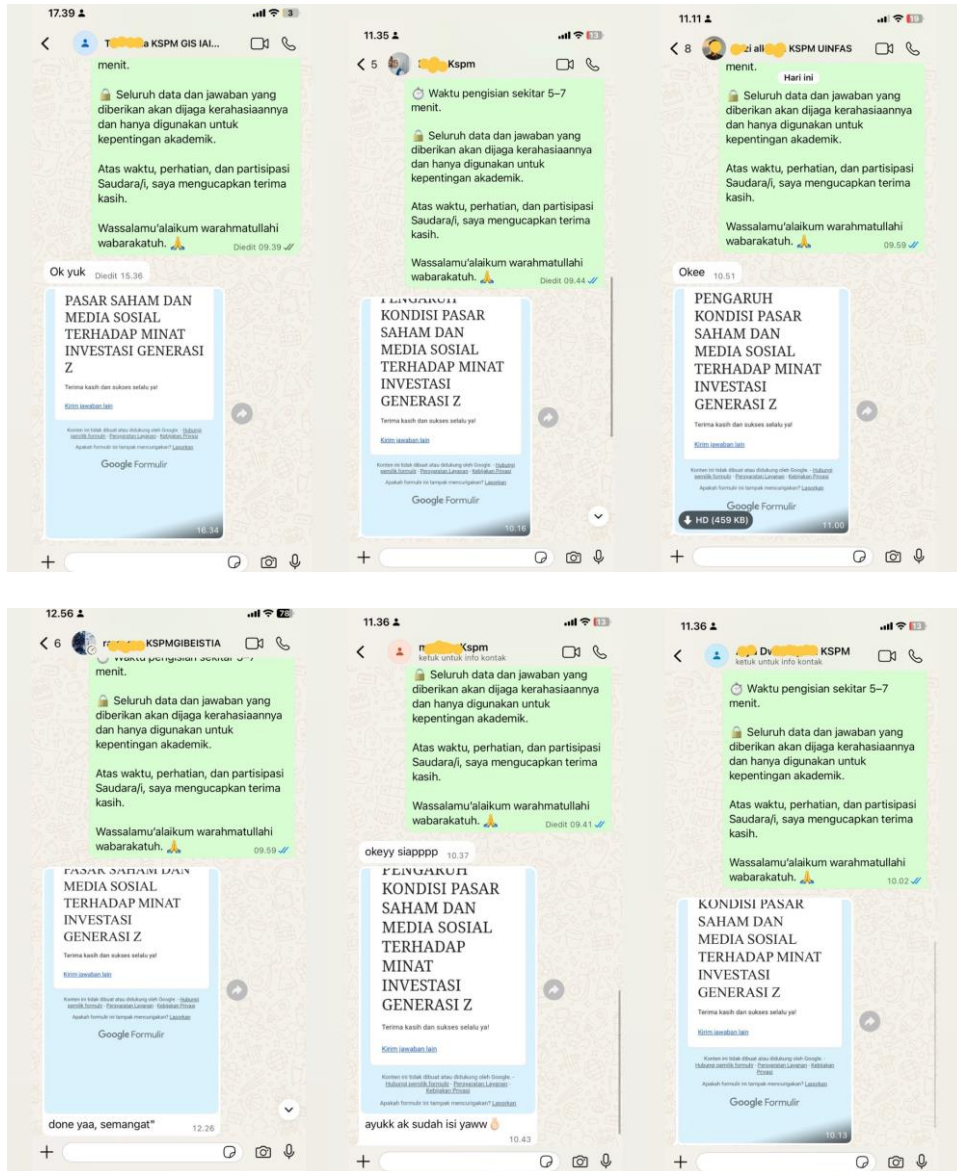
Lampiran 7

Bukti Penyebaran Kuesioner Screening



Lampiran 8

Bukti Penyebaran Kuesioner Penelitian



Lampiran 9

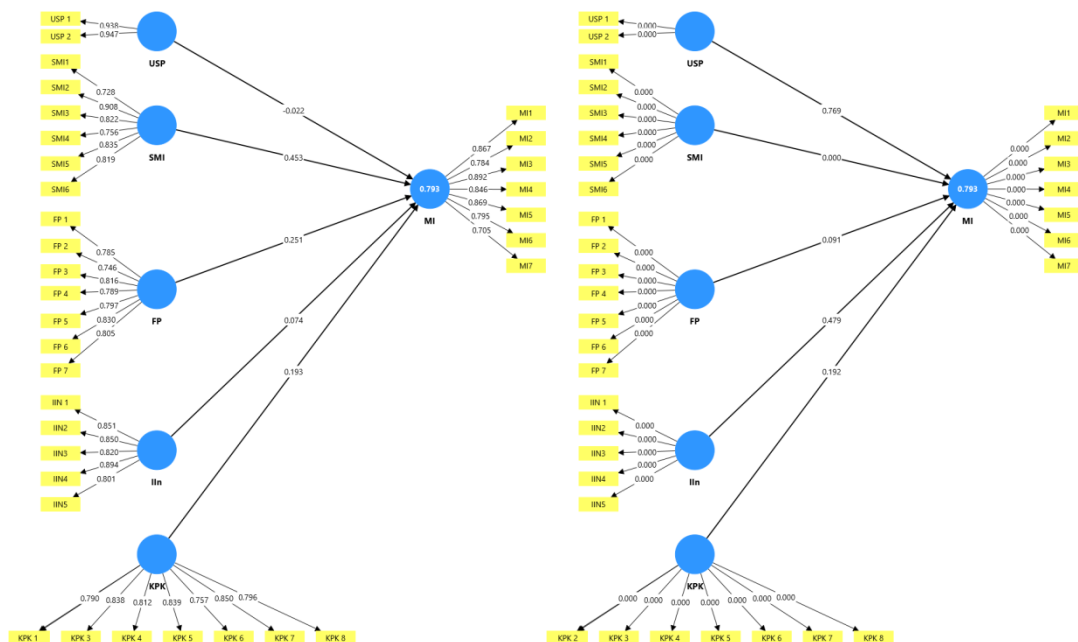
Hasil Uji SEM-PLS

N a m e	N o .	T y p e	Mis sin gs	M e a n	Me dia n	S c a l e m in	S c a l e m a x	Obs erv ed min	Obs erv ed ma x	Sta nda rd dev ia ti on	Ex ces s ku rto sis	Ske wne ss	Cr am ér- von Mis es p val ue
U S P 1	1	M E T	0	3. 39 1	3.0 00	1. 0 0 0	5. 0 0 0	1.00 0	5.00 0	1.1 06	- 0.4 57	- 0.17 8	0.0 00
U S P 2	2	M E T	0	3. 04 3	3.0 00	1. 0 0 0	5. 0 0 0	1.00 0	5.00 0	0.8 92	0.3 20	- 0.21 2	0.0 00
S M I1	3	M E T	0	3. 43 5	4.0 00	1. 0 0 0	5. 0 0 0	1.00 0	5.00 0	1.1 23	- 0.3 39	- 0.49 3	0.0 00
S M I2	4	M E T	0	3. 68 1	4.0 00	1. 0 0 0	5. 0 0 0	1.00 0	5.00 0	1.0 70	0.3 30	- 0.77 7	0.0 00
S M I3	5	M E T	0	3. 29 0	3.0 00	1. 0 0 0	5. 0 0 0	1.00 0	5.00 0	0.7 63	0.4 76	- 0.15 5	0.0 00
S M I4	6	M E T	0	3. 53 6	4.0 00	1. 0 0 0	5. 0 0 0	1.00 0	5.00 0	1.0 71	- 0.0 37	- 0.56 7	0.0 00
S M I5	7	M E T	0	3. 66 7	4.0 00	1. 0 0 0	5. 0 0 0	1.00 0	5.00 0	1.1 88	- 0.7 40	- 0.54 0	0.0 00

S M I6	8	M E T	0	3. 71 0	4.0 00	1. 0 0 0	5. 0 0 0	1.00 0	5.00 0	1.0 65	- 0.3 39	- 0.56 9	0.0 00
F P 1	9	M E T	0	3. 50 7	4.0 00	1. 0 0 0	5. 0 0 0	1.00 0	5.00 0	0.8 45	0.9 42	- 0.76 0	0.0 00
F P 2	1 0	M E T	0	3. 50 7	3.0 00	1. 0 0 0	5. 0 0 0	1.00 0	5.00 0	0.9 42	- 0.3 95	- 0.12 8	0.0 00
F P 3	1 1	M E T	0	3. 50 7	3.0 00	1. 0 0 0	5. 0 0 0	1.00 0	5.00 0	0.9 42	- 0.3 95	- 0.12 8	0.0 00
F P 4	1 2	M E T	0	3. 52 2	4.0 00	1. 0 0 0	5. 0 0 0	1.00 0	5.00 0	0.9 11	0.3 57	- 0.41 9	0.0 00
F P 5	1 3	M E T	0	3. 40 6	3.0 00	1. 0 0 0	5. 0 0 0	1.00 0	5.00 0	0.9 97	- 0.0 50	- 0.27 1	0.0 00
F P 6	1 4	M E T	0	3. 58 0	4.0 00	1. 0 0 0	5. 0 0 0	1.00 0	5.00 0	1.1 09	- 0.5 05	- 0.40 2	0.0 00
F P 7	1 5	M E T	0	3. 47 8	4.0 00	1. 0 0 0	5. 0 0 0	1.00 0	5.00 0	1.1 99	- 0.3 41	- 0.64 4	0.0 00
I N 1	1 6	M E T	0	3. 60 9	4.0 00	1. 0 0 0	5. 0 0 0	1.00 0	5.00 0	1.0 66	- 0.2 08	- 0.47 4	0.0 00
I N 2	1 7	M E T	0	3. 30 4	3.0 00	2. 0 0 0	5. 0 0 0	2.00 0	5.00 0	0.7 48	- 0.0 75	0.27 6	0.0 00
I N 3	1 8	M E T	0	3. 36 2	4.0 00	1. 0 0 0	5. 0 0 0	1.00 0	5.00 0	1.0 21	- 0.4 07	- 0.45 2	0.0 00

И N 4	1 9	М Е Т	0	3. 37 7	4.0 00	1. 0 0 0	5. 0 0 0	1.00 0	5.00 0	0.9 03	0.4 80	- 0.71 0	0.0 00
И N 5	2 0	М Е Т	0	3. 73 9	4.0 00	1. 0 0 0	5. 0 0 0	1.00 0	5.00 0	1.1 12	- 0.3 14	- 0.56 1	0.0 00
К Р К 1	2 1	М Е Т	0	3. 27 5	3.0 00	1. 0 0 0	5. 0 0 0	1.00 0	5.00 0	0.8 66	0.4 76	- 0.02 7	0.0 00
К Р К 2	2 2	М Е Т	0	3. 36 2	3.0 00	1. 0 0 0	5. 0 0 0	1.00 0	5.00 0	0.9 16	0.0 60	- 0.21 7	0.0 00
К Р К 3	2 3	М Е Т	0	3. 36 2	3.0 00	1. 0 0 0	5. 0 0 0	1.00 0	5.00 0	0.8 68	0.2 73	- 0.51 6	0.0 00
К Р К 4	2 4	М Е Т	0	3. 47 8	4.0 00	1. 0 0 0	5. 0 0 0	1.00 0	5.00 0	1.0 58	0.2 11	- 0.76 8	0.0 00
К Р К 5	2 5	М Е Т	0	3. 53 6	4.0 00	1. 0 0 0	5. 0 0 0	1.00 0	5.00 0	1.0 30	- 0.0 56	- 0.58 8	0.0 00
К Р К 6	2 6	М Е Т	0	3. 49 3	4.0 00	1. 0 0 0	5. 0 0 0	1.00 0	5.00 0	0.9 27	0.1 72	- 0.59 3	0.0 00
К Р К 7	2 7	М Е Т	0	3. 60 9	4.0 00	1. 0 0 0	5. 0 0 0	1.00 0	5.00 0	1.0 52	- 0.1 02	- 0.52 3	0.0 00
К Р К 9	2 8	М Е Т	0	3. 44 9	3.0 00	1. 0 0 0	5. 0 0 0	1.00 0	5.00 0	1.1 61	- 0.7 10	- 0.27 1	0.0 00
М И	2 9	М Е Т	0	3. 56 5	4.0 00	1. 0 0 0	5. 0 0 0	1.00 0	5.00 0	1.0 70	0.0 28	- 0.57 3	0.0 00

M I2	3 0	M E T	0	3. 50 7	3.0 00	1. 0 0 0	5. 0 0 0	1.00 0	5.00 0	0.9 11	0.3 23	- 0.25 7	0.0 00
M I3	3 1	M E T	0	3. 76 8	4.0 00	1. 0 0 0	5. 0 0 0	1.00 0	5.00 0	1.1 18	- 0.1 02	- 0.79 6	0.0 00
M I4	3 2	M E T	0	3. 53 6	4.0 00	1. 0 0 0	5. 0 0 0	1.00 0	5.00 0	1.0 30	- 0.0 80	- 0.42 5	0.0 00
M I5	3 3	M E T	0	3. 49 3	4.0 00	1. 0 0 0	5. 0 0 0	1.00 0	5.00 0	1.0 85	0.0 47	- 0.53 8	0.0 00
M I6	3 4	M E T	0	3. 72 5	4.0 00	1. 0 0 0	5. 0 0 0	1.00 0	5.00 0	1.0 89	- 0.1 59	- 0.59 7	0.0 00
M I7	3 5	M E T	0	3. 27 5	3.0 00	1. 0 0 0	5. 0 0 0	1.00 0	5.00 0	1.0 20	- 0.1 80	0.08 8	0.0 00



Construct Reliability dan Validity

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
FP	0.903	0.905	0.924	0.633
IIn	0.898	0.899	0.925	0.712
KPK	0.928	0.929	0.940	0.664
MI	0.921	0.929	0.937	0.680
SMI	0.897	0.904	0.921	0.662
USP	0.874	0.878	0.941	0.888

Discriminant Validity-Fornell Larcker

	FP	IIn	KPK	MI	SMI	USP
FP	0.796					
IIn	0.780	0.844				
KPK	0.878	0.798	0.815			
MI	0.829	0.731	0.826	0.825		
SMI	0.798	0.697	0.806	0.846	0.813	
USP	0.492	0.392	0.541	0.531	0.655	0.942

HTMT

	Heterotrait-monotrait ratio (HTMT)
IIn <-> FP	0.864
KPK <-> FP	0.958
KPK <-> IIn	0.878
MI <-> FP	0.907
MI <-> IIn	0.798
MI <-> KPK	0.886
SMI <-> FP	0.880
SMI <-> IIn	0.778
SMI <-> KPK	0.879
SMI <-> MI	0.918
USP <-> FP	0.551
USP <-> IIn	0.442
USP <-> KPK	0.593
USP <-> MI	0.596
USP <-> SMI	0.751

Collinearity Statistic (VIF)

	FP	IIn	KPK	MI	SMI	USP
FP				5.194		
IIn				3.052		
KPK				5.800		
MI						
SMI				4.052		
USP				1.811		

	VIF
FP 1	2.204
FP 2	1.960
FP 3	2.743
FP 4	2.723
FP 5	2.416
FP 6	2.594
FP 7	2.835
IIN 1	2.562
IIN2	2.656
IIN3	2.789
IIN4	3.714
IIN5	2.256
KPK 1	2.964
KPK 2	3.969
KPK 3	3.228
KPK 4	2.592
KPK 5	3.889
KPK 6	2.711
KPK 7	3.443
KPK 8	2.556
MI1	3.665
MI2	2.258
MI3	3.916
MI4	2.882
MI5	3.812
MI6	2.424
MI7	1.715
SMI1	1.968
SMI2	4.311
SMI3	2.734
SMI4	1.851
SMI5	2.410
SMI6	2.523
USP 1	2.515

USP 2	2.515
-------	-------

Bootstrapping

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
FP -> MI	0.251	0.245	0.148	1.691	0.045
IIn -> MI	0.074	0.078	0.105	0.708	0.239
KPK -> MI	0.193	0.192	0.148	1.305	0.096
SMI -> MI	0.453	0.452	0.125	3.619	0.000
USP -> MI	-0.022	-0.016	0.076	0.293	0.385

R-Square

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
MI	0.793	0.808	0.051	15.509	0.000

F-Square

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
FP -> MI	0.059	0.089	0.091	0.642	0.260
IIn -> MI	0.009	0.028	0.041	0.214	0.415
KPK -> MI	0.031	0.051	0.057	0.547	0.292
SMI -> MI	0.245	0.288	0.180	1.361	0.087
USP -> MI	0.001	0.017	0.024	0.056	0.478

PLSpredict

	Q²pre dict	PLS- SEM_R MSE	PLS- SEM_M AE	LM_R MSE	LM_M AE	IA_R MSE	IA_M AE
MI 1	0.661	0.635	0.511	0.699	0.546	1.090	0.900
MI 2	0.396	0.721	0.585	1.094	0.832	0.928	0.774
MI 3	0.637	0.687	0.547	0.991	0.753	1.139	0.913
MI 4	0.481	0.756	0.580	1.101	0.848	1.049	0.875
MI 5	0.627	0.676	0.526	0.965	0.738	1.107	0.907
MI 6	0.404	0.856	0.666	1.157	0.888	1.109	0.922
MI 7	0.306	0.868	0.680	1.301	0.979	1.042	0.818