

PENGARUH IKLAN INVESTASI APLIKASI *PROFIT ANYWHERE* DAN PENGETAHUAN TERHADAP MINAT MAHASISWA UNTUK MEMBUKA AKUN INVESTASI DI PASAR MODAL SYARIAH

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana (S.1)
Dalam Ilmu Ekonomi Syariah



OLEH:

GELONG PERMADI

NIM: 19681015

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP**

IAIN CURUP

2023

Hal: Pengajuan skripsi

Kepada
Yth. Rektor IAIN Curup
di

Curup

Assalamualaikum Wr.Wb.

Setelah mengadakan pemeriksaan dan perbaikan seperlunya maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara **GELONG PERMADI** mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah yang berjudul: **“Pengaruh Iklan Investasi, Aplikasi Profit Anywhere dan Pengetahuan Terhadap Minat Mahasiswa untuk Membuka Akun Investasi di Pasar Modal Syariah”**, sudah dapat diajukan dalam sidang Munaqasyah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, Institut Agama Islam Negeri Curup.

Demikian permohonan ini kami ajukan. Terima Kasih.

Wassalammualaikum Wr.Wb.

Curup, Juli 2023

Pembimbing I



Rika Widianiata, M.E
NIP. 198504082019032011

Pembimbing II



Mega Ilhamiati, M.A
NIP. 198510242019032007

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Gelong Permadi
NIM : 19681015
Fakultas : Syariah dan Ekonomi Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan peneliti 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, peneliti bersedia menerima hukuman atau sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya, semoga dapat dipergunakan seperlunya.

Curup, Juli 2023

Peneliti,



Gelong Permadi
Gelong Permadi
NIM. 19681015



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN CURUP)
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM**

Jl. Dr. AK Gani NO. 01 Kotak Pos 108 Telp. (0732) 21010-21759 Fax 21010 kodepos 39119
Website/facebook: FakultasSyariahdanEkonomi Islam IAIN Curup. Email: fakultassyariah&ekonomiislam@gmail.com

PENGESAHAN SKRIPSI MAHASISWA

Nomor : 229 /In.34/FS/PP.00.9/08/2023

Nama : **Gelong Permadi**
Nim : **19681015**
Fakultas : **Syariah dan Ekonomi Islam**
Prodi : **Ekonomi Syariah**
Judul : **Pengaruh Iklan Investasi, Aplikasi Profit Anywhere dan Pengetahuan Terhadap Minat Mahasiswa Untuk Membuka Akun Investasi di Pasar Modal Syariah**

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

Hari/ Tanggal : **Rabu, 26 Juli 2023**
Pukul : **08:00-09:30 WIB.**
Tempat : **Ruang 2 Gedung Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Curup**

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

Ketua

Musda Asmara, M.A
NIP. 19870910 201903 2014

Sekretaris

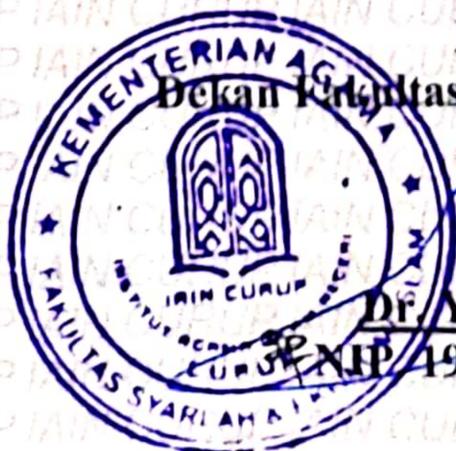
Pefrivadi, S.E., M.M
NIP. 19870201 202012 1 003

Penguji I,

Khairul Umam Khudhori, M.E.I
NIP. 19900725 201801 1 001

Penguji II,

Andriko, ME.Sy
NIP. 19890101 201903 1 019



Mengesahkan
Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam

Dr. Yusufri, M. Ag.
NIP. 19700202 199803 1 007

KATA PENGANTAR



Subhanallah walhamdu lillah wa Laailaaha illallah wallahu Akbar. Puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat dan salam semoga tercurah untuk Nabi besar Muhammad SAW, karena berkat beliau hingga saat ini kita berada di zaman yang penuh dengan ilmu pengetahuan.

Adapun skripsi ini berjudul **“Pengaruh Iklan Investasi Aplikasi Profit Anywhere dan Pengetahuan Terhadap Minat Mahasiswa untuk Membuka Akun Investasi di Pasar Modal Syariah”** yang disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan studi tingkat Sarjana (S.1) pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Program Studi Ekonomi Syariah.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa tanpa ada dorongan dan bantuan berbagai pihak, maka tidak mungkin terselesainya skripsi ini sehingga skripsi ini bukan semata-mata hasil usaha peneliti sendiri. Untuk itu dalam kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang memberikan sumbangsih dalam menyelesaikan skripsi ini terutama kepada:

1. Prof. Dr. Idi Warsah, M.Pd.I selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.
2. Orang tuaku bapak tercinta Prabono dan ibu tersayang Samiati beserta saudara-saudariku yang memberikan dukungan, semangat serta doa dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Dr. Yusefri M.Ag selaku Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam.
4. Mabrusyah, S.Pd.I, S.IPI, M.H.I selaku Wakil Dekan II Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam.
5. Mega Ilhamiwati, M.A selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah
6. Dr.Muhammad Istan, S.E.,M.Pd.,M.M selaku penasihat akademik yang selalu bersedia memberikan nasehatnya khususnya dalam proses akademik peneliti.
7. Rika Widianita, M.E dan Mega Ilhamiwati, M.A selaku Dosen Pembimbing I dan II, yang telah membimbing serta mengarahkan peneliti, terima kasih atas dukungan, doa, waktu, dan motivasi sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Kepala Perpustakaan IAIN Curup beserta seluruh karyawan, yang telah mengarahkan dan memberi kemudahan, arahan kepada peneliti dalam memperoleh referensi dan data-data dalam penyusunan skripsi ini.
9. Seluruh Dosen Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam dan Karyawan IAIN Curup yang telah memberikan petunjuk dan bimbingan kepada peneliti selama berada di bangku kuliah.

10. Terima kasih kepada Mahasiswa Ekonomi Syariah yang telah banyak membantu dan meluangkan waktu untuk memberikan informasi, data, yang peneliti butuhkan dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Teman-teman seperjuangan Prodi Ekonomi Syariah angkatan 2019
12. Semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu.
13. Terimakasih kepada para sahabat-sahabat yang telah memberi motivasi dan arahan.

Peneliti mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun terutama dari para pembaca dan dari dosen pembimbing. Mungkin dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat kesalahan dan kekurangan. Atas kritik dan saran dari pembaca dan dosen pembimbing, Peneliti mengucapkan terima kasih dan semoga dapat menjadi pembelajaran pada pembuatan karya-karya lainnya dimasa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah pengetahuan bagi peneliti dan pembaca. *Aamiin Ya Robbal'Alamin.*

Curup, Juli 2023

Peneliti

Gelong Permadi
NIM:19681015

MOTTO

**“Kepada ALLAH beribadah, Sesama hamba ALLAH berkhidmah dan
Untuk kalimat ALLAH bemujahadah”**

~ DR(HC) KHS. Syaiful Hadi Ma’afi, BA ~

**“Sebuah perjuangan tidak akan mengkhianati hasil apabila diiringi dengan
ikhtiar dan do’a, akan dirasakan suatu nikmat itu ketika sudah tepat
waktunya, maka jangan pernah mengeluh dan putus asa atas apa yang Allah
tetapkan kepada kita, tetap istiqamah dan meminta pertolongan hanya
kepada Allah”**

~ Gelong Permadi ~

PERSEMBAHAN

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih dan Penyayang ku persembahkan karya ini dengan penuh Rahmat-Nya serta penuh rasa Syukur kepada orang-orang terkasih yang selalu ada dan mendukungku dalam keadaan apapun.

1. Kepada kedua orang tua Ayahanda Prabono dan Ibu Samiati yang selalu memberikan semangat dalam setiap hariku, mencukupi semua kebutuhanku selalu berjuang hanya untuk membuat anakmu ini agar menjadi manusia dengan berpendidikan yang baik, engkau ajarkanku untuk tidak menyerah baik suka dan duka. Terimakasih Ayah dan Ibu yang paling aku sayang tak kenal lelah berkorban apapun hanya untukku, memberikan doa dan rasa bahagia tersendiri sehingga aku bisa menyelesaikan pendidikan ini.
2. Untuk Ayuk Lina Ismawati, kakak ipar Sariman, serta adek Pandu Setiawan terimakasih telah memberi nasehat dan sabar menghadapi Gelong Permadi ini sehingga bisa menjadi pribadi yang seperti saat ini.

Pengaruh Iklan Investasi, Aplikasi Investasi dan Pengetahuan Terhadap Minat Mahasiswa untuk Membuka Akun Investasi di Pasar Modal Syariah

ABSTRAK

Iklan investasi merupakan salah satu strategi dalam mempromosikan produknya seperti halnya sosialisasi dari sekuritas dan pihak Bursa Efek Indonesia Perwakilan Bengkulu. Aplikasi investasi yang berkembang pesat membuat investor lebih mudah dan cepat untuk melakukan transaksi investasi. Sumber pengetahuan yang tersebar luas dari internet atau pelatihan seminar seperti kegiatan dari Galeri Investasi Syariah IAIN Curup. Namun faktanya mahasiswa ekonomi syariah yang sudah membuka akun investasi hanya ada beberapa yang berinvestasi di pasar modal syariah. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh iklan investasi, aplikasi investasi dan pengetahuan terhadap minat mahasiswa dalam membuka akun investasi di pasar modal syariah.

Pendekatan penelitian ini yaitu pendekatan kuantitatif, teknik analisis data menggunakan aplikasi SmartPLS4.0, data yang dikumpulkan menggunakan kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Ekonomi Syariah Angkatan 2019-2021 yang membuka akun investasi saham berjumlah 156, jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 110 orang berdasarkan tabel Issac dengan tingkat kepercayaan 95% dan *margin of error* sebesar 5%. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Analisis deskriptif, analisis Model Partial Least Square, analisis Outer model dan Inner model dan Uji hipotesis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Iklan investasi (X1) apabila $t_{\text{statistik}} > t_{\text{tabel}}$ 3.286 lebih besar dari t_{tabel} 0.001 ($3.286 > 0.001$) dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0.001 < 0,05$) hal ini menunjukkan variabel Iklan Investasi(X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Mahasiswa untuk membuka akun investasi di pasar modal syariah (Y), Aplikasi Profit Anywhere (X2) apabila $t_{\text{statistik}} > t_{\text{tabel}}$ 0.938 lebih besar dari t_{tabel} 0.348 ($0.938 > 0.348$) dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0.348 < 0,05$) hal ini menunjukkan variabel Aplikasi Profit Anywhere (X2) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat mahasiswa membuka akun investasi di pasar modal syariah(Y), sedangkan Pengetahuan (X3) apabila $t_{\text{statistik}} > t_{\text{tabel}}$ 5.587 lebih besar dari t_{tabel} 0.000 ($5.587 > 0.000$) dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) hal ini menunjukkan variabel Pengetahuan (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat mahasiswa untuk membuka akun investasi di pasar modal syariah (Y). R-Square = 0.819 hasil tersebut berarti bahwa variabel bebas iklan investasi (X1), Aplikasi Profit Anywhere (X2) dan Pengetahuan (X3) berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat. Sedangkan nilai R-square adjusted =0.813 hasil tersebut berarti bahwa variabel minat memiliki pengaruh 0.813 dari variabel lain.

Kata Kunci: *Iklan, Aplikasi, Pengetahuan, dan Minat.*

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Aplikasi Profit Anywhere.....	3
Gambar 1.2 Iklan Investasi	6
Gambar 1.3 Transaksi Pasar Modal Zaman Dahulu	8
Gambar 1.4 Tabel Issac	28
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	57
Gambar 3.1 Struktur Organisasi Prodi Ekonomi Syariah	66
Gambar 4.1 Angkatan Responden	68
Gambar 4.2 Lokal/Kelas Responden.....	69
Gambar 4.3 Jenis Kelamin Responden	70
Gambar 4.4 Hasil Bootstrab SmartPLS Uji Pertama	87

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Data Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah angkatan 2019-2021	10
Tabel 1.2 Skala Likert.....	30
Tabel 3.1 Data Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah	62
Tabel 4.1 Mean dan Standar Deviasi Variabel Y (Minat)	71
Tabel 4.2 Mean dan Standar Deviasi Variabel X1 (Iklan Investasi).....	74
Tabel 4.3 Mean dan Standar Deviasi Variabel X2 (Profit Anywhere)	77
Tabel 4.4 Mean dan Standar Deviasi Variabel X3 (Pengetahuan).....	81
Tabel 4.5 Nilai Loading Factor Uji Pertama.....	84
Tabel 4.6 Nilai Average Variance Exstred (AVE)	88
Tabel 4.7 Nilai Cross Loading	89
Tabel 4.8 Nilai Composite Reliability dan Cronbac'h Alpha	91
Tabel 4.9 Nilai R-Square.....	92
Tabel 4.10 Hasil Uji Hipotesis (Path Coefficient)	93

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
PENGAJUAN SKRIPSI	i
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	ii
KATA PENGANTAR	iii
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Batasan Masalah.....	10
C. Rumusan Masalah	11
D. Tujuan Penelitian.....	11
E. Manfaat Penelitian.....	12
F. Kajian Literatur	13
G. Definisi Operasional	23
H. Metode Penelitian	26
I. Teknik Analisis Data	30
1. Analisis Deskriptif.....	31
2. Model Pengukuran atau (Outer Model)	32
3. Model Struktural (Inner Model)	34
4. Pengujian Hipotesis	35
J. Hipotesis Penelitian	35
BAB II. LANDASAN TEORI DAN KERANGKA BERPIKIR	
A. Landasan Teori	37
1. Pasar Modal Syariah.....	37

2. Produk Pasar Modal Syariah	39
3. Minat.....	42
4. Iklan Investasi.....	46
5. Aplikasi Profit Anywhere	51
6. Pengetahuan.....	54
B. Kerangka Berpikir	58
BAB III. GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	
A. Profil Prodi Ekonomi Syariah	62
B. Visi dan Misi	65
C. Tujuan Prodi Ekonomi Syariah	66
D. Profil Lulusan Prodi Ekonomi Syariah.....	66
E. Struktur Organisasi Prodi Ekonomi Syariah	67
BAB IV. ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
A. Analisis Data Penelitian	68
B. Analisis Instrumen Penelitian.....	70
1. Analisis Deskriptif.....	70
2. Analisis Model Partial Least Square.....	83
a. Analisis Outer Model	83
b. Analisis Inner Model.....	92
C. Pengujian Hipotesis	92
D. Hasil Pembahasan.....	95
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan.....	101
B. Saran	102

DAFTAR KEPUSTAKAAN

LAMPIRAN- LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sistem perekonomian Islam adalah sistem yang sangat baik dan berbeda dengan sistem perekonomian lainnya. Sistem perekonomian Islam memiliki tujuan yaitu mewujudkan kesejahteraan dan kemaslahatan dalam kehidupan umat manusia. Kesejahteraan tersebut bukan hanya kesejahteraan yang dapat dirasakan secara material namun juga non material. Maka dengan demikian sangat diperlukan institusi keuangan yang dapat mengoptimalkan ekonomi tersebut. Salah satu cara untuk mengoptimalisasikan ekonomi yaitu dengan cara berinvestasi di pasar modal, agar aset dan kekayaan yang dimiliki akan terlindungi.¹ Pasar modal konvensional adalah pasar modal yang kegiatannya tidak berdasarkan prinsip - prinsip Islam seperti menggunakan dana yang berbunga (riba), produksi yang di haramkan seperti minuman keras dan produk lainnya.

Pasar modal syariah adalah pasar modal yang didalamnya ditransaksikan instrumen keuangan atau modal yang sesuai dengan syariat Islam dan dengan cara-cara yang berlandaskan sistem syariah pula.² Perkembangan saham syariah di Indonesia bergerak sangat cepat sejak dicanangkan oleh OJK dan MUI, tentunya hal ini tidak lepas dari latar belakang Indonesia yang memiliki jumlah umat Islam terbesar di dunia, sebagai masyarakat muslim yang taat

¹Gabriella Lioera, Yulius Kurnia Susanto, dan Dicky Supriatna, *Faktor-Faktor yang mempengaruhi Minat Investasi Mahasiswa di Pasar Modal.*” Jurnal Akuntansi Maranatha (Bandung:Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Maranatha, 2022) h.180., <https://doi.org/10.34208/mb.v14i2.1665>.

² Setyagustina et all, *Pasar Modal Syariah*, (Bandung: Widina Bhakti Persada, 2023), h. 86.

mereka menyadari hal tersebut. Untuk pemasaran pasar modal di era *modern* saat ini media sosial yang berisi iklan sangatlah besar peran dalam mengenalkan investasi pasar modal syariah kepada masyarakat, terutama kepada kaum milenial saat ini.

Seperti yang kita ketahui saat ini, media sosial sangat diperlukan dan dimanfaatkan untuk menjangkau lebih cepat informasi yang disebar, karena saat ini orang-orang menggunakan media sosial dalam kesehariannya. Platform digital seperti Instagram, Twitter, Youtube, Facebook, Tiktok dan lainnya yang digunakan dengan berbagai hal kebutuhan konsumen.¹ Di era digital ini, program komunikasi untuk membangun merek melalui: (1) periklanan dan promosi penjualan, (2) pemasaran interaktif, (3) acara dan pengalaman, dan (4) pemasaran seluler.²

Selain itu, perkembangan teknologi seperti media sosial sangatlah strategis dalam pemasaran suatu organisasi atau perusahaan karena di media sosial terjadinya komunikasi dua arah, *feedback* yang cepat dilakukan, dan pada media sosial terdapat informasi-informasi penting yang dapat dianalisa untuk mengetahui karakteristik target *audiens* yang dituju oleh organisasi atau perusahaan. Kemajuan *digitalisasi* terlihat pada berbagai aspek, diantaranya adalah aspek sosial, budaya, pendidikan, dan ekonomi. Berkembangnya kemajuan *digital* didorong oleh teknologi informasi yang semakin berkembang pesat. Teknologi informasi telah mengalami perkembangan yang sangat cepat

³Anita Chrishanti Puteri Tito dan Claudy Gabriella, *Faktor-faktor Iklan yang Dapat Menarik Penonton Untuk Menonton Iklan Skip-Ads di Youtube Sampai Selesai.* Jurnal Akuntansi Maranatha, (Bandung: Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Maranatha 2019): h.99, <https://doi.org/10.28932/jam.v11i1.1544>.

⁴Ulani Yunus, *Buku Digital Branding Lengkap*,(Jakarta: 2022), h.13.

dari waktu ke waktu. Salah satu teknologi yang telah berkembang pesat adalah internet. Internet telah mendorong perkembangan kemajuan dunia *digitalisasi* pada bidang ekonomi.³ Salah satu kemudahan saat ini dengan berkembangnya teknologi para investor lebih mudah dan cepat dalam melakukan transaksi jual beli produk-produk investasi di pasar modal syariah.

Gambar 1.1 Aplikasi Profit Anywhere



Sumber: [http:// www.google.com/imgres](http://www.google.com/imgres)

³Sunarta, *Kaum Milenial di Perkembangan Ekonomi Digital.* "Jurnal Economic and Business Management International (Pinrang: STAI DDI Pinrang, 2023), h.10.

Transaksi harus diselesaikan pialang atau broker sebagai perwakilan perusahaan jaminan. Investor yang menggunakan aplikasi investasi digital dapat melakukan transaksi di mana saja dan kapan saja.⁴ Sehingga seseorang yang ingin berinvestasi dapat dilakukan dengan mudah dan cepat, tanpa harus mengantri di kantor Bursa Efek untuk memesan efek atau membeli saham. Kemudian yang sangat menjadi pertimbangan ketika berinvestasi di pasar modal adalah pengetahuan tentang investasi, semakin banyak pengetahuan yang didapatkan mengenai investasi baik itu melalui pembelajaran maupun sosialisasi dari pasar modal maka semakin besar keinginan seseorang dalam melakukan investasi di pasar modal.⁵ Dengan pengetahuan maka investor akan dapat menganalisis ketika ingin berinvestasi. Ketika tidak mengetahui pengetahuan tentang pasar modal maka akan sulit untuk menganalisis produk – produk investasi mana yang baik dan menguntungkan, yang dikhawatirkan akan terjerumus kepada investasi-investasi bodong yang dibuat oleh oknum yang tidak bertanggungjawab. Berdasarkan data dari Kustodian Sentral Efek Indonesia bahwa jumlah investor pasar modal mengalami pertumbuhan mencapai 10.841.044 periode Januari 2023 tumbuh 1,65% dari tahun 2022.⁶ Berdasarkan data dari PT Bursa Efek Indonesia Kantor Perwakilan Bengkulu jumlah investor mengalami pertumbuhan mencapai 21,358 per Oktober 2022.⁷

⁴Lina Affifatusholihah, *Analisis Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Aplikasi Investasi Digital.* Jurnal Binawakya, 2021, h.6584.

⁵ Nur Hazlina, *Pengaruh Platform Media Sosial, Pengetahuan Investasi, Persepsi Resiko Dan Return Terhadap Minat Generasi Milenial Berinvestasi di Pasar Modal (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Uin Suska Riau),* Skripsi (Riau: Universitas Islam Negeri Suska Riau, 2022), h.7.

⁶ PT Kustodian Sentral Efek Indonesia, *Data Statistik Pasar Modal Indonesia.*”, 2023.

⁷ PT Bursa Efek Indonesia Kantor Perwakilan Bengkulu, *Data SID*, 2022.

Mahasiswa sangat membutuhkan lebih banyak informasi untuk mulai berinvestasi. Perkembangan teknologi dapat memberikan keuntungan bagi calon investor untuk mulai berinvestasi. Hal ini juga sejalan dengan semakin berkembangnya media online, sehingga semakin memudahkan calon investor untuk mendapatkan informasi mengenai jenis dan langkah-langkah untuk berinvestasi.⁸

Ada banyak kendala yang dihadapi mahasiswa untuk mulai berinvestasi. Dapat dikatakan bahwa pengetahuan merupakan salah satu faktor yang membatasi mahasiswa dalam melakukan investasi, karena pengetahuan merupakan bagian terpenting dalam pengambilan keputusan keuangan yang tepat. Hal ini dikarenakan minimnya pengetahuan mereka mengenai investasi di pasar modal.⁹

Dengan perkembangan teknologi, aplikasi untuk berinvestasi begitu banyak dan broker atau sekuritas yang dapat dipercaya yang sudah dinaungi oleh lembaga resmi. Kemudian iklan yang sering bermunculan pada sosial media yang berkaitan dengan promosi investasi dan edukasi sudah bisa diakses dengan mudah.

Setelah peneliti observasi atau pengamatan awal kepada mahasiswa program studi ekonomi syariah angkatan 2019-2021, bahwa dari angkatan 2019-2021 sudah membuka akun *Profit Anywhere* untuk melakukan investasi

⁸Lestiana, *Pengaruh pengetahuan investasi, kebijakan modal minimum, literasi keuangan dan social media influencer terhadap minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal.* PhD Thesis (Yogyakarta: Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia, 2023), h.4.

⁹Lioera, Susanto, dan Supriatna, *Faktor-Faktor yang mempengaruhi Minat Investasi Mahasiswa di Pasar Modal.* Jurnal Media Bisnis (Jakarta: Vol. 14, No. 2, September 2022), h.180 doi: 10.34208/mb.v14i2.1665.

atau menabung saham. Namun investor yang membuka akun saham tersebut ada yang investor aktif ada yang investor pasif dan ada yang belum berinvestasi karena kurangnya pengetahuan mendalam tentang menganalisis produk-produk pasar modal yang baik dan menguntungkan.

Gambar 1.2 Iklan Investasi



Sumber : <http://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMB/Artikel/20545>

Gambar Lanjutan 1.2



Gambar Lanjutan 1.2

Saham itu apa?
Bukti kepemilikan perusahaan yang tercatat di bursa efek. Dengan memiliki saham, kamu juga memiliki perusahaan itu. Lalu, kamu bisa mendapatkan untung atau rugi dengan memiliki saham sebuah perusahaan.

Capital Gain
Mendapatkan untung karena kenaikan harga saham perusahaan tercatat di bursa efek

Dividen
Pembagian keuntungan perusahaan kepada para pemegang saham.

Capital Loss
Mengalami rugi karena penurunan harga saham perusahaan tercatat di bursa efek

Risiko Likuidasi
Ketika saham perusahaan tercatat yang kamu miliki mengalami kebangkrutan

bisnis.com

Sumber: <http://Bisnis.com>

Peneliti memilih iklan investasi dikarenakan iklan atau promosi tentang investasi sering timbul di media sosial salah satunya di Youtube, Facebook, Instagram dan di Telegram. Untuk mengajak masyarakat untuk berinvestasi atau melek untuk berinvestasi, menabung baik di saham, reksadana atau produk investasi lainnya. Apabila dalam pembahasan diatas telah dijelaskan pembahassan mengenai iklan investasi di medsos, maka ada point selanjutnya yang akan dibahas mengenai aplikasi investasi, dengan aplikasi investasi akan memudahkan investor untuk melakukan transaksi di pasar modal syariah, dengan aplikasi sekuritas yang digunakan. Sehingga bisa dilakukan pembelian efek dengan mudah dan cepat tanpa harus mengantri di Kantor Bursa Efek Indonesia.

Gambar. 1.3Transaksi Pasar Modal Zaman Dulu



Sumber : <http://www.Tapkapital.co.id/SejarahPasarmodalIndonesia>

Masyarakat melakukan kegiatan transaksi di pasar modal syariah dahulu secara sederhana yaitu harus datang mengantri di Kantor Bursa Efek Indonesia. Seiring dengan perkembangan zaman yang semakin maju, kegiatan transaksi semakin terlihat perubahannya yaitu bisa dilakukan dengan aplikasi sekuritas, bisa melakukan transaksi di rumah. Sektor investasi memegang peranan penting dalam perekonomian Negara, terutama di Negara berkembang seperti Indonesia. tanpa prospek investasi yang baik, hal itu sulit dilakukan untuk meningkatkan ekonomi secara besar-besaran, membawa kemakmuran bagi negara-negara berkembang. Salah satu cara yang digunakan untuk mempercepat langkah reformasi dan ekonomi melalui pasar modal dengan

kegiatan seperti penawaran perdagangan umum dan sekuritas, dimana perusahaan publik akan berurusan dengan kegiatan itu terkait dengan masalah sekuritas, baik institusi maupun profesi terkait dengan sekuritas.¹⁰ Pengetahuan adalah faktor utama untuk meningkatkan *optimalisasi* dalam memilih produk investasi yang baik. Setelah peneliti observasi mahasiswa Ekonomi Syariah Angkatan 2019-2021 yang sudah membuka akun investasi, mereka sudah mengikuti seminar pasar modal dari program Galeri Investasi Syariah (GIS) IAIN Curup dan pada angkatan 2019 dan 2020 beberapa mengambil mata kuliah pasar modal syariah. Namun setelah peneliti amati bahwa investor tersebut sedikit untuk melakukan transaksi investasi di pasar modal syariah. Selanjutnya mahasiswa sudah mengetahui atau sering melihat iklan investasi di media sosial, adanya promosi atau sosialisasi dari Bursa Efek Indonesia beserta sekuritas (broker/pialang), mengikuti seminar pasar modal syariah melakukan pengembangan pengetahuan pada perkuliahan pasar modal, namun minat atau ketertarikan untuk berinvestasi di pasar modal syariah sangat sedikit, terkait dengan iklan tentu mahasiswa sudah pasti mengetahui iklan-iklan terkait dengan investasi, sudah mendengar dan mengikuti seminar pasar modal. Berdasarkan fenomena diatas, diperlukan penelitian lebih lanjut tentang bagaimana iklan investasi, aplikasi investasi dan pengetahuan mempengaruhi minat.

¹⁰Jasmine Aubrey Andrea dan Jarot S Suroso, *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Aplikasi Investasi Reksadana Online pada Generasi Millenial dan Generasi Z.* ITEJ (Information Technology Engineering Journals (Jakarta: 7, No. 1 (18 Agustus 2022), h.33., <https://doi.org/10.24235/itej.v7i1.99>.

Tabel 1.1
Jumlah Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah

Angkatan	Jumlah Mahasiswa
2019	52 Orang
2020	52 Orang
2021	48 Orang
Jumlah	152 Orang

Sumber: Data observasi awal pada mahasiswa prodi Ekonomi Syariah, 2019-2021

Maka dari itu peneliti mengangkat judul: **Pengaruh Iklan Investasi aplikasi investasi dan Pengetahuan Terhadap Minat Mahasiswa Untuk Berinvestasi di Pasar Modal Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Curup).**

B. Batasan Masalah

Untuk tidak memperluas masalah serta tidak menyimpang dari topik pembahasan dari penelitian ini maka peneliti membatasi masalah pada mahasiswa ekonomi syariah angkatan 2019 - 2021 Institut Agama Islam Negeri Curup yang sudah membuka akun *profit Anywhere*, aplikasi tersebut memiliki dua akun bisa untuk membuka akun syariah dan konvensional. Variabel iklan investasi pada penelitian ini fokus pada iklan yang mempromosikan atau mengajak berinvestasi, variabel aplikasi investasi fokus pada aplikasi *Profits Anywheree* dan variabel pengetahuan fokus pada mahasiswa terkait dengan pengetahuan pasar modal syariah.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, peneliti membuat pertanyaan:

1. Apakah iklan investasi berpengaruh terhadap minat mahasiswa untuk membuka akun investasi di pasar modal Syariah?
2. Apakah aplikasi profit anywhere berpengaruh terhadap minat mahasiswa untuk membuka akun investasi di pasar modal syariah?
3. Apakah pengetahuan berpengaruh terhadap minat mahasiswa untuk membuka akun investasi di pasar modal syariah?
4. Apakah iklan investasi, aplikasi profit anywhere dan pengetahuan berpengaruh terhadap minat mahasiswa untuk membuka akun investasi di pasar modal syariah?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang peneliti tuliskan tersebut, maka tujuan dari penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh iklan investasi terhadap minat mahasiswa untuk membuka akun investasi di pasar modal syariah.
2. Untuk mengetahui pengaruh aplikasi profit anywhere terhadap minat mahasiswa untuk membuka akun investasi di pasar modal syariah.
3. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan terhadap minat mahasiswa untuk membuka akun investasi di pasar modal syariah.

4. Untuk mengetahui pengaruh iklan investasi, aplikasi profit anywhere dan pengetahuan terhadap minat mahasiswa untuk membuka akun investasi di pasar modal syariah.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat baik dari segi teoritis ataupun praktis. Dari segi teoritis diharapkan dapat memberi pengembangan ilmu pengetahuan. Sedangkan segi praktis diharapkan dapat bermanfaat bagi masyarakat atau instansi.

a. Manfaat Teoritis

1. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan menjadi wawasan keilmuan terkait dengan pengaruh iklan investasi di media sosial, aplikasi investasi dan ilmu pengetahuan terhadap minat mahasiswa untuk berinvestasi di pasar modal syariah.

2. Mahasiswa

Sebagai ilmu pengetahuan untuk meningkatkan minat mahasiswa dalam berinvestasi di pasar modal syariah.

3. Akademik

Sebagai referensi dalam belajar mengajar baik bagi pembaca, peneliti dan pembimbing sebagai ilmu pembelajaran.

b. Manfaat secara praktis

1. Peneliti

Penelitian diharapkan bermanfaat bagi peneliti dalam menarik minat mahasiswa atau masyarakat untuk berinvestasi di pasar modal syariah.

2. Prodi Ekonomi Syariah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi pengembangan ilmu pengetahuan untuk prodi ekonomi syariah tentang minat mahasiswa dalam berinvestasi di pasar modal syariah.

3. Galeri Investasi Syariah

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi ilmu pengetahuan bagi pengurus galeri investasi syariah dalam menarik minat mahasiswa atau masyarakat untuk berinvestasi di pasar modal syariah.

4. Bursa Efek Indonesia

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi ilmu pengetahuan bagi PT. Bursa Efek Indonesia dalam mengembangkan dan menumbuhkan jumlah investor untuk berinvestasi di pasar modal syariah.

F. Kajian Literatur

Kajian literatur adalah bagian untuk mengetahui hubungan terhadap masalah yang akan diteliti supaya tidak terjadi plagiarisme/kesamaan.¹¹ Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap beberapa sumber kepustakaan, adapun kajian pustaka yang digunakan dari peneliti ini adalah:

1. **Azura Richo Elfrizal Sabda Ar Rahman dan Waspodo Tjipto Subroto, Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen Dan Keuangan, Vol. 6 No. 1 Mei 2022, Doi: <https://doi.org/10.26740/jpeka.v6n1.p41-54>, "Pengaruh Motivasi dan Pengetahuan Terhadap Minat Investasi di Pasar Modal Pada Mahasiswa".**

Permasalahan dalam penelitian ini adalah Minat mahasiswa untuk berinvestasi cukup besar ketika awal perkuliahan mengenai investasi tetapi

¹¹ Ismail Suwardi et all, Metode Penelitian Ekonomi Syariah, (Yogyakarta: CV Adi Karya Mandiri), h.80.

dikarenakan beberapa faktor mahasiswa menjadi putus asa dalam berinvestasi. Beberapa faktor yang menghambat mahasiswa untuk berinvestasi: kurangnya sisa uang saku, kurangnya waktu untuk memantau transaksi, dan masih terbatasnya edukasi investasi. Sebagian besar mahasiswa juga gagal mengelola keuangan pribadinya dengan baik. Dalam hal pengelolaan keuangan pribadi, hanya sekitar 11% siswa yang termasuk kategori “baik”. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa termotivasi mahasiswa untuk berinvestasi di pasar saham.

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah Penelitian metode kuantitatif. Penentuan objek yang digunakan melalui pemilihan berdasarkan ciri-ciri yang dimiliki subjek. Dalam penelitian ini, beberapa kriteria yang diajukan peneliti sebagai sampel adalah sebagai berikut: (1) Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Angkatan 2018; (2) Telah lulus Mata Kuliah Lembaga Keuangan dan Pasar Modal. Sehingga objek yang digunakan pada penelitian ini adalah Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi angkatan 2018 Universitas Negeri Surabaya yakni sebanyak 62 mahasiswa. Dalam penelitian kuantitatif, teknik pengumpulan data dilakukan secara terstruktur berupa angket, observasi, dan wawancara. Maka dari itu, untuk mendapatkan data terkait Motivasi (X1), Pengetahuan (X2) dan Minat Investasi di Pasar Modal (Y) yang akan disempurnakan melalui instrumen untuk menjabarkan indikator setiap variabel yang berupa angket berisi beberapa pernyataan.

Hasil penelitian ini adalah berdasarkan analisis data tentang pengaruh motivasi dan pengetahuan terhadap minat investasi di pasar modal terhadap mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Unesa dapat disimpulkan yaitu: Terdapat pengaruh positif secara parsial motivasi investasi terhadap minat investasi di pasar modal pada mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Negeri Surabaya;) Terdapat pengaruh positif secara parsial pengetahuan investasi terhadap minat investasi di pasar modal pada mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Negeri Surabaya; Terdapat pengaruh positif secara simultan motivasi investasi dan pengetahuan investasi terhadap minat investasi di pasar modal pada mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Negeri Surabaya.¹²

Perbedaan, variabel yang digunakan pada penelitian terdahulu, untuk variabel bebas penelitian sebelumnya memiliki dua variabel, sedangkan penelitian ini memiliki tiga variabel yaitu di tambah dengan aplikasi investasi dan metode analisis data penelitian terdahulu menggunakan aplikasi SPSS sedangkan penelitian ini menggunakan SmartPLS 4.0, Persamaan, sama- sama menggunakan variabel terikat yaitu minat.

¹² Richo Elfrizal Sabda Ar Rahman dan Wasposito Tjipto Subroto, *Pengaruh Motivasi dan Pengetahuan Terhadap Minat Investasi di Pasar Modal Pada Mahasiswa.* " *Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen dan Keuangan* (Surabaya: Universitas Surabaya 2022), h.52., doi: 10.26740/jpeka.v6n1.p41-54.

2. Andi Tenti Ulmi Qalsum R, Tesis 2022 “Pengaruh Social Media Influencer Terhadap Minat Mahasiswa dalam Berinvestasi di Pasar Modal”, Universitas Hasanuddin Makassar.

Permasalahan pada penelitian ini adalah Salah satu strategi Bursa Efek Indonesia (BEI) memperkuat edukasi ke masyarakat dengan merangkul tokoh ternama alias influencer dengan itikad positif lewat program influencer incubator. Hasan Fawzi menjelaskan bahwa saat ini fenomena influencer yang kerap mempromosikan saham tertentu, seiring perilaku mayoritas investor dalam menggunakan sosial media. Tidak terelakkan bahwa investor dekat sekali dengan social media, smartphone maupun komunitas. BEI tengah menyiapkan influencer incubator, yakni sebuah lembaga resmi yang tidak bersifat ad hoc. Program ini bertujuan memberikan edukasi kepada influencer sehingga nanti influencer bisa terjun melakukan sosialisasi di pasar. Peran platform financial technology (fintech) semakin penting untuk pembukaan rekening investasi di pasar modal. Dengan penggunaan platform digital yang sejalan dengan karakteristik investor pasar modal yang bergerak ke usia muda.

Hasil penelitian ini menunjukkan social media influencer berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat mahasiswa dalam berinvestasi. Mahasiswa yang tidak dapat lepas dari media sosial untuk mencari informasi sehingga social media influencer memberikan dampak positif kepada mahasiswa yang ingin berinvestasi di Pasar Modal secara tidak langsung memberikan informasi.

Perbedaan dan persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah jenis pendekatan kuantitatif, dengan deskripsi uji kualitas data,

deskripsi uji asumsi klasik, deskripsi regresi sederhana dan deskripsi hasil uji hipotesis, sedangkan pada penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif, dengan jenis penelitian regresi linier berganda, dan teknik analisis menggunakan analisis outer model, inner model dan ujian hipotesis dari aplikasi Smart PLS. Persamaan penelitian terdahulu dan penelitian ini variabel dependen sama-sama menggunakan variabel minat, dan jenis penelitian.

3. **Moh. Joko Prasetyo, Deny Yudiantroro, Amalia Nuril Hidayati, Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, Vol.1 No.5, September 2022, Doi:<https://doi.org/10.47065/ekuitas.v4i1.1676>, “Pengaruh Pengetahuan Investasi, Risiko Investasi dan Motivasi Investasi Terhadap Minat Berinvestasi Pada Pasar Modal Syariah” Universitas Islam Negeri Sayyid Ali”.**

Permasalahan pada penelitian ini adalah Pencapaian pasar modal syariah mengantarkan Indonesia mendapatkan penganugerahan dari GIFA (*Global Islamic Finance Award*) menjadi *The Best Capital Market of The Year* berturut turut sejak tahun 2019 hingga tahun 2021. Meski demikian literasi keuangan di Indonesia masih dinilai rendah. Menurut survey nasional literasi dan inklusi keuangan (SNLIK) tahun 2016 -2019, indeks literasi keuangan konvensional masih berada di angka 37,72%, apalagi untuk indeks literasi keuangan syariah. Masih tertinggal sangat jauh yakni di angka 8,93%. Padahal Indonesia merupakan Negara muslim terbesar di dunia, namun untuk indeks literasi keuangan masih sangat minim. Tidak terkecuali di wilayah Trenggalek. Trenggalek adalah sebuah kabupaten yang terletak di Jawa Timur dengan wilayah seluas 1.261.40km dan dihuni 731.125 jiwa dengan 200.324 total generasi Z yang berada di era

melek teknologi. Kemudahan akses informasi mengenai dunia pasar modal tentunya bisa dinikmati oleh generasi tersebut saat ini. Namun berdasarkan data yang diperoleh dari BEI, per Maret 2022 jumlah SID di Trenggalek berkisar sekitar 12.319 SID. Jumlah tersebut meningkat 11.94% dibandingkan tahun 2021 sebanyak 11.005 SID. Berdasarkan informasi diatas, diketahui bahwa jumlah investor pasar modal di Trenggalek hanya sekitar 1.68% dari jumlah total penduduk nya. Hal tersebut menandakan bahwa minat masyarakat Trenggalek untuk menjadi investor masih minim.

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif melalui metode survei yang di sebarakan pada layak ramai. Koesioner disebarakan kepada mahasiwa jurusan manajemen keuangan syariah di UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagaung angkatan 2018-2019. Teknik yang digunakan untuk memperoleh sampel yaitu metode *purposive sampling* serta dihitung dengan rumus slovin dengan tingkat eror 10% pada penentuan kuantitas sampel data yang dicari. Jumlah respon data yang digunakan 90 mahasiswa. Analisis data yang digunakan yaitu Uji Validitas, Uji Normalitas, Uji Asumsi Klasik yang meliputi Uji Multikolinearitas dan Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Glajser, Uji Regresi Linier berganda lalu Uji t serta Uji f.

Hasil penelitian ini adalah Dari 90% responden terkait minat berinvestasi di hitung dari uji variabel pengetahuan investasi, risiko investasi dan motivasi investasi secara keseluruhan bahwa pengetahuan investasi (X1) berpengaruh terhadap minat berinvestasi di pasar modal

syariah, Risiko Investasi (X2) Tidak berpengaruh terhadap minat berinvestasi di pasar modal syariah, Variabel motivasi Investasi (X3) berpengaruh terhadap minat berinvestasi di pasar modal syariah.¹³

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah untuk variabel independen pada penelitian sebelumnya tertuju pada pengetahuan investasi, resiko investasi dan motivasi investasi, sedangkan pada penelitian ini menggunakan iklan investasi, pengetahuan investasi dan aplikasi investasi. Untuk persamaannya, sama-sama menggunakan minat sebagai variabel dependen atau variabel terikat.

4. **Galih Raka Sri, Dianita Meirini, Jurnal Penelitian Mahasiswa ilmu sosial, Doi:<https://doi.org/10.21274/sosebi.v1i1.4912> “Pengaruh Modal Investasi, Teknologi Yang Memadai, dan Motivasi Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi Pasar Modal, Ekonomi dan Bisnis Islam, Vol. 1 Isu. 1, November 2021, Universitas Islam Negeri Ali Ramatul Tulungagung”.**

Permasalahan pada penelitian ini terkait dengan mengenai minat untuk berinvestasi, beberapa penelitian menunjukkan bahwa terdapat beragam faktor yang bisa mempengaruhi minat mahasiswa untuk berinvestasi mulai dari pemahaman atau pengetahuan mengenai investasi, pendapatan modal investasi, motivasi, dan teknologi. Motivasi investasi, modal investasi, dan juga teknologi informasi dapat mempengaruhi minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal Berangkat dari gagasan mengenai minat mahasiswa dalam berinvestasi, peneliti mencoba melakukan penelitian pada minat mahasiswa untuk berinvestasi di pasar modal. Tujuan penelitian ini adalah untuk

¹³ Prasetyo, Yudiantoro, dan Hidayati, *Pengaruh Pengetahuan Investasi, Risiko Investasi, Dan Motivasi Investasi Terhadap Minat Berinvestasi Pada Pasar Modal Syariah.*” Jurnal Manajemen, Bisnis dan Akuntansi 2022), h.784.

mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi minat investasi pada mahasiswa. Dengan mengetahui faktor yang dapat berpengaruh terhadap minat mahasiswa untuk berinvestasi, institusi pendidikan yang menjadi tempat para mahasiswa belajar dapat mengembangkan dan menumbuhkan minat mahasiswa dalam berinvestasi. Sehingga mereka juga dapat turut andil dalam perkembangan dunia pasar modal di Indonesia.

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data dengan metode survei dengan membagikan kuesioner melalui gogle form. Populasi yang menjadi subjek penelitian ini yaitu Mahasiswa IAIN Tulungagung angkatan 2017 dari program studi Akuntansi Syariah dengan jumlah total sebanyak 270. Teknik pengambilan sampel dengan purposive sampling dan dihitung dengan rumus solvin untuk mengetahui jumlah minimal sampel (dengan hasil perhitungan yaitu 70 responden). Proses analisis data dengan menggunakan Uji Validitas, Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas, Uji Heterokedasitas, Uji Autokorelasi dan Uji Regresi linier berganda.

Hasil dari penelitian ini adalah Secara parsial modal usaha (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal, Teknologi (X2) berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal, motivasi (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal. Secara simultan variabel modal investasi, teknologi yang memadai, dan

motivasi sangat berpengaruh positif terhadap tingginya minat mahasiswa untuk berinvestasi di pasar modal.¹⁴

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah variabel bebas pada penelitian terdahulu menggunakan X1 modal usaha, X2 teknologi dan X3 motivasi sedangkan penelitian ini menggunakan variabel bebas yaitu X1 iklan investasi di media sosial, X2 aplikasi investasi dan X3 ilmu pengetahuan. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian dengan pendekatan kuantitatif.

5. Nur Hazlina, Skripsi 2022, "Pengaruh Platform Media Sosial, Pengetahuan Investasi, Persepsi Resiko Dan Return Terhadap Minat Generasi Milenial Berinvestasi Di Pasar Modal (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Uin Suska Riau)".

Permasalahan pada penelitian ini adalah Perkembangan digitalisasi melalui percepatan koneksi internet membuat seluruh kalangan terutama mahasiswa/i yang menggunakan sosial media seperti Instagram, WhatsApp, Facebook, YouTube, Telegram, Line, Google, PlayStore, dan lebih banyak lagi mendapatkan informasi dari iklan aplikasi-aplikasi penyedia online trading dan juga pembelajaran bagi pemula dalam online trading melalui seminar-seminar yang dilakukan oleh berbagai platform digital untuk membantu pemula dalam belajar investasi dari awal sampai mereka bisa melakukan investasi mandiri untuk diri mereka sendiri. Pengetahuan mengenai investasi di pasar modal secara global juga diedukasikan kepada

¹⁴Siwi dan Meirini, *Pengaruh Modal Investasi, Teknologi yang Memadai, dan Motivasi terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi di Pasar Modal.* Jurnal Penelitian Mahasiswa Ilmu Sosial, Ekonomi, dan Bisnis Islam (SOSEBI) 2021), h.12.

mahasiswa di kampus-kampus, khususnya mahasiswa yang mengambil jurusan S1 Akuntansi, edukasi mengenai investasi ini diperoleh dari mata kuliah yang diambil mulai dari yang umum seperti Akuntansi Keuangan, Manajemen Keuangan, hingga yang spesifik seperti Akuntansi Pasar Modal. Edukasi mengenai investasi juga di berikan melalui mata kuliah Manajemen Keuangan kepada mahasiswa S1 Manajemen dan mahasiswa S1 Administrasi Negara Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN SUSKA RIAU. Berbagai aspek yang dipelajari dalam mata kuliah yang menyangkut investasi pasar modal, mulai dari return, teknik dalam pengambilan keputusan, analisis fundamental, analisis teknikal, hambatan hingga ke resiko- resiko yang akan dihadapi oleh investor.

Metode penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian kuantitatif. metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Teknik pengambilan sampel dengan cara random. Di lakukan uji validitas, uji reabilitas, uji normalitas, uji multikolonieritas, uji heteroskedestisitas, uji analisis regresi linier berganda uji t dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian pada penelitian ini adalah platform media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa fakultas ekonomi dan ilmu sosial berinvestasi di pasar modal. pengetahuan investasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa fakultas ekonomi dan ilmu sosial berinvestasi di pasar modal. persepsi resiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa fakultas

ekonomi dan ilmu sosial berinvestasi di pasar modal dan return berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa fakultas ekonomi dan ilmu sosial berinvestasi di pasar modal.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah pada penelitian ini variabel independen yang digunakan adalah iklan investasi, aplikasi *profit anywhere* dan pengetahuan, sedangkan penelitian terdahulu menggunakan platform media sosial, pengetahuan investasi, persepsi resiko dan return. Metode yang digunakan pada penelitian yaitu dengan aplikasi smartPLS dengan analisis outer model, inner model dan pengujian hipotesis, sedangkan penelitian terdahulu menggunakan SPSS.¹⁵

G. Definisi Operasional Variabel

Untuk memahami maksud dari variabel – variabel penelitian ini, maka perlu ditegaskan arti dari masing-masing variabel, dalam penelitian ini terdapat empat variabel yang akan diteliti oleh peneliti yaitu variabel iklan investasi (X_1), aplikasi investasi (X_2), dan ilmu pengetahuan (X_3) yang disebut sebagai variabel bebas dan minat (Y) sebagai variabel terikat. Definisi operasional dalam penelitian ini adalah:

1. Iklan Investasi

Iklan investasi merupakan strategi mempromosikan, yang menjadi sumber informasi tentang suatu produk berupa barang dan jasa, informasi ini merupakan suatu kebutuhan konsumen, sebelum konsumen tersebut

¹⁵ Nur Hazlina, “Pengaruh Platform Media Sosial, Pengetahuan Investasi, Persepsi Resiko dan Return Terhadap Minat Generasi Milenial Berinvestasi Di Pasar Modal Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Uin Suska Riau, (Riau: Universitas Islam Suska Riau, 2022), h.65.

menggunakan sumber dananya untuk mengadakan transaksi dengan pelaku usaha.¹⁶

Iklan adalah penyampaian informasi yang dilakukan melalui berbagai media, baik media cetak maupun elektronik dan merupakan salah satu program pemasaran berupa kekuatan komunikasi yang akan mengarahkan konsumen melalui tahapan perhatian, keputusan dan keinginan serta dorongan untuk melakukan pembelian.¹⁷

Dapat disimpulkan bahwa iklan adalah suatu pesan yang memiliki daya tarik atau bujukan dalam bentuk produk atau jasa yang dapat memberikan efek atau pengaruh kepada masyarakat. Iklan atau promosi terkait dengan investasi sudah banyak dijumpai di media sosial seperti, Facebook, Instagram, Twitter, Youtube, dan Telegram. Yang didalamnya menawarkan dan mengajak untuk berinvestasi dari jasa dari perusahaan sekuritas. Seperti salah satu iklan yang sering ditemukan yaitu salah satunya sekuritas Ajaib sekuritas, Bibit, Stocbit, Ipot, dan Phintraco sekuritas dan banyak lagi perusahaan sekuritas lainnya.

2. Aplikasi Profit Anywhere

Menurut Hengki W. Pramanan senior *Information Technology Project Manajer*, Komunitas Profesional terbesar di Indonesia. Aplikasi adalah suatu unit perangkat lunak yang dibuat untuk melayani kebutuhan akan

¹⁶Muhammad Satria Sagala, "Perlindungan Hukum Terhadap Investor Sebagai Korban Dalam Pengguna Iklan Investasi Perdagangan Berjangka Komoditi Melalui Media Sosial", 2022, h.12.

¹⁷ Risnawati dan Fasa, Jurnal Manajemen dan Bisnis, "Peran Iklan Dalam Meningkatkan Minat Menabung Masyarakat Pada Bank Syariah," 2023, h.20.

beberapa aktivitas seperti perniagaan, game pelayanan masyarakat, periklanan, atau semua proses yang hampir dilakukan manusia.

Aplikasi profit *Anywhere* adalah aplikasi investasi digital di pasar modal Indonesia dengan instrument investasinya adalah saham dan warrant. aplikasi ini dibuat oleh salah satu perusahaan sekuritas dipasar modal yaitu *phintraco sekuritas*.¹⁸

Aplikasi investasi adalah aplikasi yang digunakan untuk melakukan transaksi jual beli produk pasar modal. Untuk dapat mempermudah para investor untuk melakukan pembelian atau penjual dari produk pasar modal, bisa dilakukan di mana dan kapan saja.

3. Pengetahuan Investasi

Pengetahuan adalah suatu ide atau gagasan dari setiap aktivitas manusia yang dilakukan dari objek tertentu. Didalam melakukan investasi di pasar modal perlu ilmu pengetahuan dalam memulainya. Agara tidak mengalami kerugian dalam memilih produk pasar modal yang baik dan menguntungkan.¹⁹

4. Minat

Minat adalah kesukaan dan ketertarikan terhadap suatu objek atau aktivitas tertentu, tanpa ada yang menyuruh. Minat investasi adalah keinginan, minat dan dorongan untuk melakukan tindakan investasi yang

¹⁸Makkulau, *Literasi Keuangan Berbasis Digital Investment Sebagai Upaya Mitigasi Risiko Investasi Bagi Mahasiswa.*” Jurnal Mirai Management (Kendari: 2022), h.73.

¹⁹Moh Ismail, Endah Tri Wisudaningsih, dan Abd Ghafur, *Pengaruh Modal Pengetahuan dan Motivasi Investasi Terhadap Minat Berinvestasi di Pasar Modal (Study kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Kampus UNZAH).*” Jurnal Ekonomi Manajemen Perbankan (JEMPER) (Bandung: Universitas Sangga Buana Bandung 2023), h.62.

disertai perasaan antusias dengan harapan memperoleh keuntungan/dividen di masa yang akan datang.²⁰

H. Metode Penelitian

1. Pendekatan dan Jenis penelitian

Pendekatan metode penelitian kuantitatif merupakan metode tradisional, positivistik, scientific dan metode discovery, karena metode tersebut sudah cukup lama digunakan sehingga sudah mentradisi sebagai metode penelitian.²¹ Pendekatan penelitian ini menggunakan penelitian pendekatan kuantitatif. Jenis penelitian ini menggunakan metode regresi linier berganda adalah regresi sederhana berganda merupakan model regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel independen. Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.²² Dengan metode pengumpulan data dari angket atau koesioner. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen, apakah masing-masing variabel independen dan memprediksi nilai variabel dependen jika nilai variabel independen meningkat atau menurun.²³

²⁰Hermita, Dikawati, dan Azikin, *Minat Investasi Syariah Generasi Z.* "Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 2023), h.18., Doi: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i1.6996>.

²¹ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R& D*, h. 7.

²²Alfida Tegar Nurani, Adi Setiawan, dan Bambang Susanto, *Perbandingan Kinerja Regresi Decision Tree dan Regresi Linear Berganda untuk Prediksi BMI pada Dataset Asthma.* "Jurnal Sains dan Edukasi Sains, (Ponorogo: Universitas Kristen Satya Wacana 2023), h.34., <https://doi.org/10.24246/juses.v6i1p34-43>.

²³ Esther Ria Matulesy dan Agnes Uliarta Tambunan, *Analisis Regresi PLS Sebagai Alternatif Dari Regresi Linear Berganda: Studi Kasus Pengaruh Luas Lahan dan Luas Panen Terhadap Produksi Padi di Kabupaten Manokwari.* 2023., h.3359.

2. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.²⁴ Populasi yang digunakan sebagai objek penelitian adalah 156 mahasiswa ekonomi syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup angkatan 2019- 2021. Populasi ditentukan berdasarkan 3 angkatan di Program Studi Ekonomi syariah.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam sampel ini peneliti menggunakan metode non probability sampling karena metode pengambilan sampel tidak akan setara dengan populasi yang sudah ada.²⁵ Sampel yang di ambil dalam penelitian ini adalah mahasiswa ekonomi syariah angkatan 2020 dan 2021. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah menggunakan tabel *Isaac*.

²⁴Sugiono, *Metode Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: ALFABETA,Cv, 2019) ,h.81.

²⁵ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, h.82.

Gambar 1.4 Tabel Isaac
Tabel Penentuan Jumlah Sampel Isaac Dan Michael Dari Populasi
Tertentu Dengan Taraf Kesalahan 1%, 5%, Dan 10%

N	s			N	s			N	s		
	1%	5%	10%		1%	5%	10%		1%	5%	10%
10	10	10	10	280	197	155	138	2800	537	310	247
15	15	14	14	290	202	158	140	3000	543	312	248
20	19	19	19	300	207	161	143	3500	558	317	251
25	24	23	23	320	216	167	147	4000	569	320	254
30	29	28	27	340	225	172	151	4500	578	323	255
35	33	32	31	360	234	177	155	5000	586	326	257
40	38	36	35	380	242	182	158	6000	598	329	259
45	42	40	39	400	250	186	162	7000	606	332	261
50	47	44	42	420	257	191	165	8000	613	334	263
55	51	48	46	440	265	195	168	9000	618	335	263
60	55	51	49	460	272	198	171	10000	622	336	263
65	59	55	53	480	279	202	173	15000	635	340	266
70	63	58	56	500	285	205	176	20000	642	342	267
75	67	62	59	550	301	213	182	30000	649	344	268
80	71	65	62	600	315	221	187	40000	653	345	269
85	75	68	65	650	329	227	191	50000	655	346	269
90	79	72	68	700	341	233	195	75000	658	346	270
95	83	75	71	750	352	238	199	100000	659	347	270
100	87	78	73	800	363	243	202	150000	661	347	270
110	94	84	78	850	373	247	205	200000	661	347	270
120	102	89	83	900	382	251	208	250000	662	348	270
130	109	95	88	950	391	255	211	300000	662	348	270
140	116	100	92	1000	399	258	213	350000	662	348	270
150	122	105	97	1100	414	265	217	400000	662	348	270
160	129	110	101	1200	427	270	221	450000	663	348	270
170	135	114	105	1300	440	275	224	500000	663	348	270
180	142	119	108	1400	450	279	227	550000	663	348	270
190	148	123	112	1500	460	283	229	600000	663	348	270
200	154	127	115	1600	469	286	232	650000	663	348	270
210	160	131	118	1700	477	289	234	700000	663	348	270
220	165	135	122	1800	485	292	235	750000	663	348	270
230	171	139	125	1900	492	294	237	800000	663	348	271
240	176	142	127	2000	498	297	238	850000	663	348	271
250	182	146	130	2200	510	301	241	900000	663	348	271
260	187	149	133	2400	520	304	243	950000	663	348	271
270	192	152	135	2600	529	307	245	1000000	663	348	271
								∞	664	349	272

Sumber: Sugiono, *Metodologi Penelitian (Pendidikan kualitatif dan kuantitatif, dan R&D)*, (Bandung: Alfabeta, 2010, h.128).

Metode yang dikembangkan oleh Isaac dan Michael adalah cara untuk menentukan jumlah sampel yang memenuhi syarat berikut: (1) diketahui jumlah populasinya; (2) pada taraf kesalahan (significance level) 1%, 5% dan 10%; dan (3) cara ini khusus digunakan untuk sampel yang berdistribusi normal.²⁶ Berdasarkan penjelasan tersebut, dari jumlah populasi penelitian sebanyak 156 orang, maka dari populasi tersebut jadi sampel yang digunakan peneliti dalam penelitian ini dengan tingkat taraf kesalahan 5% adalah 110 Responden. Penelitian ini dilakukan kepada mahasiswa ekonomi syariah angkatan 2019-2021 yang sudah membuat akun.

²⁶Nur Fadilah Amin, Sabaruddin Garancang, dan Kamaluddin Abunawas, *Konsep Umum Populasi Dan Sampel Dalam Penelitian.* Jurnal Pilar: Jurnal Kajian Islam Kontemporer Volume (Makasar: Universitas Islam Makasar 14, No. 1, Juni 2023), h.24.

3. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh, diamati dan dicatat langsung dari sumber data.²⁷ Data yang di ambil dari observasi dan penyebaran angket/kuisoner kepada mahasiswa ekonomi syariah angkatan 2019- 2021 yang sudah memiliki akun.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan kuesioner melalui *google form* yang akan dibagikan kepada Mahasiswa Ekonomi Syariah Angkatan 2019-2021 dengan jumlah mahasiswa 110 Responden.

b. Data Sekunder

Data sekunder yaitu sumber data yang mendukung yang telah diolah dan disajikan oleh pihak lain, misalnya dalam bentuk buku-buku, dokumentasi, internet, dan berbagai literatur (bahan kepustakaan) dan data tersebut merupakan data yang penting untuk melengkapi data primer agar penelitian dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah.

4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam metode penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah angket atau koesioner.

a. Angket atau Koesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang menuntut responden untuk menjawab dengan memberikan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis. Suatu daftar yang berisikan

²⁷Wiratna, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2021), h.89.

rangkaian pertanyaan mengenai sesuatu masalah atau bidang yang akan diteliti. Untuk memperoleh data angket disebarkan kepada responden (orang-orang yang menjawab atas pertanyaan yang diajukan untuk kepentingan penelitian), terutama pada penelitian survei.²⁸

Tabel 1.2 Skala Likert

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

Sumber: George J. Mouly

I. Teknik Analisis Data

Analisis adalah proses untuk mendapatkan sebuah data yang telah dikumpulkan di lapangan. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, maka teknik analisis datanya menggunakan statistik. Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode *partial least square* (PLS) menggunakan SmartPLS versi 4.0 PLS-SEM merupakan kombinasi regresi dan analisis faktor.²⁹ SmartPLS 4.0 *Partial least squares* (PLS) adalah metode analisis yang kuat dan sering disebut sebagai pemodelan lunak, karena menghilangkan asumsi regresi OLS (*Ordinary least square*) sehingga data harus terdistribusi secara normal dengan cara multivariat dan di sana tidak ada masalah multikolinearitas di antara variabel eksogen, PLS dapat digunakan untuk menguji teori yang

²⁸ Cholid Narbuko, Ahmadi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2010), h.76.

²⁹ Pramuditya Aji Gumelar dan Aries Dwi Indriyanti, "Penerapan Metode End User Computing Satisfaction dan Technology Acceptance Model dengan Analisis Partial Least Square untuk Mengukur Tingkat Kepuasan Pengguna Aplikasi Livin' by Mandiri" 04, no. 02 (2023): h.56.

lemah, data yang lemah (sampel kecil, dan masalah data yang dinormalisasi. Penggunaan PLS digunakan untuk mengukur bagaimana masing-masing variabel independen (*perceived ease of use*, *perceived of usefulness* dan *perceived security*) mempengaruhi variabel dependen (*continuance intention*).³⁰

1. Analisa Deskriptif

Analisis deskriptif adalah cara untuk melakukan analisis data dimana data itu dikumpulkan kemudian diambil rata-rata dan diperlakukan secara statistik untuk menghasilkan kesimpulan. Tujuan melakukannya analisis deskriptif adalah mengambil garis tengah dari data yang dikumpulkan. Garis tengah diambil dari data rata-rata yang diperoleh. Adapun rata-rata ini adalah jumlah data yang dikumpulkan dan kemudian dibagi dengan jumlah data yang tersedia. Menghitung rata-rata kemudian gunakan rumus mengenai nilai/skor dan interval. Perhitungan rata-rata (mean) menggunakan range nilai dengan interval kelas sebagai berikut: Interval

$$\text{Kelas: } \frac{\text{Nilai tertinggi} - \text{Nilai terendah}}{\text{Jumlah kelas}} = \frac{5-1}{5} = \frac{4}{5} = 0,8$$

Rentang (*range*) skala yang dipakai pada penelitian ini yaitu 0,8. Sehingga, klasifikasi skala yang digunakan untuk mengumpulkan jawaban responden sebagai berikut:

- 1,00-1,80 = Sangat tidak setuju
- 1,81-2,60 = Tidak setuju
- 2,61-3,40 = Netral
- 3,41-4,20 = Setuju
- 4,21-5,00 = Sangat setuju

³⁰Nariza Wanti Wulan Sari, Ika Purnamasari, Dan Fahrullah, *Kombinasi Metode Partial Least Square (Pls) Dan Technology Acceptance Model (Tam) : Evaluasi Pembelajaran (Praktikum Online).*” *Metik Jurnal* 4, No. 1 30 Juni 2020), h. 17., <https://Doi.Org/10.47002/Metik.V4i1.168>.

2. Model Pengukuran atau (Outer Model)

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah untuk mengukur kualitas kuesioner yang digunakan sebagai instrumen penelitian, jadi bisa dikatakan instrumen tersebut benar atau valid. Kuesioner valid jika pertanyaan ada dalam kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu akan diukur dengan kuesioner tersebut. Pengujian validitas diterapkan terhadap seluruh item pertanyaan yang ada pada setiap variabel. Terdapat beberapa tahap pengujian yang akan dilakukan yaitu melalui Uji validitas *convergent validity*, *average variance extracted (AVE)*, dan *discriminant validity*.³¹

1. *convergent validity*

Pengukuran konvergensi ini menunjukkan apakah setiap item pertanyaan mengukur kesamaan dimensi variabel tersebut. Oleh karena itu hanya item pertanyaan yang mempunyai tingkat signifikansi yang tinggi, yaitu lebih besar dari dua kali standar error dalam pengukuran item pertanyaan variabel penelitian. Validitas konvergen dapat terpenuhi pada saat setiap variabel memiliki nilai loading factor >0.7 .³²

³¹Rini Ardista, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Langit Membiru Wisata Bogor.* (Bogor: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tribuana 2021), h.41., <https://doi.org/10.37751/parameter.v6i1.160>.

³²Reny Rian Marlina, *Partial Least Squares-Structural Equation Modeling Pada Hubungan Antara Tingkat Kepuasan Mahasiswa dan Kualitas Google Classroom Berdasarkan Metode Webqual 4.0.* (2020), h.179., DOI: 10.20956/jmsk.v%vi%i.7851.

2. *Average Variance Extrated (AVE)*

Uji validitas ini adalah dengan menilai validitas dari item pertanyaan dengan melihat nilai *average variance extracted (AVE)*. AVE merupakan persentase rata-rata nilai *variance extracted (AVE)* antar item pertanyaan atau indikator suatu variabel yang merupakan ringkasan *convergent indicator*. Untuk persyaratan yang baik, jika AVE masing-masing item pertanyaan nilainya lebih besar dari 0.5³³

3. *Discriminant Validity*

Uji validitas ini menjelaskan apakah dua variabel cukup berbeda satu sama lain. Uji validitas diskriminan dapat terpenuhi apabila nilai korelasi variabel ke variabel itu sendiri lebih besar jika dibandingkan dengan nilai korelasi seluruh variabel lainnya. Selain itu cara lain untuk memenuhi uji validitas diskriminan dapat dilihat pada nilai *cross loading*, apabila nilai *cross loading* setiap item pernyataan variabel ke variabel itu sendiri lebih besar dari nilai korelasi item pernyataan ke variabel lainnya.³⁴

b. *Reliabilitas*

Secara umum reliabilitas didefinisikan sebagai rangkaian uji untuk menilai kehandalan dari item-item pernyataan. Uji reliabilitas

³³Setiawati, Pristiyono, dan Simanjuntak, *Implikasi Iklan, Media Sosial dan Brand Ambassador terhadap Niat Beli Produk Scarlett Whitening di Kecamatan Panai Tengah.* Riset dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer, Universitas Labuhanbatu 2023), h.1126.

³⁴Adityo Suryo Saksono dan Wisnu Untoro, *Model Konseptual Perceived Ease Of Use dan Perceived Usefulness Konsumen dalam Penggunaan Aplikasi Shopee di Surakarta Dengan Discount Sebagai Variabel Moderasi.* Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan (Snpk) 2 (Surakarta: Universiats Sebelas Maret 2023), h.364., <https://Doi.Org/10.36441/Snpk.Vol2.2023.141>.

digunakan untuk mengukur konsistensi alat ukur dalam mengukur suatu konsep atau mengukur konsistensi responden dalam menjawab item pernyataan dalam kuesioner atau instrumen penelitian. Untuk menguji reliabilitas dapat dilakukan melalui *composite reliability* dan *chronbach's alpha*, suatu variabel dapat dikatakan reliabel ketika memiliki nilai *composite reliability* dan *chronbach's alpha* $\geq 0,7$.

3. Model Struktural (Inner Model)

Inner model (inner relation, structural model dan substantive theory) menggambarkan hubungan antara variabel laten berdasarkan pada teori substantif. Model struktural dievaluasi dengan menggunakan *R-square* untuk variabel dependen, Stone-Geisser Q-square test untuk predictive relevance dan uji t serta signifikansi dari koefisien parameter jalur struktural. Dalam menilai model dengan PLS dimulai dengan melihat R-square untuk setiap variabel laten dependen. Interpretasinya sama dengan interpretasi pada regresi. Perubahan nilai R-square dapat digunakan untuk menilai pengaruh variabel laten independen tertentu terhadap variabel laten dependen apakah mempunyai pengaruh yang substantif. Di samping melihat nilai R-square, model *Partial Least Square (PLS)* juga dievaluasi dengan melihat Q-square prediktif relevansi untuk model konstruktif. Q square mengukur seberapa baik nilai observasi dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameternya.³⁵

³⁵Fashihanin Kaulika Ulma, *Pengaruh Motivasi, Gender, Self Efficacy, dan Pertimbangan Pasar Kerja Terhadap Minat Berkariir Sebagai Akuntan Publik, Konsultan Pajak, dan Bankir.*” *Jurnal Akuntansi* ,2023), h. 43-58Doi: <https://doi.org/10.25170/jara.v17i1.3868>.

4. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis menggunakan analisis *full model structural equation modeling* (SEM) dengan smartPLS. Dalam *full model structural equation modeling* selain mengkonfirmasi teori, juga menjelaskan ada atau tidaknya hubungan antara variabel laten. Pengujian hipotesis dengan melihat nilai perhitungan *Path Coefisien* pada pengujian *inner model*. Hipotesis dikatakan diterima apabila nilai T statistik lebih besar dari T tabel 1,96 (α 5%) yang berarti apabila nilai T statistik setiap hipotesis lebih besar dari T tabel maka dapat dinyatakan diterima atau terbukti.³⁶

J. Hipotesis

Berdasarkan uraian yang disebut ketika mengidentifikasi masalah tersebut, peneliti dapat mengajukan hipotesis sementara dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H_a-1: Iklan investasi (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat (Y) mahasiswa berinvestasi di pasar modal syariah.

H₀-1: Iklan investasi (X1) tidak berpengaruh terhadap minat (Y) mahasiswa berinvestasi di pasar modal syariah.

H_a-2: Aplikasi investasi (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat (Y) mahasiswa berinvestasi di pasar modal syariah.

H₀-2: Aplikasi Investasi (X2) tidak berpengaruh terhadap minat (Y) mahasiswa berinvestasi di pasar modal syariah.

³⁶Tyas Arifita Windasari dan Santi Rahma Dewi, *The Role of Corporate Governance in Moderating the Effect of Profitability and Liquidity on Tax Aggressiveness in Manufacturing Companies in the Consumer Goods Industry Sector.* "Academia Open 8 (Sidoarjo: Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, 2023), h.9., <https://doi.org/10.21070/acopen.8.2023.4039>.

- H_a-3:** Pengetahuan (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat (Y) mahasiswa berinvestasi di pasar modal syariah.
- H₀-3:** Pengetahuan (X3) tidak berpengaruh terhadap minat (Y) mahasiswa berinvestasi di pasar modal syariah.
- H_a-4:** Iklan investasi (X1) aplikasi profit anywhere (X2) dan pengetahuan (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat (Y) mahasiswa berinvestasi di pasar modal syariah.
- H₀-4:** Iklan investasi (X1) aplikasi profit anywhere (X2) dan pengetahuan (X3) Tidak berpengaruh terhadap minat (Y) mahasiswa berinvestasi di pasar modal syariah.

BAB II

LANDASAN TEORI DAN KERANGKA BERPIKIR

A. Landasan Teori

1. Pasar Modal Syariah

a. Pengertian Pasar Modal Syariah

Pasar modal adalah pasar yang mempertemukan penjual dan pembeli, namun perbedaan antara pasar modal dan pasar pada umumnya adalah barang yang diperdagangkan, di pasar modal terdapat barang yang di jual seperti saham, obligasi, right, reksa dana, dan berbagai instrumen lainnya.¹ Pasar modal syariah adalah pasar yang kegiatannya sesuai dengan prinsip syariah Islam. Setiap jual beli surat berharga harus memenuhi ketentuan kegiatannya, yaitu harus sesuai dengan syariat Islam.² Menurut Roikhan dan Ikatan mahasiswa ekonomi syariah Pasar modal syariah adalah pasar modal kegiatan yang di terapkan dengan prinsip syariah.³ Pasar modal syariah merupakan salah satu alternatif investasi bagi pelaku pasar yang tidak hanya ingin mendapatkan return terbaik, tetapi juga memiliki keinginan untuk dapat memberikan ketenangan.

¹Niko Saputra Dan Dedi Mulyadi, *Perkembangan dan Tantangan Pasar Modal Indonesia.*” *Jurnal Pijar* 1, No. 2, (Karawang: Fakultas Bisnis Buana Perjuangan Karawang, 2023), h.128.

²Farah Indah Azhari, Herdian Nur Rahman, dan Maryam Batubara, *Peran Sosialisasi dan Edukasi dalam Menumbuhkan Minat Masyarakat Berinvestas di Pasar Modal Syariah.*” *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 4, no. 3 (Sumatra Utara: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara , 2023), h. 605.

³Faizal Huda Ramadhan, *Pengaruh Pengetahuan dan Motivasi Investasi Syariaht terhadap Minat untuk Berinvestasi di Pasar Modal Syariah pada Mahasiswa Gen Z di Kota Bogor.*” *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 4, no. 3, (Bogor: Universitas Ibn Khaldun Bogor, 2023), h.724.

b. Peran dan Manfaat Pasar Modal Syariah

Peran dan manfaat pasar modal:

1. Pasar modal merupakan sarana penghimpunan uang untuk membiayai suatu usaha juga alokasi investasi yang efektif.
2. Pasar modal membantu meningkatkan kegiatan perekonomian nasional karena perusahaan akan lebih mudah memperoleh dana sehingga mendorong mereka perekonomian nasional menjadi lebih maju, yang akan menciptakan lapangan kerja selain untuk meningkatkan penerimaan pajak pemerintah.
3. Pasar modal adalah sarana penghubung investor dengan perusahaan atau perusahaan lembaga pemerintah dengan memperdagangkan instrumen keuangan jangka panjang seperti Saham, obligasi, dan lainnya. Sebagai alternatif investasi, pasar modal memberikan peluang kepada investor pertama jadilah pemilik perusahaan yang bagus dan prospek bagus dengan membeli saham efek yang baru saja ditawarkan atau diperdagangkan di pasar modal dengan imbal hasil - hasil dan tingkat risiko tertentu. Yang kedua memantau pelaksanaan pengelolaan perusahaan agar berjalan secara profesional dan transparan.¹

⁵Hamdan Fathoni, *Peran Pasar Modal Syariah dalam Laju Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia.* " *Khazanah Multidisiplin* (Riau: Program Studi Akuntansi, Universitas Muhammadiyah Riau, 2020), h.10918, <https://Doi.Org/10.15575/Km.V2i1.11635>.

c. Prinsip-Prinsip Pasar Modal Syariah

Pasar modal syariah, jika perusahaan ingin mengakuisisi pembiayaan melalui penerbitan surat berharga, kemudian perusahaan yang bersangkutan yang pertama harus memenuhi standar keamanan yang sesuai dengan prinsip syariah, sehingga aktivitasnya dapat dipahami di pasar modal mengacu pada hukum syariah yang berlaku. Adapun prinsip-prinsip pasar syariah adalah:

1. Instrumen/surat berharga yang diperdagangkan harus sesuai dengan prinsip syariah Islam yang bebas dari maysir (judi) dan gharar (ketidakpastian) riba dan batil.
2. Emiten yang menerbitkan efek syariah, baik berupa saham maupun sukuk, wajib mematuhi semua peraturan syariah.
3. Semua sekuritas harus berdasarkan aset atau transaksi nyata, jangan berharap keuntungan dari kontrak utang- piutang.

2. Produk Pasar Modal Syariah

a. Saham Syariah

Saham adalah surat berharga yang membuktikan penyertaan modal dalam perseroan dan dengan bukti penyertaan itu pemegang saham berhak mendapat bagian dari hasil usaha perseroan. Konsep penyertaan modal dengan hak ikut serta dalam hasil usaha merupakan konsep yang tidak bertentangan dengan prinsip hukum Islam. Prinsip syariah mengenal konsep ini sebagai kegiatan musyarakah atau syirkah.²

²<https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/pages/pasar-modal-syariah.aspx>

Suatu saham dapat diklasifikasikan sebagai saham syariah jika telah dikeluarkan oleh:

1. Emiten dan perusahaan publik yang dengan jelas menyatakan dalam anggaran dasarnya bahwa kegiatan komersial emiten dan perusahaan publik tidak bertentangan dengan prinsip syariah Islam.
2. Emiten dan perusahaan publik yang tidak mengatur dalam anggaran dasarnya bahwa kegiatan usaha emiten dan perusahaan publik tidak bertentangan dengan prinsip syariah Islam, tetapi memenuhi kriteria sebagai berikut: Kegiatan perdagangan tidak bertentangan dengan prinsip hukum Islam sebagaimana diatur dalam Peraturan IX.A.13, yaitu tidak melakukan kegiatan usaha:
 - 1) Perjudian dan permainan yang diklasifikasikan sebagai perjudian;
 - 2) Memperdagangkan barang/jasa yang tidak diserahkan; berdagang dengan penawaran/permintaan palsu;
 - 3) Bank berbasis bunga perusahaan pembiayaan berbasis bunga;
 - 4) Jual beli risiko yang mengandung unsur ketidakpastian (gharar) dan/atau perjudian (maysir), termasuk asuransi konvensional;
 - 5) Memproduksi, mengedarkan, memperdagangkan dan/atau menyediakan barang atau jasa yang mengandung bahan yang tidak sah (haram-li-dzati) atau barang atau jasa yang tidak sah karena bahannya (haram-li-dzati) yang ditetapkan oleh DSN-MUI; dan/atau barang atau jasa yang secara moral merusak dan merugikan;

- a. melakukan transaksi yang mengandung unsur penyuapan;
- b. Rasio total utang berbasis bunga terhadap total ekuitas tidak lebih dari 82%, dan
- c. Rasio total pendapatan bunga dan total pendapatan non halal dibandingkan dengan total pendapatan operasional dan total pendapatan lainnya tidak lebih dari 10%.

b. Sukuk

Sukuk dalam terminologi merupakan bentuk jamak dari kata “syak” dalam bahasa Arab yang berarti sertifikat atau bukti kepemilikan. Sementara itu, Peraturan Bapepam dan LK Nomor IX.A.13 memberikan definisi instrumen sebagai berikut: “Surat berharga yang sah berupa sertifikat atau bukti kepemilikan yang sama nilainya dan merupakan bagian yang tidak terbatas (sebagian atau tidak terbagi) dari:

1. Beberapa aset berwujud (*ayyan maujudat*);
2. Nilai utilitas beberapa aset berwujud (*Manafiul Ayyan*), sekarang dan masa depan;
3. Layanan saat ini dan masa depan (Layanan).
4. beberapa aset proyek (*maujudat masyru 'muayyan*);
5. Kegiatan investasi yang teridentifikasi (*nasyath ististmarin khashah*)

c. Reksa Dana Syariah

Dana investasi syariah seperti reksa dana pada umumnya menjadi alternatif investasi bagi investor, terutama investor kecil dan investor yang tidak memiliki banyak waktu dan pengalaman untuk

memperhitungkan risiko investasinya. Reksa dana dirancang sebagai cara untuk mengumpulkan uang dari orang-orang yang memiliki modal, keinginan untuk berinvestasi, tetapi hanya memiliki waktu dan pengetahuan yang terbatas.

Sebagai sarana investasi, reksa dana syariah memiliki standar yang berbeda dengan reksa dana tradisional pada umumnya. Perbedaan tersebut terletak pada pemilihan alat investasi dan mekanisme investasi yang tidak boleh bertentangan dengan prinsip syariat Islam. Perbedaan lainnya adalah seluruh proses manajemen portofolio, pemeriksaan dan pembersihan.³

3. Minat

a. Pengertian Minat Investasi

Menurut Djaali minat adalah preferensi dan daya tarik dalam sesuatu atau aktivitas tanpa siapa pun memerintah. Pada dasarnya minat penerimaan hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri manusia. Semakin kuat atau dekat hubungannya, semakin banyak minat yang besar.

Minat dapat diartikan sebagai keinginan yang secara sadar terdapat dalam diri manusia. Minat dapat menjadi alasan terbesar seseorang untuk mencapai dan mewujudkan tujuan. Minat dapat diartikan sebagai

³ <https://www.ojk.go.id/id/kanal/syariah/pages/pasar-modal-syariah.aspx>

keinginan yang terkandung secara sadar dalam diri manusia. Minat dapat menjadi alasan terbesar seseorang untuk mencapai dan mencapai tujuan.⁴

b. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Investasi

Faktor yang mempengaruhi minat menurut Reaper dalam Muhibbin Syah diantara yang lain:⁵

1. Faktor Internal

Faktor internal adalah sesuatu ciptakan minat yang berasal dari ada seseorang. faktor internal adalah fokus, rasa ingin tahu, motivasi dan kebutuhan.

2. Faktor Eksternal

Faktor eksternal adalah sesuatu ciptakan minat yang berasal dari orang lain, seperti keluarga dan teman, tersedia Infrastruktur, sarana atau utilitas kondisi.

Dari teori di atas adapun setiap variabel dependen akan mempengaruhi variabel independen, seperti penjelasan berikut ini:

a) Iklan mempengaruhi minat

Menurut Jefkins bahwa Iklan adalah media informasi yang dibuat sedemikian rupa untuk menarik minat masyarakat, bersifat orisinal dan memiliki ciri persuasif tertentu sehingga konsumen atau khalayak secara sukarela terdorong untuk melakukan tindakan

⁴Lestiana, *Pengaruh Pengetahuan Investasi, Kebijakan Modal Minimum, Literasi Keuangan dan Sosial Media Influencer Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi di Pasar Modal*”(Yogyakarta: Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2022), h.12.

⁵In Soraya, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Jakarta dalam Mengakses Portal Media Jakarta Smart City.*” *Jurnal Komunikasi* (Jawa Timur: 2015), h.12.

sesuai dengan yang diinginkan pengiklan. Periklanan adalah sarana komunikasi yang mendorong khalayak untuk membuat keputusan pembelian tentang suatu produk atau jasa dan menyampaikan informasi kepada pemirsa, dalam hal ini calon pelanggan.⁶ Dengan demikian iklan adalah suatu strategi pemasaran untuk menarik masyarakat ataupun kaum milenial untuk berinvestasi di pasar modal syariah, dengan hal tersebut apakah iklan dapat memberikan pengaruh terhadap minat masyarakat untuk berinvestasi di pasar modal syariah.

b) Aplikasi Mempengaruhi Minat

Aplikasi adalah program yang dibuat dalam program dengan komputer untuk memudahkan pekerjaan atau tugas seperti menerapkan, menggunakan, dan menambahkan data yang diperlukan. Aplikasi adalah program yang dibuat oleh perusahaan komputer untuk pengguna yang bekerja di area umum, seperti toko, komunikasi, penerbangan, perdagangan, dan sebagainya.⁷ Dengan adanya aplikasi yang memadai untuk memudahkan investor untuk melakukan investasi, pada zaman sebelum berkembangnya aplikasi untuk berinvestasi investor yang ingin melakukan investasi harus mendatangi kantor Bursa Efek Indonesia, dengan hal demikian dengan hadirnya aplikasi investasi yang dapat di gunakan di mana

⁶ Aldina Shiratina et all, *Pemasaran Online Melalui Penerapan Iklan Secara Digital.*” Jurnal Sain Manajemen, 2020), h.17.

⁷Putri dan Widyaningsih, *Peran Aplikasi Digital Investasi Saham Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. Ilmu Administrasi Bisnis*, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta 2023), h.256.

saja dan kapan saja, apakah akan meningkatkan minat masyarakat atau mahasiswa untuk berinvestasi di pasar modal syariah.

c. Pengetahuan Mempengaruhi Minat

Pengetahuan investasi merupakan pemahaman yang harus dimiliki seseorang tentang berbagai aspek investasi, mulai dari pengetahuan penilaian investasi, tingkat risiko dan tingkat pengembalian investasi. Pengetahuan merupakan dasar yang dimiliki seseorang untuk mendorong tumbuhnya energinya dalam melakukan sesuatu sehingga pengetahuan tentang investasi membantu seseorang untuk menentukan dan memikirkan keputusan dalam melakukan investasi.⁸ Dengan adanya seminar dan perkuliahan terkait pasar modal syariah tentunya memiliki pengetahuan untuk berinvestasi, namun faktanya mahasiswa yang sudah membuka akun, mengikuti seminar dan mengambil mata kuliah pasar modal, namun belum melakukan investasi di pasar modal syariah, dengan demikian apakah pengetahuan tersebut mempengaruhi minat mahasiswa untuk berinvestasi di pasar modal syariah.

c. Indikator Minat Investasi

Menurut Gapar, minat diambil menjadi perantara dari beberapa faktor yang memiliki pengaruh tertentu, perhatian menunjukkan seberapa keras seseorang berusaha dan menunjukkan seberapa besar usaha yang

⁸Rizky Achmad Firdaus, Nur Ifrochah, dan Alamat Korespondensi, *Pengaruh Pengetahuan Investasi dan Motivasi Investasi Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Politeknik Keuangan Negara Stan di Pasar.* 2022, h.20.

mereka lakukan untuk mencapai sesuatu. Dalam teori Theory Of Planned Behavior, telah ditunjukkan bahwa niat seseorang dipengaruhi olehnya sikap individu terhadap niat untuk melakukannya.

Indikator minat berinvestasi antara lain: (1) keinginan untuk mempelajari alat-alat investasi, (2) keinginan untuk meluangkan waktu mengikuti seminar dan pelatihan investasi, dan (3) upaya untuk berinvestasi.⁹

4. Iklan Investasi

a. Pengertian Iklan Investasi

Menurut KBBI, pengertian iklan adalah suatu pesan atau berita yang dimaksudkan untuk mendorong dan membujuk masyarakat umum agar menaruh minat terhadap barang/jasa yang ditawarkan. Menurut (Kotler dan Armstrong) *Advertising* (iklan) merupakan pengeluaran yang dilakukan perusahaan untuk melakukan promosi produk atau jasa. Media online sangat efektif digunakan untuk mengiklankan atau mempromosikan suatu produk melalui media sosial. Periklanan adalah salah satu bentuk promosi yang paling populer dan banyak dibicarakan karena jangkauan iklan yang sangat cepat. Iklan juga merupakan alat promosi yang sangat penting, terutama bagi perusahaan yang memproduksi barang atau jasa yang ditujukan untuk masyarakat luas. Keunggulan lain dari iklan melalui media massa adalah kemampuannya

⁹Lioera, Susanto, dan Supriatna, *Faktor-Faktor yang mempengaruhi Minat Investasi Mahasiswa di Pasar Modal*. "Jurnal Media Bisnis, 2022), h.184.

untuk menarik perhatian konsumen, terutama agar produk yang diiklankan populer atau terkenal di masyarakat.¹⁰

Iklan investasi adalah sarana promosi, dan merupakan sumber informasi tentang suatu produk berupa barang dan jasa. Informasi ini adalah kebutuhan konsumen, sebelum konsumen menggunakan sumber dananya untuk melakukan transaksi dengan entitas komersial. Iklan juga merupakan salah satu komunikasi pemasaran yang biasanya digunakan dalam kegiatan ekonomi untuk mempresentasikan produk kepada konsumen, dan dalam hal ini iklan investasi yang dimaksud adalah iklan investasi di bidang perdagangan berjangka komoditi atau Pasar Modal Syariah.¹¹ Promosi atau iklan yang dimaksud adalah upaya membujuk (meyakinkan atau dorongan) untuk mengajak konsumen dan calon konsumen untuk melakukan penggunaan produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan. Iklan media sosial adalah cara baru untuk menjangkau konsumen kini perusahaan menggunakan periklanan melalui media sosial media sebagai sarana promosi untuk memudahkan pengenalan produk baru kepada konsumen.¹²

¹⁰Syahril, Kurniawati, Dan Adinata, Pengaruh Iklan Lazada Terhadap Minat Beli Barang Secara Online Di Kalangan Mahasiswa." *Jurnal Pendidikan, Sosial dan Sains* Volume 3 Nomor 1, Maret 2023), h.19.

¹¹Dewi, *Perlindungan Konsumen Dari Iklan Investasi Ilegal Di Media Sosial*, "Universitas Sumatra Utara Medan." 2021), h.11.

¹²Richadinata dan Surya Astitiani, *Pengaruh Iklan Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Lingkungan Universitas Bali Internasional*." *E-Jurnal Manajemen Universitas Bali Internasional* Vol. 10, No. 2021), h.198.

b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Iklan Investasi

1. Tingkat Kejenuhan Para Pengunjung Iklan

Semua orang suka melihat iklan, apalagi jika mereka selalu harus menemukan banyak iklan di media yang mereka akses. Kegiatan promosi yang tinggi yang dilakukan oleh penyedia jasa periklanan akan menyebabkan munculnya berbagai iklan internet setiap saat melalui berbagai media, seperti: email, iklan banner, pop-up, media sosial, dan lain-lain. Semua ini akan memuaskan para pengguna internet yang Anda targetkan sebagai konsumen agar bosan atau bosan.

2. Waktu Yang Terbatas

Beberapa pengguna aktif akan menggunakan layanan Internet di tempat kerja dan melakukan banyak aktivitas penting lainnya. Kesibukan tersebut akan menyebabkan mereka memiliki keterbatasan waktu untuk melihat atau bahkan membaca berbagai hal lain di luar pekerjaan. Hal ini juga membuat iklan online menjadi tidak efektif dan cenderung diabaikan, terutama oleh orang-orang sibuk seperti ini.

3. Biaya Internet Yang Terbatas

Akses terbatas ke internet adalah salah satu alasan kebanyakan orang mengabaikan iklan. Harga internet yang mahal dan menggunakan layanan internet hanya pada waktu-waktu tertentu akan membuat pengguna internet lebih selektif dalam mengakses berbagai

konten. Mereka tidak akan punya waktu dan anggaran untuk hal-hal yang tidak perlu, termasuk iklan yang mereka temukan di Internet

4. Perhitungan Tarif Internet Yang Kurang Adil

Menetapkan harga menggunakan CPM (biaya per seribu tayangan) atau tarif CPM untuk iklan online agak tidak adil. Pada dasarnya tidak semua pengguna internet yang melihat tayangan iklan akan mengklik iklan tersebut. Jika netizen tidak mengklik iklan tersebut, maka tentunya tujuan dari iklan ini akan jauh dari harapan.

c. Indikator-Indikator Iklan Investasi

1. Iklan Menarik

Daya tarik dalam iklan adalah kemampuan untuk menjadi menarik tujuan menarik di pasar. Menurut Kotler dan Armstrong menyebut periklanan memiliki tiga karakteristik: Itu harus mengandung makna tentang manfaat produk sehingga anda lebih menarik dan diinginkan dari sebelumnya konsumen, dapat dipercaya konsumen akan dapatkan keuntungan seperti di atas dijanjikan dalam pesan iklan, dan unggulan pesan iklan lebih baik dibandingkan dengan iklan merek pesaing. Dalam periklanan, produk menjadi daya tarik tersendiri. Nama produk atau jasa menjadi identitas produk yang ditawarkan. Informasi nama produk harus ditonjolkan sehingga audiens dapat dengan mudah mengidentifikasinya. Identifikasi awal

terhadap target pembeli, sehingga muncul minat untuk membeli produk yang ditawarkan melalui iklan.¹³

2. Menimbulkan Keinginan

Seorang yang sangat emosional ketika mendapatkan iklan produk berdasarkan apa yang selalu di inginkan, keinginan yang kuat untuk itu, sehingga keinginan itu sepertinya telah berubah menjadi semacam "keperluan atau kebutuhan". Inilah kekuatan periklanan, itu bisa tumbuh keinginan seseorang yang tidak menginginkannya, membuatnya terlihat seperti kebutuhan seseorang yang benar-benar menginginkannya, semakin mendesak bagi mereka yang benar-benar membutuhkannya.¹⁴

3. Menimbulkan Perhatian

Perhatian dapat membangkitkan keinginan selain kemampuan untuk menghasilkan perhatian dan perhatian, iklan yang bagus tersebut harus dapat menimbulkan keinginan pada konsumen untuk mencoba merek yang diiklankan. Dalam hal ini, penting bagi perusahaan untuk melakukannya mencari tahu motif pembelian konsumen, alasannya untuk mencari tahu apa yang diinginkan dan menjadi kebutuhan konsumen. Dan melalui manfaat ditawarkan

¹³Tito dan Gabriella, *Faktor-faktor Iklan yang Dapat Menarik Penonton Untuk Menonton Iklan Skip-Ads di Youtube Sampai Selesai.* Jurnal Akuntansi Maranatha (Bandung: Fakultas Ekonomi Program Pascasarjana Magister Manajemen (Universitas Katolik Parahyangan 2019), h.101.

¹⁴Sinollah, Dewi Nur Maulidiyah, dan Mohamad Tody Arsyianto, *Analisis Periklanan Pengaruhnya Terhadap Perilaku Konsumen dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian.* Jurnal Sketsa Bisnis, (Malang: Universitas Islam Malang 2020), h.212., <https://doi.org/10.35891/jsb.v7i2.1950>.

melalui iklan, harapan perusahaan hal tersebut dapat mempengaruhi sikap konsumen yang pada akhirnya dapat membayar atau menyebabkan keinginan konsumen untuk mencoba merek yang diiklankan.¹⁵

4. Menimbulkan Tindakan

Menghasilkan suatu tindakan yang kuat, muncul dari suatu keinginan, konsumen akan melakukan tindakan yang diperlukan untuk membeli merek tersebut yang diiklankan. Dan jika konsumen puas dengan merek itu, lalu konsumen mengkonsumsi atau membeli kembali produk tersebut.¹⁶

5. Aplikasi Investasi

a. Pengertian Aplikasi Investasi

Aplikasi adalah program yang dibuat oleh perusahaan komputer untuk pengguna yang bekerja di area publik, seperti pertokoan, komunikasi, penerbangan, perdagangan, dan sebagainya. Aplikasi adalah program yang dikembangkan untuk memenuhi kebutuhan pengguna dalam menjalankan fungsi tertentu, dan aplikasi adalah program yang dibuat dalam program dengan komputer untuk memudahkan pekerjaan atau tugas seperti menerapkan, menggunakan, dan menambahkan data yang diperlukan.¹⁷

¹⁵ Astri Ayu Purwati, Josua Julius Siahaan, dan Zulfadli Hamzah, *Analisis Pengaruh Iklan, Harga dan Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian di Toko Rumah Pekanbaru.*” Jurnal Ekonomi KIAT (Pekanbaru: 2019), h.22.

¹⁶ Ibid., h.22

¹⁷Mutiara Fathullaili Putri dan Siska Widyaningsih, *Peran Aplikasi Digital Investasi Saham Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia.*” *Prosiding Caption* (Yogyakarta: 2023), h.257.

b. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Aplikasi Investasi

Sistem yang mudah digunakan ini dapat menyebabkan peningkatan keuntungan dan akan menyebabkan kepuasan konsumen atau pengguna dalam menggunakan sistem yang tercermin dari kondisi penggunaan nyata. Seseorang akan dapat menangani sistem dengan serius jika mereka memenuhi kriteria, seperti kualitas, profitabilitas, dan kinerja, kepuasan dan pengambilan keputusan.¹⁸ Model sukses tersebut dikemukakan oleh William H. Dillon dan Ephraim R. Maclean pada tahun 2003, dalam makalah mereka yang berjudul: *The Dillon and Maclean Model of Information Systems Success: A Ten-Year Update*. Dalam model yang diperbarui ini, mereka mengubah beberapa dimensi, keberhasilan sistem aplikasi informasi dari model sebelumnya (1992) menjadi: kualitas sistem, kualitas informasi, kualitas layanan, kepuasan pengguna, niat untuk menggunakan (*use*) dan manfaat bersih.¹⁹

c. Indikator Aplikasi Investasi

1. Kualitas Sistem

Menurut Dillon dan Maclean berpendapat kualitas ini sistem aplikasi adalah fitur dari informasi yang disematkan mengenai sistem aplikasi itu sendiri yang merupakan kualitas dari sistem aplikasi tersebut ini menunjukkan seberapa bagus perangkat keras dan

¹⁸Nabela Destiana, *Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Aplikasi Investasi Reksa Dana*, Universitas Islam Indonesia." (Yogyakarta: 2022), h.12.

¹⁹Agus Widodo Dan Honorata Ratnawati Dwi Putranti, *Pengaruh Kualitas Sistem Aplikasi dan Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Pengguna Sistem Aplikasi Rts (Rail Ticketing System) Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi.* Jurnal Media Ekonomi dan Manajemen (Semarang: Fakultas Ekonomika Dan Bisnis UNTAG Semarang 2016), h.163.

perangkat lunaknya tindakan politik sistem menerapkan informasi yang dapat anda berikan informasi tentang kebutuhan pengguna.²⁰

2. Kualitas Informasi

Menurut Delone dan McLean, untuk mengevaluasi kualitas informasi dapat digunakan lima dimensi yaitu akurasi, ketepatan waktu, kelengkapan, relevansi, dan konsistensi. Kualitas informasi menunjukkan kualitas produk yang dihasilkan oleh sistem informasi. Semakin baik kualitas informasi maka semakin besar pengaruhnya terhadap keputusan yang dibuat oleh pengguna. Kualitas informasi digunakan untuk mengukur informasi yang dihasilkan dari suatu sistem informasi dengan kualitas yang dapat memberikan nilai bagi pengguna sistem tertentu dengan karakteristik informasi yang sesuai dengan kebutuhan pengguna.²¹

3. Kualitas Pelayanan

DeLone & McLean mendefinisikan kualitas layanan sebagai layanan fasilitas dari pengembang ke pengguna. Layanan yang ditawarkan, misalnya, adalah: Pembaruan aplikasi, dan ulasan dari pengembang terkait jika ada masalah dengan aplikasi itu. Kualitas

²⁰Ibid., h.164.

²¹ Shanaz Amarin dan Tri Indra Wijaksana, *Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Pengguna Aplikasi Berrybenka di Kota Bandung).* "Business Management Analysis Journal (BMAJ) (Bandung: Universitas Telkom, Bandung 2021), h.40., <https://doi.org/10.24176/bmaj.v4i1.6001>.

layanan, yaitu dukungan komprehensif yang diberikan oleh pengembang.²²

Sistem kepada pengguna dengan memberikan jaminan keamanan, kenyamanan, empati dan daya tanggap dalam memenuhi harapan konsumen. Jika kualitas layanan yang diberikan maksimal, kepuasan pelanggan otomatis akan meningkat. Jika konsumen senang dengan kemudahan pelayanan, konsumen selalu menggunakannya kontinu. Kualitas pelayanan memiliki tiga indikator yaitu responsiveness, assurance dan simpati.²³

4. Kepuasan Pengguna

Kotler & Keller mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai sesuatu yang melibatkan perasaan senang dan kecewa karena perbandingan kinerja yang diharapkan dengan kenyataan. Jika hasilnya sesuai dengan yang diharapkan, konsumen akan merasakannya puas. Kepuasan konsumen adalah apakah yang diharapkan konsumen sesuai dengan harapan awal sebelum menggunakan suatu produk.²⁴

²² Nisriana Nur Asyifa, Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Kualitas Pelayanan dan kemudahan penggunaan terhadap keputusan pengguna sistem informasi akademik mahasiswa(SIAM) Universitas Barawijaya, (Barawijaya: 2020), h.5.

²⁴ Ibid., h. 41.

6. Pengetahuan Investasi

a. Pengertian Pengetahuan Investasi

Edukasi investasi merupakan pengetahuan yang telah diberikan, baik kepada mahasiswa melalui perguruan tinggi maupun dari pihak luar terkait dengan investasi di pasar modal. Pengetahuan investasi merupakan pemahaman yang harus dimiliki seseorang tentang berbagai aspek investasi, mulai dari pengetahuan penilaian investasi, tingkat risiko dan tingkat pengembalian investasi.²⁵

b. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Pengetahuan Investasi

Menurut Notoadmodjo, faktor-faktor yang pengetahuan mempengaruhi sebagai berikut:

1. Pendidikan

Pendidikan mempengaruhi proses pembelajaran yang lebih tinggi mengajar seseorang, semakin mudah baginya untuk menerima informasi. Peningkatan pengetahuan tidak diperoleh secara mutlak dalam pendidikan formal, tetapi juga dapat diperoleh dalam pendidikan informal. Pengetahuan seseorang tentang sesuatu melibatkan dua aspek, yaitu aspek positif dan aspek negatif. Kedua aspek tersebut menentukan sikap seseorang terhadap objek tertentu. Semakin banyak aspek positif dari objek yang diketahui akan mendorong sikap positif terhadap objek

²⁵Nur Hazlina, *Pengaruh Platform Media Sosial, Pengetahuan Investasi, Persepsi Resiko dan Return Terhadap Minat Generasi Milenial Berinvestasi di Pasar Modal (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Uin Suska Riau).*" Skripsi (Suska Riau: Fakultas Akuntansi dan Ilmu Sosial UIN Suska Riau 2022), h.24.

tersebut. Pendidikan tinggi seseorang mendapat informasi baik dari orang lain maupun media. Semakin banyak informasi yang masuk maka semakin banyak pengetahuan tentang kesehatan yang didapat.

2. Pekerjaan

Seperti yang dikutip oleh Tomas Norlam, pekerjaan diartikan sebagai sumber Menyenangkan, meskipun ini adalah cara untuk mencari nafkah membosankan dan berulang-ulang dan dia memiliki banyak tantangan selama bekerja kegiatan yang memakan waktu lama.

3. Umur

Usia adalah umur dari individu yang dihitung dari saat lahir Sampai akhir hayat, semakin banyak usia dan tingkat kedewasaan yang cukup dan kekuatan seseorang akan lebih dewasa dalam berpikir sebuah pekerjaan. Dalam hal kepercayaan diri masyarakat adalah lebih banyak orang-orang dewasa dipercaya oleh orang-orang dan itu tidak tinggi kedewasaannya.

4. Faktor Lingkungan

Lingkungan adalah segalanya kondisi yang ada pada manusia efeknya bisa mempengaruhi perkembangan atau tingkah laku individu kelompok.

5. Sosial Budaya

Sistem sosial-budaya telah dioperasikan masyarakat bisa menyediakan efek batin Menerima informasi.²⁶

c. Indikator Pengetahuan Investasi

Pengetahuan investasi diukur dengan menggunakan 4 (empat) indikator yang diberikan oleh Kusmawati, yaitu sebagai berikut:²⁷

1. Pemahaman tentang kondisi berinvestasi.
2. Pengetahuan dasar penilaian saham.
3. Tingkat risiko.
4. Tingkat pengambilan (return) investasi.

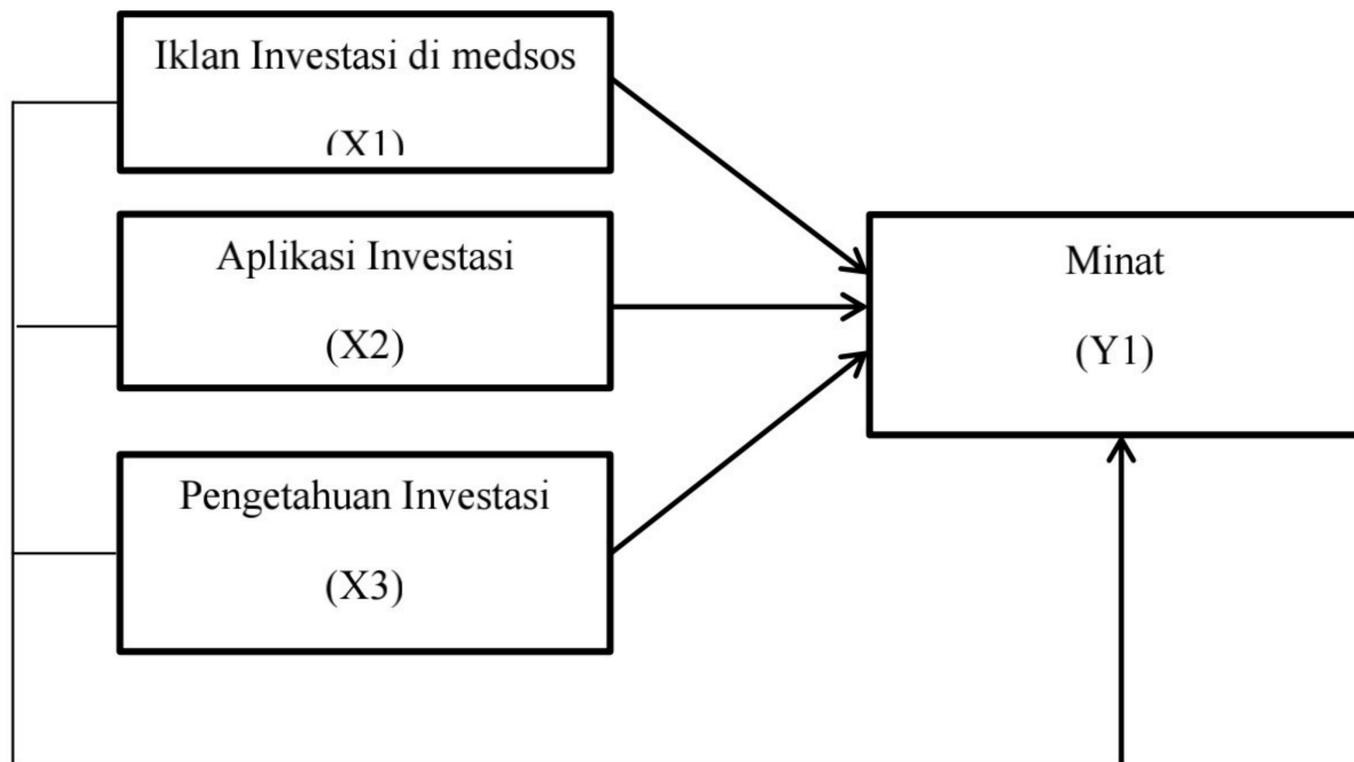
B. Kerangka Berpikir

Dalam penelitian ini memiliki tiga variabel bebas (iklan investasi, perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan) dan satu variabel terikat (minat). Peneliti menggambarkan kerangka berpikir dari penelitian ini sebagai berikut:

²⁶Tedi Pitri, Jurnal Ekonomedia, *Pengaruh Pengetahuan dan Pengalaman Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada CV. Ria Busana.* (Sukabumi: STIE PASIM Sukabumi 2020), h.43.

²⁷Lestiana, *Pengaruh pengetahuan investasi, kebijakan modal minimum, literasi keuangan dan social media influencer terhadap minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal.*” Skripsi (Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia 2022), h.30.

Gambar 1.2
Kerangka Berpikir



Adapun indikator dari variabel bebas dan variabel terikat sebagai berikut:

1. Indikator Iklan

Menurut Kotler Media periklanan terdiri dari surat kabar, majalah dan brosur Televisi, radio, internet, surat langsung, tanda, papan reklame, kotak neon, dan papan reklame.²⁸ Tentunya setiap media periklanan memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing. Penggantian iklan juga harus memperhatikan media yang akan digunakan agar iklan tersebut efektif. Menurut Kotler dan Keller Keuntungan dari iklan online adalah selektivitas yang tinggi, kemungkinan interaksi dan biaya yang dikeluarkan relatif Lebih murah. Sedangkan kelemahan dari iklan online sendiri adalah medianya relatif baru, penggunaanya di beberapa negara

²⁸Santoso dan Larasati, *Benarkah Iklan Online Efektif Untuk Digunakan dalam Promosi Perusahaan.* Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia (Malang: Universitas Chung Malang Indonesia 2019), h.31.

masih muda.²⁹ Menurut Wibisono indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur periklanan adalah:³⁰

- a. Menarik
- b. Menimbulkan Perhatian
- c. Menimbulkan Keinginan
- d. Melakukan tindakan

2. Indikator Aplikasi Investasi

Menurut Manuel Aplikasi investasi saham merupakan sarana untuk transaksi saham di pasar modal bekerja dengan sistem online atau lebih dikenal dengan jual beli online. Aplikasi investasi saham merupakan inovasi lanjutan setelah berkembangnya jual beli saham secara online karena investor tidak perlu datang langsung ke broker. Memanfaatkan pesatnya perkembangan teknologi smartphone, saham dapat dibeli dan dijual secara online melalui aplikasi di dalamnya yang memberikan banyak keuntungan seperti fleksibilitas dan penawaran yang lebih baik.³¹ Penggunaan teknologi informasi investasi paling banyak mahal, diperlukan evaluasi untuk mengetahui keberhasilan sesuatu teknologi Informasi. formulir evaluasi salah satu situs dengan analogi tingkat keberhasilannya serupa DeLone dan McLean juga disebut sebagai Model sukses DeLone dan sistem informasi Maclean. Pada model ini terdiri dari 6 kategori, yaitu

²⁹Ibid., h.31

³⁰Ernesta Febriari Rahmawati, *Pengaruh Atribut Produk, Harga dan Iklan Terhadap Perpindahan Merek pada Konsumen Viva Cosmetics di Surabaya.*” Jurnal Administrasi Bisnis (Jawa Timur: Universitas Pembangunan Nasional 2023), h.3.

³¹Athaya, *Pengaruh Kegunaan, Kemudahan, dan Nilai - Nilai Sosial Kognitif Terhadap Niat Mahasiswa Menggunakan Aplikasi Investasi Saham.*” Skripsi (Yogyakarta: Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia 2022, h.22.

kualitas informasi dan kualitas sistem, Kepuasan penggunaan dan dampak Pengaruh organisasi dan individu Varian yang disediakan oleh DeLone & Maclean.³²

Adapun Indikator aplikasi investasi sebagai berikut:

- a. System Quality/Kualitas Sistem
- b. Information System/Kualitas Informasi
- c. Service Quality/Kualitas Pelayanan dan Usage/Pemakaian

3. Pengetahuan Investasi

Pengetahuan investasi ini adalah pengetahuan dasar yang dia miliki untuk modal berinvestasi. Pengetahuan adalah dasar yang harus dimiliki oleh seseorang untuk mendorong pertumbuhan pengetahuan investasi untuk melakukan investasi dengan dapat mempertimbangkan keputusan dalam melakukan investasi.³³

Indikator pengetahuan investasi menurut Kusmawati sebagai berikut:

- a. Pemahaman tentang kondisi berinvestasi.
- b. Pengetahuan dasar penilaian saham.
- c. Tingkat risiko.
- d. Tingkat pengambilan (return) investasi.

Ada tiga faktor yang memiliki pengaruh terhadap minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal syariah antara lain sebagai berikut:

³²Rohman, *Delone & Mclean Model Untuk Analisa Keberhasilan Website Resmi Kabupaten Wonosobo.*” Jurnal PPKM (Wonosobo: 2019), h.192.

³³Findri Firdhausa dan Rani Apriani, *Pengaruh Platform Media Sosial Terhadap Minat Generasi Milenial dalam Berinvestasi di Pasar Modal.*” *Supremasi hukum* (Karawang : Fakultas Hukum, Universitas Singaperbangsa Karawang 2021), h. 19.

a) Pengaruh iklan investasi di media sosial terhadap minat

Dalam menarik minat mahasiswa untuk berinvestasi di pasar modal salah satunya dengan promosi atau iklan yang menjadi strategi suatu perusahaan dalam menawarkan produk atau jasa.

b) Pengaruh aplikasi investasi terhadap minat

Perkembangan teknologi sudah tumbuh sangat pesat, teknologi sudah terjangu di kalangan masyarakat, khusus di kalangan milenial. Kemajuan *digitalisasi* dalam aspek ekonomi terlihat pada perubahan kegiatan transaksi. Dengan perkembangan teknologi investor akan sangat mudah untuk melakukan jual beli efek di bursa efek indonesia dengan aplikasi yang ada pada setiap sekuritas.³⁴

c) Pengaruh pengetahuan investasi terhadap minat

Generasi milenial memiliki karakteristik yang fasih akan teknologi atau biasa disebut dengan generasi digital, dalam bersosialisasi mayoritas menggunakan jejaring sosial internet, cenderung toleran dengan perbedaan kultur atau budaya, mereka terbiasa melakukan sesuatu dalam satu waktu bersamaan, mereka dapat melakukan kegiatan membaca, mendengarkan musik, dan menonton dalam waktu yang bersamaan.³⁵

d) Pengaruh iklan investasi di media sosial, aplikasi investasi dan pengetahuan investasi terhadap minat.

³⁴Cheryl Candrakanta, *Pengaruh Kemajuan Teknologi, Literasi Keuangan, dan Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan Penggunaan Transaksi Digital (e-wallet) Pada Konsumen Chandra Supermarket Mal Boemi Kedaton Bandar Lampung.* Skripsi (Lampung: Universitas Lampung, 2023), h.3.

³⁵ Cakrabumi Sumarsosno Aji, *Pengaruh Pengetahuan Ekonomi Islam Terhadap Minat Investasi Saham Syariah Di Kalangan Generasi Z.* Skripsi (Yogyakarta : Universitas Islam Indonesia, 2021), h.2.

Iklan investasi, aplikasi investasi dan pengetahuan investasi adalah salah satu faktor terpenting yang dapat meningkatkan minat mahasiswa untuk berinvestasi di pasar modal. Karena melihat bahwa saat ini erannya teknologi yang berkembang, pengetahuan investasi yang mudah di akses, serta banyaknya promosi-promosi yang sering di temui di medsos. Seharusnya ketiga faktor tersebut dapat mendorong mahasiswa berminat untuk berinvestasi di pasar modal. Namun tidak semua mahasiswa yang mengetahui arti penting berinvestasi di pasar modal.

BAB III

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Profil Prodi Ekonomi Syariah

Secara historis, keberadaan dan perkembangan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam (FSEI), merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari keberadaan dan perkembangan Insitut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup. Hal ini dikarenakan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam merupakan satu dari tiga Fakultas yang ada di IAIN Curup. Sebagai sebuah perguruan tinggi (PT), Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup yang ada sekarang ini, sebelumnya merupakan Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Curup. Berdasarkan Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 24 tahun 2018 yang ditandatangani oleh Presiden Joko Widodo tanggal 5 April 2018, kemudian menjadi IAIN Curup.¹

Ketika masih berstatus Sekolah Tinggi, STAIN Curup memiliki tiga jurusan, yaitu jurusan Tarbiyah, jurusan Syariah dan jurusan Dakwah. Seiring dengan peralihan status STAIN Curup menjadi IAIN Curup, maka ketiga jurusan tersebut juga mengalami transformasi, yakni jurusan Tarbiyah menjadi Fakultas Tarbiyah, jurusan Syariah menjadi Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, dan jurusan Dakwah menjadi Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa ketiga fakultas yang ada sekarang di IAIN Curup ini merupakan “Metamorphosis” dari tiga jurusan yang ada sebelumnya. Keberadaan ketiga fakultas ini, secara yuridis

¹ Laporan Evaluasi Diri Akreditasi Program Studi S1 Ekonomi Syariah, h.6

diperkuat setelah terbitnya Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 30 Tahun 2018 tentang Organisasi dan Tata Kerja (ORTAKER) IAIN Curup dan Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 2019 tentang STATUTA IAIN Curup. Sebelum berubah menjadi Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, keberadaan jurusan Syariah, ketika itu juga telah memiliki empat program studi. Program studi yang pertama buka adalah Program studi Hukum Keluarga Islam (HKI) atau Ahwal Syakhshiyah dan program studi Perbankan Syariah (PS). Secara yuridis, pembukaan program studi ini berdasarkan Keputusan Direktur Jendral Pendidikan Islam Nomor: Dj.i./306/2008 Tentang Izin Pembukaan Program Studi (S1) Pada Perguruan Tinggi Agama Islam (PTAI) Tahun 2008 tanggal 4 September 2008.

Dalam perjalanan selanjutnya, yakni delapan tahun kemudian tepatnya tahun 2016 Jurusan Syariah membuka dua program studi baru, yakni Studi Ekonomi Syariah (ES) dan Program Studi Hukum Tata Negara (HTN). Pembukaan Program Studi ini tentunya sudah melalui kajian mendalam atas tuntutan masyarakat dan dunia kerja.¹ Pada tanggal 21 Oktober 2016 dengan Surat Keputusan Direktur Jendral Pendidikan Islam No. 3514 Tahun 2016 yang ditandatangani oleh Kamaruddin Amin a/n Menteri Agama tentang Izin Peyelenggaraan Program Studi pada program sarjana sekolah tinggi agama Islam negeri Curup, sebagai salah satu perguruan tinggi negeri di Rejang Lebong Bengkulu, dan sekarang sudah beralih bentuk menjadi IAIN Curup

²Laporan Evaluasi diri Akreditasi Program Studi S1 Ekonomi Syariah, 2023), h.6.

sesuai dengan Peraturan Presiden RI Nomor 24 Tahun 2018 tentang Institut Agama Islam Negeri Curup, yang memiliki 19 program studi.

Program studi ini sudah dua tahun berjalan, dan dari 2 angkatan mahasiswa yang sudah bergabung di program studi ini berjumlah 86 orang. Mereka berasal dari beberapa Kabupaten yang ada di Provinsi Bengkulu diantaranya: Kepahiang, Lebong, dan Rejang Lebong sebagai daerah lokasi kampus, dari Provinsi Sumatera Selatan: Musi Rawas, Muratara, dan Kota Lubuk Linggau. Hal ini menunjukkan bahwa lokasi kampus yang berbatasan dengan banyak kabupaten di provinsi Bengkulu dan Sumatera Selatan menjadi peluang bagi prodi Ekonomi Syariah menjadi prodi yang lebih besar lagi kedepannya, ditambah dengan suasana kampus yang aman, nyaman, damai dan keadaan tropis sejuk yang sangat mendukung untuk kegiatan akademis.²

³Laporan Evaluasi diri Akreditasi Program Studi S1 Ekonomi Syariah, h. 7

Adapun perkembangan jumlah mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah dari awal berdirinya hingga sekarang, tercantum pada tabel berikut.

Tabel 3.1
Data Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah

No	Tahun	Jumlah Mahasiswa
1	2017	33 Orang
2	2018	43 Orang
3	2019	52 Orang
4	2020	52 Orang
5	2021	48 Orang
	2022	64 Orang
Jumlah		292 Orang

Sumber: Data Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah, Angkatan 2017-2022

B. Visi dan Misi

Adapun Visi dan Misi Program Studi Ekonomi Syariah sebagai berikut:

a. Visi

Menjadi Program Studi yang bermutu dalam pengembangan ilmu Ekonomi Syariah berbasis Islam Moderasi di Tingkat Asia Tenggara 2045.

b. Misi

1. Mengembangkan ilmu Ekonomi Syariah yang bermutu berbasis Islam moderasi dan teknologi
2. Meningkatkan penelitian dan publikasi ilmiah dalam bidang ilmu Ekonomi Syariah yang bermutu berbasis Islam Moderasi

3. Melaksanakan pemberdayaan masyarakat dalam bidang ilmu Ekonomi Syariah yang bermutu berbasis Islam moderasi.³

C. Tujuan Prodi Ekonomi Syariah

1. Menghasilkan sarjana Ekonomi Syariah yang memiliki pemahaman dan wawasan yang komprehensif dalam bidang Ekonomi Syariah, religius dan moderat dalam sikap
2. Menghasilkan karya ilmiah bidang ilmu Ekonomi Syariah yang bermutu dalam rangka pengembangan ilmu pengetahuan berbasis Islam moderasi dan teknologi
3. Mewujudkan kesadaran bermuamalah dengan sistem Ekonomi Syariah yang moderat dalam kehidupan bermasyarakat.⁴

D. Profil Lulusan Prodi Ekonomi Syariah

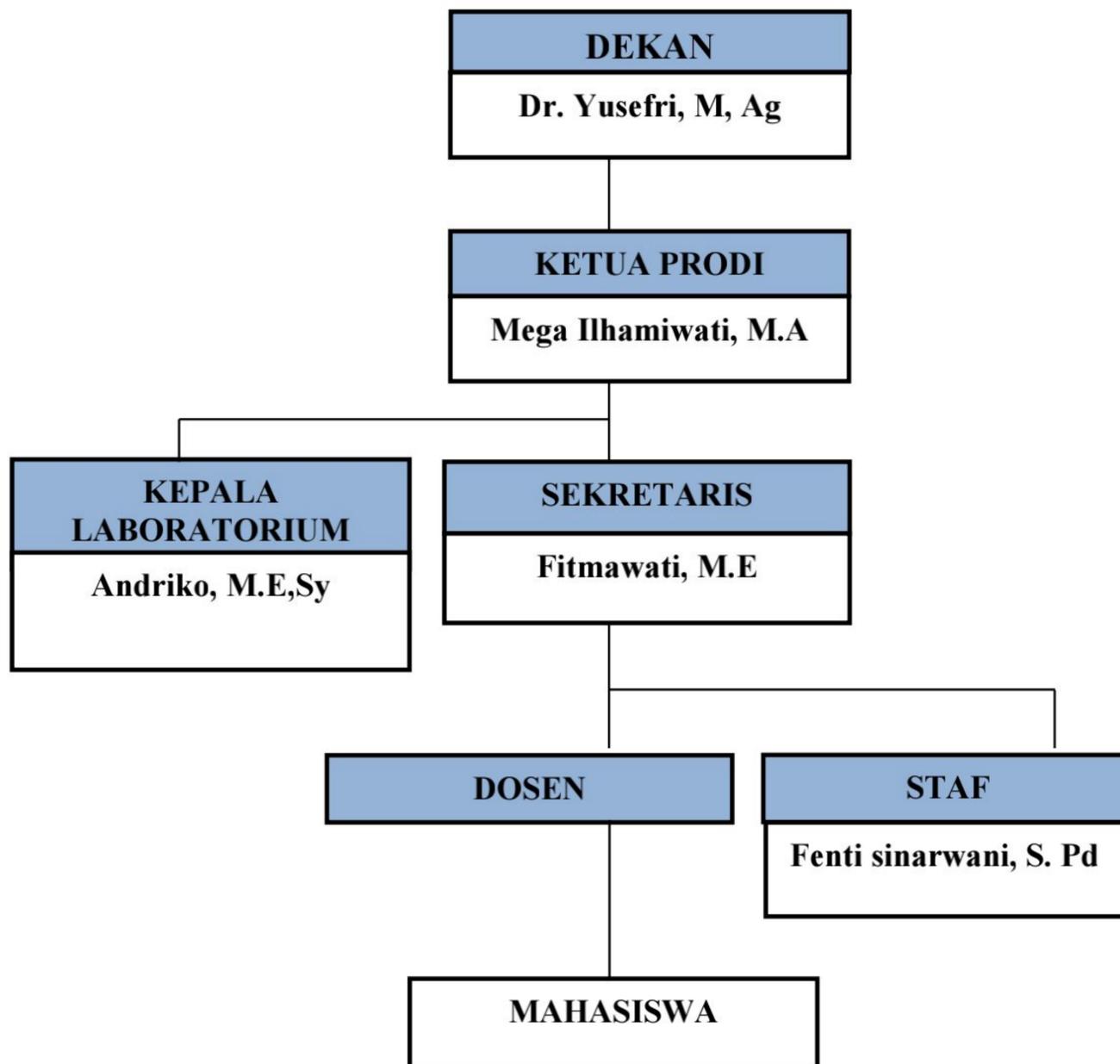
1. Tenaga ahli keuangan syariah
2. Analisis ekonomi bisnis syariah
3. Peneliti ekonomi syariah
4. Konsultan ekonomi syariah
5. Enterpreneur muslim
6. Actuaris

⁴Laporan Evaluasi Diri Akreditasi Program Studi S1 Ekonomi Syariah, h.18-19.

⁵Laporan Evaluasi Diri Akreditasi Program Studi S1 Ekonomi Syariah, h.19.

E. Struktur Organisasi Prodi Ekonomi Syariah

Gambar 3.1
Struktur Organisasi Prodi Ekonomi Syariah



Sumber: Data Program Studi Ekonomi Syariah, IAIN Curup, 2023

BAB IV ANALISIS DAN HASIL PEMBAHASAN

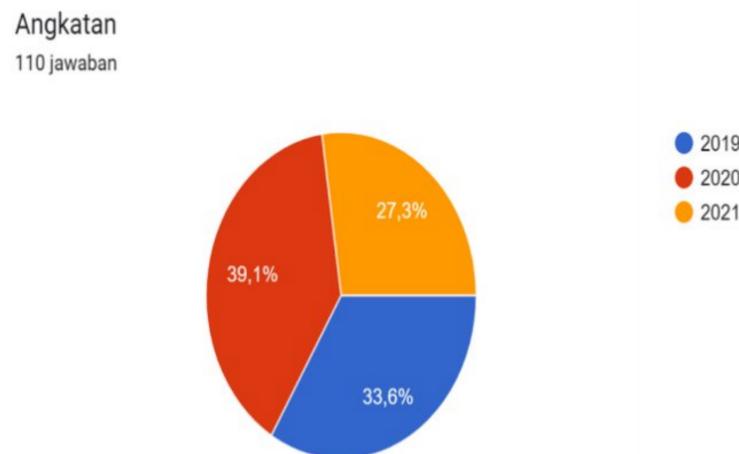
A. Analisis Data Penelitian

1. Karakteristik Responden

Karakteristik responden dari penelitian ini yaitu mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Angkatan 2019-2021 yang merupakan mahasiswa yang memiliki akun untuk berinvestasi. Selain itu karakteristik responden dalam penelitian ini juga terdapat identitas diri dari responden yang meliputi angkatan, lokal/kelas dan jenis kelamin. Hasil analisis dari hal-hal tersebut telah disajikan dalam bentuk diagram dibawah ini.

a. Angkatan Responden

Gambar 4.1
Angkatan Responden

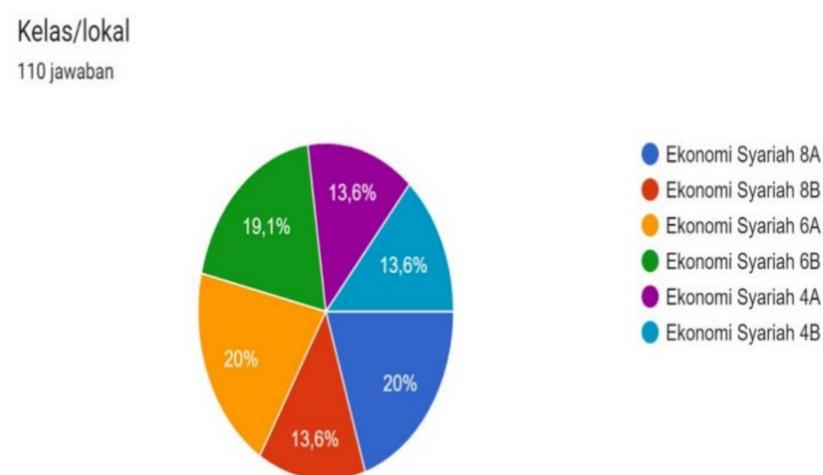


Sumber: Data yang diolah, 2023

Berdasarkan data yang diperoleh, dari total keseluruhan 110 responden terdapat 38 orang semester delapan dengan persentase 33,6% responden angkatan 2019, terdapat 42 orang semester enam dengan persentase 39,1% responden angkatan 2020. dan terdapat 30 orang semester empat dengan persentase 27,3% responden angkatan 2021.

b. Lokal /kelas Responden

Gambar 4.2
Lokal Responden

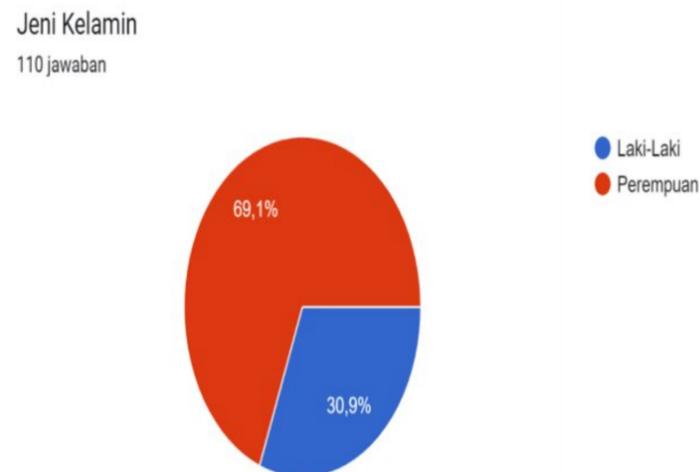


Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan data yang diperoleh, dari total keseluruhan 110 responden terdapat 21 orang untuk lokal ekonomi syariah 8A, dengan persentase 20%, terdapat 15 orang untuk ekonomi syariah 8B, dengan persentase 13,6%, terdapat 23 orang untuk ekonomi syariah 6A dengan persentase 20%, terdapat 18 orang untuk ekonomi syariah 6B dengan persentase 19,1%, terdapat 15 orang untuk ekonomi syariah 4A dengan persentase 13,6%, dan terdapat 15 orang untuk ekonomi syariah 4B dengan persentase 13,6%.

c. Jenis Kelamin Responden

Gambar 4.3
Jenis Kelamin Responden



Sumber: Data Yang diolah, 2023

Berdasarkan data yang diperoleh, dari total keseluruhan 110 responden terdapat 34 orang berjenis kelamin laki-laki dengan persentase 30,9%, dan sebanyak 76 orang berjenis kelamin perempuan dengan persentase 69,1%. Jadi, dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini didominasi oleh mahasiswa yang merupakan mahasiswa yang memiliki akun investasi berjenis kelamin perempuan.

B. Analisis Instrumen Penelitian

1. Analisis Deskriptif

Sebelum melihat hasil dari pengujian hipotesis, peneliti memaparkan terlebih dahulu analisa deskriptif untuk mengetahui mean dan standar deviasi pada tiap-tiap indikator semua variabel penelitian, supaya

mendapatkan gambaran yang jelas.¹ Jawaban responden diukur dengan skala 1 sampai 5. Dengan nilai interval 0,80 pada tiap-tiap pertanyaan. Dengan kriteria nilai interval nilai, 0,00-0,199 (lemah sekali), 0,20-0,399 (lemah), 0,40-0,599 (cukup), 0,60-0,799 (kuat), 0,80-1,000 (sangat kuat) untuk kriteria rata-rata (*mean*) jawabannya adalah sebagai berikut:

1,00-1,80 = sangat tidak setuju

1,81-2,60 = tidak setuju

2,61-3,40 = cukup

3,41-4,20 = setuju

4,21-5,00 = sangat setuju

Berikut hasil *mean* dan standar deviasi pada penelitian ini:

Tabel 4.1 Mean dan standar deviasi variabel Y (Minat Investasi)

Indikator	Pertanyaan	<i>mean</i>	Standar deviasi	Keterangan
Y1.1.1	Saya tertarik untuk berinvestasi di pasar modal syariah karena berbagai informasi menarik mengenai kelebihan dan jenis investasi yang di tawarkan.	3.991	0.818	Setuju
Y1.1.2	Berinvestasi sangat menguntungkan untuk masa akan datang.	4.073	0.700	Setuju

¹ Leni Masnidar Nasution, Jurnal Hikmah, Volume 14, No. 1 Januari 2019, Statistik Deskriptif, (Lubuk Pakam:2019), h.52.

Tabel 4.1 Lanjutan :

Y1.1.3	Modal minimal untuk membuka akun di profit anywhere di perusahaan sekuritas dan terjangkau untuk kalangan mahasiswa sehingga saya berminat untuk berinvestasi.	4.055	0.844	Setuju
Y1.2.1	Mengikuti seminar dan pelatihan investasi merupakan cara saya untuk meningkatkan minat saya untuk berinvestasi di pasar modal.	4.083	0.814	Setuju
Y.1.2.2	Membaca artikel investasi merupakan langkah saya untuk meningkatkan minat untuk berinvestasi di pasar modal syariah.	4.037	0.789	Setuju
Y.1.2.3	Dengan menonton video tutorial investasi merupakan cara saya untuk meningkatkan minat saya untuk berinvestasi di pasar modal syariah.	4.018	0.857	Setuju
Y.1.3.1	Dengan dana yang cukup, <i>return</i> dan risiko yang sesuai, fasilitas yang memadai serta promosi yang menarik membuat saya semakin berminat untuk berinvestasi di pasar modal syariah.	3.963	0.834	Setuju

Tabel 4.1 Lanjutan :

Y.1.3.2	Modal minimal untuk mendaftar account di perusahaan sekuritas, cukup terjangkau membuat saya berminat ingin mencoba untuk investasi di pasar modal syariah	3.862	0.818	Setuju
Total rata-rata		4.010	0.833	Setuju

Sumber: Pengelolaan Data SmartPLS 4.0 , 2023

Berdasarkan data pada tabel 4.1 diatas. diketahui bahwa nilai *mean* tertinggi ada pada indikator Y1.2.1 dengan pertanyaan kuisisioner “Mengikuti seminar dan pelatihan investasi merupakan cara saya untuk meningkatkan minat saya untuk membuka akun investasi di pasar modal”. Diketahui nilai standar deviasi rata-rata 0.833 dapat dikatakan bahwa data variabel minat signifikan, valid dan memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap variabel lain. Hal ini menandakan bahwa responden merasa bahwa seminar dan pelatihan adalah cara yang direkomendasikan dalam meningkatkan minat untuk membuka akun investasi di pasar modal syariah. Hal ini tentu sejalan dengan indikator minat yaitu keinginan untuk meluangkan waktu untuk mengikuti seminar dan pelatihan, hal tersebut merupakan perhatian yang menunjukkan seberapa keras usaha mereka lakukan untuk mencapai sesuatu.

Djaali adalah guru besar bidang penelitian pendidikan matematika universitas Negeri Jakarta, menyatakan bahwa minat adalah preferensi dan

daya tarik dalam sesuatu atau aktivitas tanpa siapapun memerintah. Adapun penjelasan keseluruhan dari setiap indikator pada variabel minat atau variabel terikat, sebagai berikut:

Dari penjelasan di atas dapat diketahui bahwa rata-rata responden setuju dalam menjawab pertanyaan yang dibuat oleh peneliti, dari hasil analisis data di atas dapat di deskriptifkan bahwa minat dipengaruhi oleh tiga indikator diatas. Untuk meningkatkan minat maka harus ada keinginan untuk mempelajari alat-alat untuk berinvestasi, seperti membuka akun investasi dan mempraktekkan cara untuk melakukan transaksi investasi, hal juga harus di dukung dengan pelatihan ataupun seminar, agar lebih bisa memahami pada orang yang sudah berpengalaman. Setelah melakukan hal tersebut maka keinginan atau minat seseorang untuk berinvestasi akan semakin tinggi. Maka jawaban responden dalam menjawab pertanyaan peneliti sesuai dengan teori yang peneliti gunakan.

Tabel 4.2 Mean dan standar deviasi variabel X1 (Iklan Investasi)

Indikator	Pertanyaan	<i>mean</i>	Standar deviasi	Keterangan
X1.1.1	Iklan investasi dapat menarik minat mahasiswa untuk berinvestasi di pasar modal syariah.	3.835	0.830	Setuju
X1.1.2	Saya tertarik dengan iklan investasi di pasar modal syariah.	3.789	0.899	Setuju

Tabel 4.2 Lanjutan :

X1.1.3	Pesan yang di informasikan di iklan menarik, sehingga membuat saya tertarik untuk berinvestasi di pasar modal syariah.	3.872	0.868	Setuju
X1.1.4	Iklan yang di buat, membuat saya bisa mengambil keputusan untuk berinvestasi di pasar modal syariah.	3.743	0.882	Setuju
X1.1.5	Dengan iklan yang menarik membuat saya berinvest asi di pasar modal syariah.	3.826	0.937	Setuju
X1.2.1	Dengan iklan membuat saya terus memperhatikan, terkait dengan pasar modal syariah	3.862	0.872	Setuju
X1.2.2	Dengan iklan membuat diri saya terus penasaran dan terus melihat perkembangan pasar modal syariah.	3.789	0.857	Setuju
X.1.3.1	Pesan iklan investasi mampu membangkitkan keinginan saya untuk berinvestasi di pasar modal syariah.	3.826	0.917	Setuju

Tabel 4.2 Lanjutan :

X.1.3.2	Dengan iklan keinginan saya untuk berinvestasi lebih kuat dan yakin bahwa investasi di pasar modal menguntungkan.	3.862	0.862	Setuju
X.1.4.1	Iklan mampu menimbulkan untuk melakukan investasi di pasar modal syariah.	3.890	0.850	Setuju
X.1.4.2	Dengan iklan membuat saya melakukan pendaftaran akun untuk berinvestasi di pasar modal syariah.	3.826	0.855	Setuju
X.1.4.3	Dengan iklan membuat saya lebih semangat untuk berinvestasi di pasar modal syariah.	3.853	0.907	Setuju
Total rata-rata		3.831	0.880	Setuju

Berdasarkan data pada tabel 4.2 di atas, nilai *mean* pada tiap-tiap item pertanyaan masuk pada kategori setuju, adapun nilai mean indikator tertinggi ada pada indikator X.1.4.1 dengan pertanyaan kuisisioner “Iklan mampu menimbulkan untuk melakukan investasi di pasar modal syariah”. Diketahui nilai standar deviasi rata-rata 0.880 dapat dikatakan bahwa data variabel iklan signifikan, valid dan memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap variabel minat. Hal ini menandakan bahwa iklan memiliki pengaruh terhadap minat mahasiswa untuk berinvestasi di pasar modal syariah. Sesuai dengan tujuan dari iklan yaitu untuk memberikan

informasi, membujuk dan mengingatkan, agar yang melihat tertarik atau berminat. Adapun penjelasan keseluruhan dari setiap indikator pada variabel iklan atau variabel bebas/dependan (X1), sebagai berikut:

Dari penjelasan diatas dapat diketahui bahwa rata-rata responden setuju dalam menjawab pertanyaan yang dibuat oleh peneliti, dari hasil analisis data di atas dapat di deskriptifkan bahwa rata-rata responden menjawab setuju, dengan demikian teori iklan dengan indikator tersebut sesuai bahwa iklan haruslah menarik, menimbulkan perhatian, menimbulkan keinginan dan menimbulkan suatu tindakan. Untuk meningkatkan daya tarik atau minat dengan suatu iklan, maka harus memiliki keempat indikator tersebut. Jika suatu iklan menarik maka seseorang akan perhatian dalam melihat iklan tersebut, setelah memperhatikan maka akan timbul keinginan untuk mencoba atau melakukan tindakan apa yang ada pada isi atau produk jasa iklan tersebut.

**Tabel 4.3 Mean dan standar deviasi variabel X2
(Aplikasi Profit Anywhere)**

Indikator	Pertanyaan	mean	Standar deviasi	Keterangan
X2.1.1	Sistem aplikasi investasi profit anywhere mudah dipelajari untuk melakukan investasi di pasar modal syariah.	3.89 0	0.734	Setuju
X2.1.2	Sistem fitur di aplikasi profit anywhere yang tersedia tidak rumit digunakan.	3.97 2	0.710	Setuju

Tabel 4.3 lanjutan:

X2.1.3	Sistem aplikasi cocok untuk mahasiswa untuk berinvestasi di pasar modal syariah.	3.927	0.726	Setuju
X2.2.1	Aplikasi profit anywhere sangat puas di gunakan untuk berinvestasi di pasar modal syariah.	3.899	0.789	Setuju
X2.2.2	Aplikasi profit anywhere memberikan informasi akurat untuk menjadi informasi bagi investor.	3.917	0.679	Setuju
X2.2.3	Sistem aplikasi profit anywhere menyediakan laporan yang di butuhkan untuk investor.	3.963	0.753	Setuju
X2.2.4	Sistem aplikasi profit anywhere memberikan informasi yang akurat.	3.972	0.723	Setuju
X2.3.1	Pelayanan aplikasi profit anywhere yang di berikan sangat baik dan respon terhadap investor.	4.009	0.760	Setuju
X2.3.2	Pelayanan aplikasi profit anywhere yang di berikan sesuai dengan kebutuhan investor.	3.927	0.832	Setuju

Tabel 4.3 Lanjutan :

X2.3.3	Pelayanan aplikasi profit anywhere untuk investor tepat waktu dan tidak terkendala.	3.991	0.710	Setuju
X2.3.4	Pelayanan aplikasi profit anywhere cocok untuk kalangan mahasiswa untuk berinvestasi.	4.055	0.702	Setuju
X2.4.1	Aplikasi profit anywhere memberikan kepuasan untuk penggunaannya atau investor.	4.000	0.664	Setuju
X2.4.2	Saya tidak pindah ke aplikasi lain untuk berinvestasi selain aplikasi profit anywhere.	3.844	0.803	Setuju
Total rata-rata		3.951	0.730	Setuju

Sumber: Pengelolaan Data SmarPLS 4.0 2023

Berdasarkan data pada tabel 4.3 di atas, diketahui bahwa semua item pertanyaan pada variabel X2 memiliki nilai mean yang tinggi pada kategori setuju. Sedangkan nilai mean tertinggi ada pada indikator X2.3.4 dengan pertanyaan kuisisioner “Pelayanan aplikasi profit anywhere cocok untuk kalangan mahasiswa untuk berinvestasi”. Diketahui nilai standar deviasi rata-rata 0.730 dapat dikatakan bahwa data variabel aplikasi signifikan, valid dan memiliki pengaruh yang kuat terhadap variabel minat. Hal ini menandakan bahwa pelayanan pada aplikasi profit anywhere memiliki kecocokan untuk mahasiswa berinvestasi di pasar modal.

Adapun penjelasan keseluruhan dari setiap indikator pada variabel aplikasi atau variabel independen, sebagai berikut:

1. Kualitas Sistem
2. Kualitas Informasi
3. Kualitas Pelayanan
4. Kepuasan Pengguna

Dari penjelasan diatas dapat diketahui bahwa rata-rata responden setuju dalam menjawab pertanyaan yang dibuat oleh peneliti, dari hasil analisis data di atas dapat di deskriptifkan bahwa, dari jawaban dari responden dari setiap indikator yang di jelaskan dalam teori, sesuai dengan jawaban dari responden, untuk meningkatkan minat seseorang untuk berinvestasi maka harus memperhatikan indikator-indikator aplikasi, pada indikator pertama yaitu kualitas suatu aplikasi, jika aplikasi yang digunakan untuk berinvestasi kualitas baik dan memadai maka akan membuat penggunaannya nyaman, selanjutnya jika kualitas informasi yang diberikan lengkap maka akan membuat penggunaannya tidak menurunkan keyakinan terhadap aplikasinya, selanjutnya jika suatu aplikasi memiliki pelayanan yang baik, maka akan memberikan kepuasan kepada pengguna. Maka demikian itu di laksanakan dengan baik, maka akan meningkatkan minat seseorang dalam berinvestasi di pasar modal syariah.

Tabel 4.4 Mean dan standar deviasi variabel X3 (Pengetahuan)

Indikator	Pertanyaan	<i>mean</i>	Standar deviasi	Keterangan
X3.1.1	Sekolah pasar modal membantu investor untuk menambah pengetahuan investasi semakin lengkap.	4.174	0.661	Setuju
X3.1.2	Pemahaman tentang pengetahuan kondisi investasi wajib di kuasai sebelum melakukan investasi.	4.294	0.695	Setuju
X3.2.1	Menurut saya saham merupakan jenis investasi jangka panjang yang menguntungkan.	4.128	0.692	Setuju
X3.2.2	Menurut saya saham merupakan jenis investasi jangka panjang yang menguntungkan.	4.220	0.734	Setuju
X3.2.3	Sebagai investor analisis sebelum membeli saham adalah sangat di perlukan agar tidak mengalami kerugian yang besar.	4.266	0.762	Setuju
X3.3.1	Mengukur tingkat risiko merupakan meminimalisir terjadinya kerugian.	4.183	0.693	Setuju

Tabel 4.4 Lanjutan :

X3.3.2	Bersarnya keuntungan di dalam invetasi sebanding dengan tingginya risiko yang di ambil.	4.202	0.688	Setuju
X3.3.3	Di dalam berinvestasi memiliki risiko, namun tinggi rendahnya risiko tergantung pengetahuan.	4.073	0.738	Setuju
X3.4.1	Jumlah keuntungan yang dapat di peroleh dari investasi di pasar modal menjadi pertimbangan saya untuk berinvestasi di pasar modal.	4.064	0.781	Setuju
X3.4.2	Saya mengetahui bahwa capital gain dan dividen adalah keuntungan yang di dapat di pasar modal syariah.	4.101	0.703	Setuju
X3.4.3	Sebagai investor pembatasan keuntungan dalam berinvestasi sangat penting, tidak mengikuti hawa nafsu.	4.055	0.727	Setuju
Total rata-rata		4.160	0.740	Setuju

Sumber: Pengelolaan Data SmartPLS 4.0 2023

Dari data pada tabel 4.4 diatas, diketahui bahwa setiap item pertanyaan pada variabel X3 berada pada kategori setuju. Adapun nilai

tertinggi ada pada indikator X3.2.3 dengan pertanyaan kuisioner “Sebagai investor analisis sebelum membeli saham adalah sangat di perlukan agar tidak mengalami kerugian yang besar”. Diketahui nilai standar deviasi rata-rata 0.740 dapat dikatakan bahwa data variabel iklan signifikan, valid dan memiliki pengaruh yang kuat terhadap variabel minat. Hal ini menandakan bahwa responden merasa bahwa pengetahuan analisis untuk membeli saham sangat di perlukan, agar meminimalisir kerugian.

Hasil tersebut menandakan bahwa aplikasi investasi untuk menimbulkan minat untuk berinvestasi di pasar modal syariah. Melihat jawaban dari responden bahwa setuju dengan indikator pengetahuan pada penelitian ini. Dapat diketahui dari responden bahwa pemahaman tentang kondisi investasi adalah modal untuk meningkatkan minat seseorang untuk berinvestasi, ketika pemahaman dalam menilai saham atau jenis investasi, mengetahui resiko-resiko dalam berinvestasi serta mengetahui tingkat pengambilan return/ keuntungan maka semakin tinggi minat seseorang dalam melakukan investasi di pasar modal syariah.

2. Analisis Model Partial Least Square

a. Analisis Outer Model

1. Uji Validitas Convergent Validity

Validitas digunakan untuk mengukur apakah data yang didapat setelah penelitian merupakan data yang valid atau tidak. Dengan menggunakan alat ukur kuisioner. Dalam uji validitas terdapat dua bentuk uji yaitu uji *convergent validity* dan *discriminant validity*. Validitas konvergen dapat terpenuhi pada saat setiap variabel

memiliki nilai AVE diatas 0.7, dengan nilai *loading* untuk setiap item juga memiliki nilai lebih dari 0.7. Setelah dilakukan pengolahan data menggunakan smartPLS 4.0 hasil *loading factor* dapat dilihat pada tabel dan gambar bootstrap berikut:

Tabel 4.5 Nilai *loading factor* uji pertama

Variabel	Indikator	Outer loading	Perbandingan	Keterangan
Minat Investasi	(Y1.1.1)	0.868	Dilihat dari hasil pengelolaan nilai <i>Outer loading</i> pada variabel minat bahwa nilainya diatas 0.7 ,dapat dikatakan dataa tersebut valid dan memiliki rataa-rata nilai 0.8	Valid
	(Y1.1.2)	0.727		Valid
	(Y1.1.3)	0.863		Valid
	(Y.1.2.1)	0.905		Valid
	(Y1.2.2)	0.860		Valid
	(Y1.2.3)	0.899		Valid
	(Y1.3.1)	0.895		Valid
	(Y1.3.2)	0.888		Valid

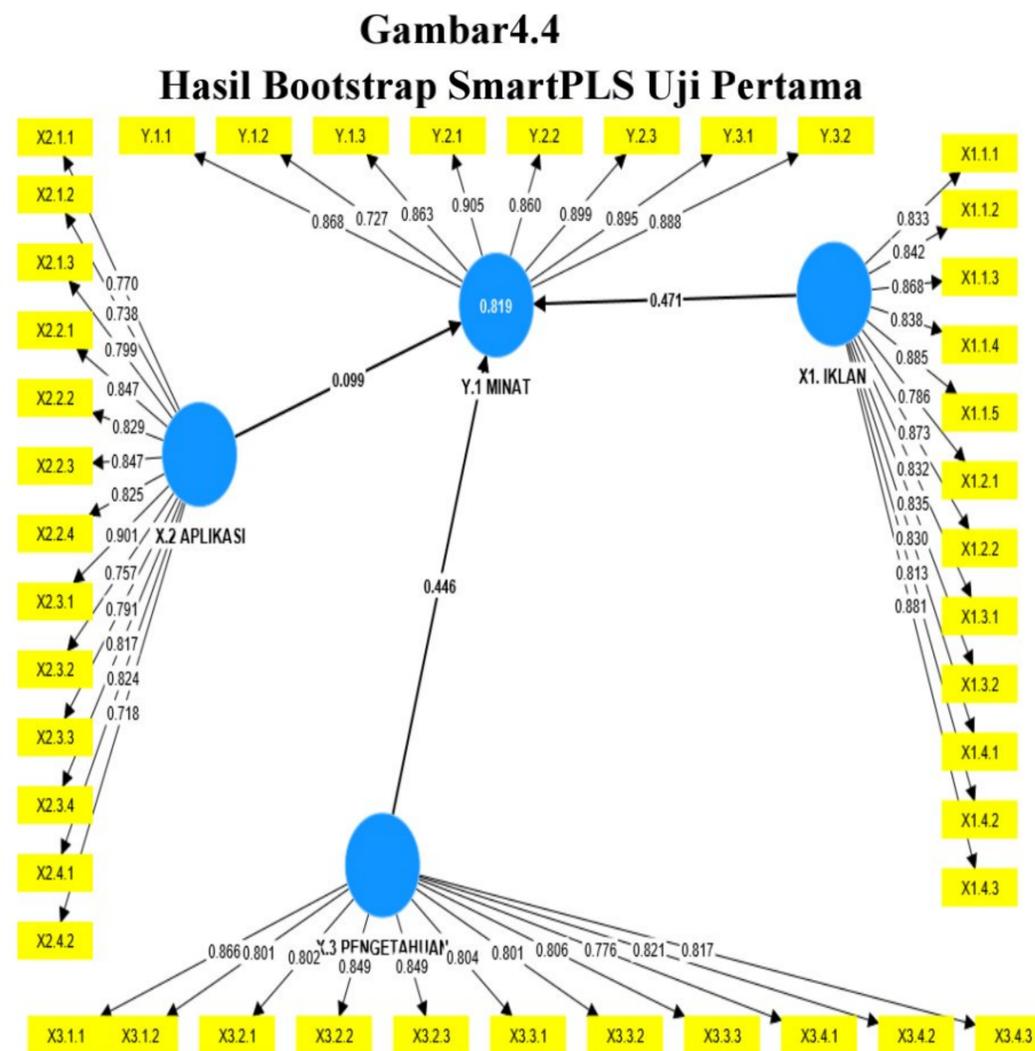
Tabel 4.5 Lanjutan:

Iklan Investasi	(X1.1.1)	0.833	Dilihat dari	Valid
	(X1.1.2)	0.842	hasil	Valid
	(X1.1.3)	0.868	pengelolaan	Valid
	(X1.1.4)	0.838	nilai <i>Outer</i>	Valid
	(X1.1.5)		<i>loading</i> pada	Valid
	(X1.2.1)	0.786	variabel iklan	Valid
	(X1.2.2)	0.873	investasi	Valid
	(X1.3.1)	0.832	bahwa nilainya	Valid
	(X1.3.2)	0.835	diatas 0.7	Valid
	(X1.4.1)	0.830	,dapat	Valid
	(X1.4.2)	0.813	dikatakan	Valid
	(X1.4.3)	0.881	dataa tersebut	Valid
			valid dan	Valid
Aplikasi Profit Anywhere	(X2.1.1)	0.770	Dilihat dari	Valid
	(X2.1.2)	0.738	hasil	Valid
	(X2.1.3)	0.799	pengelolaan	Valid
	(X2.2.1)	0.847	nilai <i>Outer</i>	Valid
	(X2.2.2)	0.829	<i>loading</i> pada	Valid
	(X2.2.3)	0.847	variabel	Valid
	(X2.2.4)	0.825	aplikasi bahwa	Valid
	(X2.3.1)	0.901	nilainya diatas	Valid
	(X2.3.2)	0.757	0.7 ,dapat	Valid
	(X2.3.3)	0.791	dikatakan	Valid
	(X2.3.4)	0.817	data tersebut	Valid
	(X2.4.1)	0.824	valid dan	Valid
	(X2.4.2)	0.718	memiliki rataa- rata nilai 0.8	Valid

Tabel 4.5 Lanjutan :

Pengetahuan	(X3.1.1)	0.866	Dilihat dari	Valid
	(X3.1.2)	0.801	hasil	Valid
	(X3.2.1)	0.802	pengelolaan	Valid
	(X3.2.2)	0.849	nilai <i>Outer</i>	Valid
	(X3.2.3)	0.849	<i>loading</i> pada	Valid
	(X3.3.1)	0.804	variabel	Valid
	(X3.3.2)	0.801	pengetahuan	Valid
	(X3.3.3)	0.806	bahwa nilainya	Valid
	(X3.4.1)	0.776	diatas 0.7	Valid
	(X3.4.2)	0.821	,dapat	Valid
	(X3.4.3)	0.817	dikatakan dataa tersebut valid dan memiliki rataa- rata nilai 0.8	Valid

Sumber: *Pengelolaan Data SmartPLS 4.0, 2023*



Dari hasil pengolahan data di atas dapat diketahui bahwa mayoritas nilai *loading factor* pada masing-masing variable di penelitian ini memiliki nilai di atas 0.7 dan dianggap Valid. variable yang memiliki nilai *loading factor* di atas 0.5 memiliki nilai validitas tinggi sehingga memenuhi kriteria dari *convergent validity*. Variabel yang memiliki nilai *loading factor* di bawah 0.7 dianggap memiliki nilai validitas rendah sehingga indikator tersebut perlu dihapus dari model.

2. Uji Validitas Average Variance Extracted (AVE)

Average Variance Extracted (AVE) merupakan persentase rata-rata nilai *average variance extracted (AVE)* antar item pertanyaan atau indikator suatu variabel yang merupakan ringkasan *convergent indicator*. Untuk persyaratan yang baik, jika AVE masing-masing item pertanyaan nilainya lebih besar dari 0.5. Hasil nilai *Average Variance Extracted (AVE)* data dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.6 Nilai Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	Standar Nilai AVE	Keterangan
X1 (Iklan Investasi)	0.711	0,5	Valid
X2 (Aplikasi Profit Anywhere)	0.650	0,5	Valid
X3 (Pengetahuan)	0.669	0,5	Valid
Y (Minat)	0.748	0,5	Valid

Sumber: Pengelolaan Data SmartPLS 4.0, 2023

Dari data pada tabel 4.6 diatas dapat dilihat bahwa seluruh nilai *Average Variance Extracted (AVE)* pada masing-masing indikator telah berada di atas 0.5. sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai *Average Variance Extracted (AVE)* pada penelitian ini telah memenuhi kriteria.

3. Uji validitas discriminant validity

Discriminant validity dilihat dari nilai *cross loading*. Uji validitas diskriminan dapat terpenuhi apabila nilai korelasi variabel ke variabel itu sendiri lebih besar jika dibandingkan dengan nilai korelasi seluruh variabel lainnya. Hasil *cross loading* pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.7 berikut:

Tabel 4.7 Nilai *cross loading*

	X1	X2	X3	Y	Ket
(Y1.1.1)	0.770	0.624	0.691	0.868	Valid
(Y1.1.2)	0.564	0.584	0.712	0.727	Valid
(Y1.1.3)	0.713	0.702	0.696	0.863	Valid
(Y.1.2.1)	0.752	0.690	0.758	0.905	Valid
(Y1.2.2)	0.685	0.597	0.637	0.860	Valid
(Y1.2.3)	0.689	0.620	0.713	0.899	Valid
(Y1.3.1)	0.727	0.653	0.664	0.895	Valid
(Y1.3.2)	0.749	0.699	0.675	0.888	Valid
(X1.1.1)	0.833	0.546	0.507	0.668	Valid
(X1.1.2)	0.842	0.572	0.475	0.664	Valid
(X1.1.3)	0.868	0.626	0.553	0.685	Valid
(X1.1.4)	0.838	0.632	0.497	0.678	Valid
(X1.1.5)	0.885	0.639	0.535	0.688	Valid
(X1.2.1)	0.786	0.519	0.561	0.642	Valid
(X1.2.2)	0.873	0.575	0.528	0.671	Valid
(X1.3.1)	0.832	0.643	0.507	0.680	Valid
(X1.3.2)	0.835	0.653	0.485	0.698	Valid
(X1.4.1)	0.830	0.650	0.521	0.728	Valid
(X1.4.2)	0.813	0.706	0.505	0.721	Valid
(X1.4.3)	0.881	0.741	0.542	0.755	Valid

Tabel 4.7 Lanjutan:

(X2.1.1)	0.717	0.770	0.511	0.528	Valid
(X2.1.2)	0.595	0.738	0.527	0.560	Valid
(X2.1.3)	0.553	0.799	0.476	0.553	Valid
(X2.2.1)	0.535	0.847	0.507	0.690	Valid
(X2.2.2)	0.668	0.829	0.553	0.568	Valid
(X2.2.3)	0.488	0.847	0.578	0.591	Valid
(X2.2.4)	0.561	0.825	0.519	0.542	Valid
(X2.3.1)	0.619	0.901	0.587	0.654	Valid
(X2.3.2)	0.599	0.757	0.472	0.535	Valid
(X2.3.3)	0.723	0.791	0.570	0.582	Valid
(X2.3.4)	0.717	0.817	0.661	0.660	Valid
(X2.4.1)	0.595	0.824	0.595	0.661	Valid
(X2.4.2)	0.553	0.718	0.434	0.657	Valid
(X3.1.2)	0.504	0.431	0.866	0.708	Valid
(X3.2.1)	0.380	0.595	0.801	0.521	Valid
(X3.2.2)	0.574	0.489	0.802	0.687	Valid
(X3.2.3)	0.413	0.486	0.849	0.570	Valid
(X3.3.1)	0.426	0.490	0.849	0.536	Valid
(X3.3.2)	0.378	0.474	0.804	0.557	Valid
(X3.3.3)	0.382	0.547	0.801	0.527	Valid
(X3.4.1)	0.601	0.602	0.806	0.742	Valid
(X3.4.2)	0.704	0.575	0.776	0.843	Valid
(X3.4.3)	0.500	0.647	0.821	0.682	Valid

Sumber: *Pengelolaan Data SmartPLS4.0, 2023*

Berdasarkan data pada tabel 4.7 di atas, dapat dilihat bahwa semua nilai *cross loading* dari tiap indikator pada masing-masing variabel memiliki nilai terbesar dibanding dengan variabel lainnya. Hal ini

menunjukkan bahwa seluruh indikator pada penelitian ini telah memenuhi syarat dari *discriminant validity*.

4. Uji reliabilitas

Dalam pengujian reliabilitas, dilihat dari dua hasil uji yaitu *composite reliability* dan *chronbach's alpha*, suatu variabel dapat dikatakan reliabel ketika memiliki nilai *composite reliability* dan *chronbach's alpha* $\geq 0,7$. Hasil uji reliabilitas pada penelitian ini dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

Tabel 4.8 Nilai *composite reliability* dan *chronbach's alpha*

Variabel	<i>chronbach's alpha</i>	<i>composite reliability (rho a)</i>	<i>composite reliability (rho c)</i>
X1	0.963	0.964	0.967
X2	0.955	0.957	0.960
X3	0.951	0.956	0.957
Y	0.951	0.953	0.959

Sumber: *Pengelolaan Data SmartPLS4.0, 2023*

Berdasarkan hasil dari pengujian melalui smartPLS 4.0 pada tabel 4.8 dapat diketahui bahwa pada variabel X1 (Iklan Investasi), X2 (Aplikasi Investasi), X3 (Pengetahuan), dan Y (Minat) memiliki nilai diatas 0.7 sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh varibel telah memenuhi kriteria uji reliabilitas.

3. Analisa Inner Model

Inner model (inner relation, structural model dan substantive theory) menggambarkan hubungan antara variabel laten berdasarkan pada teori

substantif. Model struktural dievaluasi dengan menggunakan *R-square* untuk variabel dependen. Berdasarkan hasil olah data dengan smartPLS 4.0, maka didapati hasil R-square sebagai berikut:

Tabel 4.9 Nilai *R-square*

Variabel	<i>R-square</i>	<i>R-square adjusted</i>
<i>Continuance intention</i>	0.819	0.813

Sumber: *Pengelolaan Data SmartPLS 4.0, 2023*

Berdasarkan pada tabel 4.9 di atas, maka dapat diketahui bahwa variabel Y (minat) dipengaruhi oleh variabel X1(iklan investasi) variabel X2 (aplikasi investasi) dan X3 variabel (pengetahuan) sebesar 81.9%. Sedangkan 8,13% dipengaruhi oleh variabel lain.

4. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dengan melihat nilai perhitungan *Path Coefisien* pada pengujian *inner model*. Pengujian hipotesis menggunakan alat ukur yaitu tingkat kepercayaan sebesar 95%. Hipotesis dikatakan diterima apabila nilai T statistik lebih besar dari T tabel 1,96 dengan batas error ($\alpha 5\% = 0.05$) yang berarti apabila nilai T statistik setiap hipotesis lebih besar dari T tabel maka dapat dinyatakan diterima atau terbukti. Begitu juga sebaliknya apabila nilai T statistik setiap hipotesis lebih kecil dari T tabel maka dapat dinyatakan diterima/ ditolak. Berikut adalah hasil uji hipotesis pada penelitian ini:

Tabel 4.10 hasil uji hipotesis (*path coefficient*)

Hipotesis	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	T-statistic	P-Value	Keterangan
X1 → Y	0.471	0.450	3.286	0.001	Diterima
X2 → Y	0.099	0.113	0.938	0.348	Tidak diterima
X3 → Y	0.446	0.455	5.587	0.000	Diterima

Sumber: *Pengelolaan Data SmartPLS4.0, 2023*

Berdasarkan pada hasil uji hipotesis pada tabel 4.10 di atas maka dapat diketahui bahwa ada satu hipotesis pada penelitian ini tidak diterima dan lainnya diterima dengan rincian sebagai berikut:

a. Hipotesis Pertama

Hipotesis pertama pada penelitian ini adalah adanya pengaruh antara iklan terhadap minat berinvestasi di pasar modal syariah. Berdasarkan hasil uji hipotesis pada tabel diketahui bahwa nilai 0.001 (lebih kecil dari 0.05) yang berarti terdapat pengaruh antara iklan investasi terhadap minat. Begitu juga dengan T-statistic yang menunjukkan angka 3.286 (lebih besar dari T-tabel 1.96) yang juga menandakan terdapat pengaruh antara iklan investasi terhadap minat. Sehingga dapat disimpulkan hipotesis pertama **Diterima**.

b. Hipotesis Kedua

Hipotesis kedua pada penelitian ini adalah tidak adanya pengaruh antara aplikasi investasi terhadap minat berinvestasi di pasar modal syariah. Berdasarkan hasil uji hipotesis pada tabel 4.10 diketahui bahwa nilai P-Value 0.348 (lebih besar dari 0.05) yang berarti tidak terdapat pengaruh antara aplikasi profit anywhere terhadap minat. Begitu juga dengan T-statistic yang menunjukkan angka 0.938 (lebih kecil dari T-tabel 1.96) yang juga menandakan tidak terdapat pengaruh antara aplikasi investasi terhadap minat. Sehingga dapat disimpulkan hipotesis kedua **Tidak diterima.**

c. Hipotesis ketiga

Ketiga pada penelitian ini adalah adanya pengaruh antara pengetahuan terhadap minat membuka akun investasi di pasar modal syariah. Berdasarkan hasil uji hipotesis pada tabel diketahui bahwa nilai 0.000 (lebih kecil dari 0.05) yang berarti terdapat pengaruh antara pengetahuan terhadap minat. Begitu juga dengan T-statistic yang menunjukkan angka 5.587 (lebih besar dari T-tabel 1.96) yang juga menandakan terdapat pengaruh antara pengetahuan terhadap minat. Sehingga dapat disimpulkan hipotesis ketiga **Diterima.**

d. Hipotesis keempat

Keempat pada penelitian ini adalah adanya pengaruh variabel iklan investasi (X1), aplikasi profit anywhere (X2), pengetahuan (X3) terhadap minat berinvestasi di pasar modal syariah. Berdasarkan Uji nilai R-square

bahwa nilai=0.819, yang berarti setiap variabel bebas memiliki pengaruh dari dalam sebesar 0.819 terhadap variabel minat. Sedangkan nilai R-square adjusted bahwa nilai= 0.813 yang artinya variabel minat dipengaruhi oleh variabel lain.

C. Hasil Pembahasan

Berdasarkan data kuisioner yang sudah didapatkan oleh peneliti, data awal yang diterima adalah 110 responden yang mengisi kuisioner yang telah disebar via google form. Responden pada penelitian ini didominasi oleh responden angkatan 2020 di ikuti angkatan 2019 dan 2021. Berdasarkan data yang diperoleh, dari total keseluruhan 110 responden, terdapat 42 orang semester enam dengan persentase 39,1% responden angkatan 2020 kemudian terdapat 38 orang semester delapan dengan persentase 33,6% responden angkatan 2019 dan terdapat 30 orang semester empat dengan persentase 27,3% responden angkatan 2021. Responden selanjutnya di dominasi pada jenis kelamin perempuan yaitu berjumlah 76 responden atau 69,1%, sedangkan laki-laki hanya berjumlah 34 responden atau 30,9%.

Berdasarkan analisis data pada penelitian ini, dari setiap indikator yang di buat teruji validitasnya setelah di masukkan ke model analisis data melalui aplikasi Smart-PLS 4.0. Maka di lanjutkan dengan uji hipotesis, dengan rincian sebagai berikut:

1. Pengaruh iklan investasi terhadap minat mahasiswa untuk membuka akun investasi di pasar modal syariah

Berdasarkan hasil olah data yang dipaparkan sebelumnya, diketahui bahwa hasil dari variabel iklan investasi memiliki pengaruh terhadap minat berinvestasi di pasar modal syariah. Hasil tersebut menandakan bahwa iklan dapat mendorong dan membujuk mahasiswa atau masyarakat agar memiliki minat untuk membuka akun investasi di pasar modal syariah. Dapat diketahui bahwa jawaban dari responden tersebut jika iklan investasi adalah faktor yang membuat responden berminat untuk membuka akun investasi pasar modal syariah. Nilai *mean* tertinggi pada variabel ini ada pada indikator X1.4.1 dengan pertanyaan kuisisioner “Iklan mampu menimbulkan, untuk melakukan investasi di pasar modal syariah”.

Dapat diketahui dari pernyataan tersebut bahwa responden berminat untuk membuka akun investasi di pasar modal syariah adalah dengan adanya iklan investasi. Hal ini juga mendukung responden yang didominasi pada kalangan mahasiswa yang berada pada usia produktif, sehingga lebih mengedepankan untuk di pasar modal syariah.

Hal tersebut sesuai dengan teori iklan Dalam teori Theory Of Planned Behavior, telah ditunjukkan bahwa niat seseorang dipengaruhi olehnya sikap individu terhadap niat untuk melakukannya. Indikator minat berinvestasi antara lain: (1) keinginan untuk mempelajari alat-alat investasi, (2) keinginan untuk meluangkan waktu mengikuti seminar dan pelatihan investasi, dan (3) upaya untuk berinvestasi. Dengan demikian setelah

dilakukan analisis data, bahwa teori sesuai dengan hasil analisis pernyataan responden. Dapat disimpulkan iklan memiliki pengaruh terhadap minat membuka akun investasi di pasar modal syariah. Dari hasil penelitian terdahulu, Andi Tentril Ulmi Qalsum R, “Pengaruh *Social media Influencer* terhadap minat Mahasiswa dalam berinvestasi di Pasar Modal”, Universitas Hasanuddin Makassar. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa sosial media atau alat untuk menyampaikan pesan iklan berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa dalam membuka akun investasi di pasar modal.

2. Pengaruh aplikasi profit Anywhere terhadap minat mahasiswa untuk membuka akun investasi di pasar modal syariah

Berdasarkan hasil olah data yang telah dipaparkan sebelumnya, diketahui bahwa hasil dari variabel aplikasi profit anywhere tidak memiliki pengaruh terhadap minat mahasiswa untuk membuka akun investasi di pasar modal syariah. Hasil tersebut menandakan bahwa aplikasi profit anywhere untuk menimbulkan minat untuk membuka akun investasi di pasar modal syariah tidak dirasakan oleh responden. Sehingga bisa diketahui aplikasi profit anywhere tidak memiliki pengaruh terhadap minat untuk membuka akun investasi di pasar modal syariah.

The Dillon and Maclean Model of Information Systems Success: A Ten-Year Update. Dalam model yang diperbarui ini, mereka mengubah beberapa dimensi, keberhasilan sistem aplikasi informasi dari model sebelumnya (1992) menjadi: kualitas sistem, kualitas informasi, kualitas layanan, kepuasan pengguna. Dari teori diatas dapat diketahui bahwa suatu

aplikasi jika memiliki indikator aplikasi diatas maka akan menimbulkan minat terhadap pemakai atau pengguna aplikasi profit anywhere tersebut. Namun kenyataannya dari hasil pengelolaan data bahwa aplikasi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat membuka akun investasi di pasar modal syariah. Dapat diketahui bahwa teori yang ada tidak sesuai dengan kenyataan di lapangan.

3. Pengaruh pengetahuan investasi terhadap minat mahasiswa untuk membuka akun investasi di pasar modal syariah.

Berdasarkan hasil olah data yang dipaparkan sebelumnya, diketahui bahwa hasil dari variabel pengetahuan investasi memiliki pengaruh terhadap minat membuka akun investasi di pasar modal syariah. Hasil tersebut menandakan bahwa pengetahuan dapat memberikan pengaruh mahasiswa atau masyarakat agar memiliki minat untuk membuka akun investasi di pasar modal syariah. Dapat diketahui bahwa jawaban dari responden tersebut jika pengetahuan adalah faktor yang membuat responden berminat untuk membuka akun investasi di pasar modal syariah. Nilai *mean* tertinggi 4.266 pada variabel ini ada pada indikator X3.2.3 dengan pertanyaan kuisioner “Sebagai investor analisis sebelum membeli saham adalah sangat diperlukan agar tidak mengalami kerugian yang besar”.

Dapat diketahui dari pernyataan tersebut bahwa responden berminat untuk melakukan investasi di pasar modal syariah adalah dengan pengetahuan. Hal ini juga mendukung responden yang didominasi pada kalangan mahasiswa yang berada pada usia produktif, sehingga lebih

mengedepankan untuk berinvestasi di pasar modal syariah. Responden dikalangan mahasiswa tentu memiliki literasi keungan terutama untuk pasar modal. Pengetahuan investasi merupakan pemahaman yang harus dimiliki seseorang tentang berbagai aspek investasi, mulai dari pengetahuan penilaian investasi, tingkat risiko dan tingkat pengembalian investasi.

Analisis data diatas bahwa sesuai antara teori dengan keadaan dilapangan, dilihat dari jawaban responden, raata-rata responden menjawab setuju. Dengan demikian pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat berinvestasi di pasar modal syariah. Dapat dilihat juga pada penelitian yang dilakukan oleh Rizky Achmad Firdaus dan Nur Infrochah dengan judul jurnal “pengaruh pengetahuan investasi dan motivasi investasi terhadap minat investasi mahasiswa politeknik keuangan negara stan di pasar modal”, hasil dari penelitian tersebut bahwa pengetahuan memberikan pengaruh terhadap minat berinvestasi di pasar modal. Hasil uji t_{hitung} 6,322 dengan nilai singnifikasi 0,000. Hasil riset oleh Rizky Firdaus dan Nur Ifrochah, “Pengaruh Pengetahuan Investasi dan Motivasi Investasi Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Politeknik Keuangan Negara Stan di Pasar Modal” setelah dilakukan analisis data bahwa pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal.

4. Pengaruh iklan investasi, aplikasi investasi dan pengetahuan terhadap minat mahasiswa untuk membuka akun investasi di pasar modal syariah.

Berdasarkan hasil olah data yang dipaparkan sebelumnya, diketahui bahwa hasil dari variabel iklan investasi (X1), aplikasi profit anywhere (X2) pengetahuan investasi (X3) memiliki pengaruh terhadap minat berinvestasi di pasar modal syariah dengan nilai= 0.819 dan variabel lain yang mempengaruhi variabel minat sebesar= 0.813. Hasil tersebut menandakan bahwa variabel bebas memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat dan variabel minat juga dipengaruhi dari variabel lain sebesar 0.813. Dapat di ketahui bahwa variabel bebas iklan investasi, aplikasi Profit Anywhere, dan pengetahuan berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam membuka akun investasi di pasar modal.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian yang sudah dilakukan, iklan investasi, aplikasi investasi dan pengetahuan terhadap minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal syariah. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dibuktikan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil hipotesis pada penelitian ini adalah adanya pengaruh antara Iklan terhadap minat membuka akun investasi di pasar modal syariah. Berdasarkan hasil uji hipotesis pada tabel 18 diketahui bahwa nilai 0.001 (lebih kecil dari 0.05) yang berarti terdapat pengaruh antara iklan investasi terhadap minat. begitu juga dengan T-statistic yang menunjukkan angka 3.286 (lebih besar dari T-tabel 1.96) yang juga menandakan terdapat pengaruh antara iklan investasi terhadap minat membuka akun investasi di pasar modal syariah.
2. Berdasarkan hasil hipotesis pada penelitian ini adalah tidak adanya pengaruh antara aplikasi profit Anywhere terhadap minat membuka akun investasi di pasar modal syariah. Berdasarkan hasil uji hipotesis pada tabel 18 diketahui bahwa nilai 0.348 (lebih besar dari 0.05) yang berarti tidak terdapat pengaruh antara aplikasi investasi terhadap minat. Begitu juga dengan T-statistic yang menunjukkan angka 0.938 (lebih kecil dari T-tabel 1.96) yang juga menandakan tidak terdapat pengaruh antara aplikasi profit Anywhere terhadap minat membuka akun investasi di pasar modal syariah.

3. Berdasarkan hasil hipotesis pada penelitian ini adalah adanya pengaruh antara pengetahuan terhadap minat membuka akun investasi di pasar modal syariah. Berdasarkan hasil uji hipotesis pada tabel diketahui bahwa nilai 0.000 (lebih kecil dari 0.05) yang berarti terdapat pengaruh antara pengetahuan terhadap minat. Begitu juga dengan T-statistic yang menunjukkan angka 5.587 (lebih besar dari T-tabel 1.96) yang juga menandakan terdapat pengaruh antara pengetahuan terhadap minat.
4. Berdasarkan hasil hipotesis pada penelitian ini adalah adanya pengaruh variabel iklan investasi (X1), aplikasi profit Anywhere (X2), pengetahuan (X3) terhadap minat membuka akun investasi di pasar modal syariah. Berdasarkan uji $f_{\text{statistik}}$ atau Uji nilai R-square bahwa nilai=0.819, yang berarti setiap variabel bebas memiliki pengaruh dari dalam sebesar 0.819 terhadap variabel minat. Sedangkan nilai $f_{\text{statistik}}$ atau R-square adjusted bahwa nilai=0.813 yang artinya variabel minat dipengaruhi oleh variabel lain.

B. Saran

1. Bagi Perusahaan

Dari hasil kesimpulan diatas maka peneliti memberikan saran kepada *Bursa Efek Indonesia* dalam hal ini ketiga variabel yaitu iklan investasi, aplikasi profit anywhere dan pengetahuan berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa untuk membuka akun investasi di pasarmodal syariah, oleh karena itu dari pihak *Bursa Efek Indonesia* bisa lebih meningkatkan promosi, memilih aplikasi yang baik dan terpercaya dan sosialisasi pengetahuan investasi sehingga menjadi lebih baik dan

semakin baik lagi dalam meningkatkan minat membuka akun investasi di pasar modal syariah.

2. Bagi penelitian selanjutnya

Penulis berharap bagi penelitian selanjutnya untuk lebih dikembangkan lagi variabel yang diteliti dan juga diperluas lagi objek variabel yang akan diteliti, serta kualitas responden yang digunakan. sehingga hasil yang didapatkan bisa lebih baik nantinya dan juga bisa untuk mengetahui minat orang-orang dalam lingkup yang luas dalam hal membuka akun investasi di pasar modal syariah.

Daftar Pustaka

Buku:

Ulani Yunus, *Buku Digital Branding Lengkap*, (Jakarta: 2022)

Tesis/Desertasi:

Lestiana, *Pengaruh Pengetahuan Investasi, Kebijakan Modal Minimum, Literasi Keuangan Dan Social Media Influencer Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi Di Pasar Modal.*" Phd Thesis (Yogyakarta: Fakultas Bisnis Dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia, 2023).

Skripsi:

Aji, Cakrabumi Sumarsono. "Pengaruh Pengetahuan Ekonomi Islam Terhadap Minat Investasi Saham Syariah Di Kalangan Generasi Z: Dengan Model Utaut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Kota Surakarta)," 2021.

Amarin, Shanaz, Dan Tri Indra Wijaksana. "Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Pengguna Aplikasi Berrybenka Di Kota Bandung)." *Business Management Analysis Journal (Bmaj)* 4, No. 1 (28 April 2021), <https://doi.org/10.24176/Bmaj.V4i1.6001>.

Nur Hazlina, *Pengaruh Platform Media Sosial, Pengetahuan Investasi, Persepsi Resiko Dan Return Terhadap Minat Generasi Milenial Berinvestasi Di Pasar Modal* (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Uin Suska Riau)," Skripsi (Riau: Universitas Islam Negeri Suska Riau, 2022).

Jurnal:

Andrea, Jasmine Aubrey, dan Jarot S Suroso. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Aplikasi Investasi Reksadana Online Pada Generasi Millennial Dan Generasi Z." *Itej (Information Technology Engineering Journals)* 7, No. 1 (18 Agustus 2022), <https://doi.org/10.24235/Itej.V7i1.99>.

Ardista, Rini. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Langit Membiru Wisata Bogor." *Parameter* 6, No. 1 (27 Juli 2021), <https://doi.org/10.37751/Parameter.V6i1.160>.

Athaya, Rozan Ahmad. "Fakultas Bisnis Dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia Yogyakarta 2022," 2022.

Azhari, Farah Indah, Herdian Nur Rahman, Dan Maryam Batubara. "Peran Sosialisasi Dan Edukasi Dalam Menumbuhkan Minat Masyarakat

Berinvestas Di Pasar Modal Syariah.” *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 4, No. 3 (2023).

“Buku digital branding lengkap20183.Pdf,” T.T.

Dewi, Kadek Ary Purnama. “Perlindungan Konsumen Dari Iklan Investasi Ilegal Di Media Sosial.” *Jurnal Yustitia* 14, No. 2 (2020).

“Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Aplikasi Inveatsi Reksa Dana.Pdf,” T.T.

“Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Aplikasi Investasi Digital.Pdf,” T.T.

Fathoni, Hamdan. “Peran Pasar Modal Syariah Dalam Laju Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia.” *Khazanah Multidisiplin* 2, No. 1 (12 Februari 2020): 33–44. <https://doi.org/10.15575/km.v2i1.11635>.

Firdaus, Rizky Achmad, Nur Ifrochah, Dan Alamat Korespondensi. “Pengaruh Pengetahuan Investasi Dan Motivasi Investasi Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Politeknik Keuangan Negara Stan Di Pasar,” 2022.

Firdhaus, Findri, Dan Rani Apriani. “Pengaruh Platform Media Sosial Terhadap Minat Generasi Milenial Dalam Berinvestasi Di Pasar Modal.” *Supremasi Hukum* 17, No. 02 (2021).

Gumelar, Pramuditya Aji, Dan Aries Dwi Indriyanti. “Penerapan Metode End User Computing Satisfaction Dan Technology Acceptance Model Dengan Analisis Partial Least Square Untuk Mengukur Tingkat Kepuasan Pengguna Aplikasi Livin’ By Mandiri” 04, No. 02 (2023).

Hermita, Hermita, Dian Dikawati, Dan Nur Azikin. “Minat Investasi Syariah Generasi Z: Tpb, Perilaku Keuangan, Dan Religiusitas.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 9, No. 1 (2023).

Ismail, Moh, Endah Tri Wisudaningsih, Dan Abd Ghafur. “Pengaruh Modal Pengetahuan Dan Motivasi Investasi Terhadap Minat Berinvestasi Di Pasar Modal (Study Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Di Kampus Unzah).” *Jurnal Ekonomi Manajemen Perbankan (Jemper)* 5, No. 1 (2023)

“Kemajuan Teknologi.Pdf,” T.T.

Lestiana, Lestiana. “Pengaruh Pengetahuan Investasi, Kebijakan Modal Minimum, Literasi Keuangan Dan Social Media Influencer Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi Di Pasar Modal.” Phd Thesis, Universitas Islam Indonesia, 2023.

Lioera, Gabriella, Yulius Kurnia Susanto, Dan Dicky Supriatna. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Investasi Mahasiswa Di Pasar Modal.” *Media Bisnis* 14, No. 2 (30 September 2022). <https://doi.org/10.34208/mb.v14i2.1665>.

Makkulau, Andi Runis. “Literasi Keuangan Berbasis Digital Investment Sebagai Upaya Mitigasi Risiko Investasi Bagi Mahasiswa,” T.T.

- Marliana, Reny Rian. "Partial Least Squares-Structural Equation Modeling Pada Hubungan Antara Tingkat Kepuasan Mahasiswa Dan Kualitas Google Classroom Berdasarkan Metode Webqual 4.0," T.T.
- Matulesy, Esther Ria, Dan Agnes Uliarta Tambunan. "Analisis Regresi Pls Sebagai Alternatif Dari Regresi Linear Berganda: Studi Kasus Pengaruh Luas Lahan Dan Luas Panen Terhadap Produksi Padi Di Kabupaten Manokwari," T.T.
- "Minat Dapat Diartikan Sebagai Keinginan Yang Terkandung Secara Sadar Dalam Diri Manusia. Minat Dapat Menjadi Alasan Terbesar Seseorang Untuk Mencapai Dan Mencapai Tujuan..Pdf," T.T.
- Nariza Wanti Wulan Sari, Ika Purnamasari, Dan Fahrullah. "Kombinasi Metode Partial Least Square (Pls) Dan Technology Acceptance Model (Tam) : Evaluasi Pembelajaran (Praktikum Online)." *Metik Jurnal* 4, No. 1 (30 Juni 2020) <https://doi.org/10.47002/Metik.V4i1.168>.
- Nur Hazlina, Nur. "Pengaruh Platform Media Sosial, Pengetahuan Investasi, Persepsi Resiko Dan Return Terhadap Minat Generasi Milenial Berinvestasi Di Pasar Modal (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Uin Suska Riau)." Phd Thesis, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2022.
- Nurani, Alfida Tegar, Adi Setiawan, Dan Bambang Susanto. "Perbandingan Kinerja Regresi Decision Tree Dan Regresi Linear Berganda Untuk Prediksi Bmi Pada Dataset Asthma." *Jurnal Sains Dan Edukasi Sains* 6, No. 1 (26 Mei 2023), <https://doi.org/10.24246/Juses.V6i1p>
- "Pengaruh Pengetahuan Dan Pengalaman Kerja.Pdf," T.T.
- Prasetyo, Moh Joko, Deny Yudiantoro, Dan Amalia Nuril Hidayati. "Pengaruh Pengetahuan Investasi, Risiko Investasi, Dan Motivasi Investasi Terhadap Minat Berinvestasi Pada Pasar Modal Syariah." *Jemba: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 1, No. 5 (2022)
- Purwati, Astri Ayu, Josua Julius Siahaan, Dan Zulfadli Hamzah. "Analisis Pengaruh Iklan, Harga Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Rumah Pekanbaru" 30, No. 1 (2019).
- Putri, Mutiara Fathullaili, Dan Siska Widyaningsih. "Peran Aplikasi Digital Investasi Saham Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia." *Prosiding Caption* 1, No. 1 (2023)
- Putri, Selpi Dwi, Supardi Mursalin, Yetti Afrida Indar, Dan Kustin Hartini. "Sharia Online Trading System Sebagai Sistem Transaksi Saham Di Pasar Modal Syariah (Studi Pt. Fac Sekuritas Bengkulu)." *Jurnal Tabarru': Islamic Banking And Finance* 6, No. 1 (2023)
- Rahman, Richo Elfrizal Sabda Ar, Dan Waspodo Tjipto Subroto. "Pengaruh Motivasi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal Pada

- Mahasiswa.” *Jpeka: Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen Dan Keuangan* 6, No. 1 (2022)
- Rahmawati, Ernesta Febriari. “Pengaruh Atribut Produk, Harga Dan Iklan Terhadap Perpindahan Merek Pada Konsumen Viva Cosmetics Di Surabaya.” *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)* 13, No. 1 (2023)
- Ramadhan, Faizal Huda. “Pengaruh Pengetahuan Dan Motivasi Investasi Syariah Terhadap Minat Untuk Berinvestasi Di Pasar Modal Syariah Pada Mahasiswa Gen Z Di Kota Bogor.” *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 4, No. 3 (2023)
- Richadinata, Kadek Riyan Putra, Dan Ni Luh Putu Surya Astitiani. “Pengaruh Iklan Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Lingkungan Universitas Bali Internasional.” *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 10, No. 2 (28 Februari 2021), <https://doi.org/10.24843/Ejmunud.2021.V10.I02.P05>.
- Risnawati, Sentia, Dan Muhammad Iqbal Fasa. “Peran Iklan Dalam Meningkatkan Minat Menabung Masyarakat Pada Bank Syariah” 4, No. 1 (2023).
- Rohman, Saifu. “Delone & Mclean Model Untuk Analisa Keberhasilan Website Resmi Kabupaten Wonosobo” 6, No. 3 (T.T.).
- Sagala, Muhammad Satria. “Perlindungan Hukum Terhadap Investor Sebagai Korban Dalam Pengguna Iklan Investasi Perdagangan Berjangka Komoditi Melalui Media Sosial,” 2022.
- Santoso, Erica Delia, Dan Novia Larasati. “Benarkah Iklan Online Efektif Untuk Digunakan Dalam Promosi Perusahaan.” *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia* 13, No. 1 (3 Mei 2019): 28–36. <https://doi.org/10.32812/Jibeka.V13i1.99>.
- Saputra, Niko, Dan Dedi Mulyadi. “Perkembangan Dan Tantangan Pasar Modal Indonesia.” *Jurnal Pijar* 1, No. 2 (2023)
- Setiawati, Fitri, Pristiyono Pristiyono, Dan Daslan Simanjuntak. “Implikasi Iklan, Media Sosial Dan Brand Ambassador Terhadap Niat Beli Produk Scarlett Whitening Di Kecamatan Panai Tengah.” *Remik* 7, No. 2 (20 April 2023), <https://doi.org/10.33395/Remik.V7i2.12286>.
- Setyagustina, Kurniasih, M. Joni, Winahyu Dwi Suhitasari, Fenty Dwijayanti Edwar, Iyud Iyud, Rano Karno, Abdul Roni, Rina Nurarifah, Abdul Kholik, Dan Ardi Wiranata. “Pasar Modal Syariah,” 2023.
- Shiratina, Aldina, Deru R Indika, Imas Komariyah, Dewi Kania, Dan Eka Hendriani Solihin. “Pemasaran Online Melalui Penerapan Iklan Secara Digital” 2, No. 1 (2020).
- Sinollah, Dewi Nur Maulidiyah, Dan Mohamad Tody Arsyianto. “Analisis Periklanan Pengaruhnya Terhadap Perilaku Konsumen Dan Dampaknya

Pada Keputusan Pembelian.” *Sketsa Bisnis* 7, No. 2 (30 Desember 2020),<https://doi.org/10.35891/jsb.v7i2.1950>.

Sitanggang, Mangandar, Dan Danang Kusnanto. “Pengaruh Iklan Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Eiger Pasca Pandemi Covid-19.” *Transformasi Manageria: Journal Of Islamic Education Management* 3, No. 1 (2023)

Siwi, Galih Raka, Dan Dianita Meirini. “Pengaruh Modal Investasi, Teknologi Yang Memadai, Dan Motivasi Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi Di Pasar Modal.” *Jurnal Penelitian Mahasiswa Ilmu Sosial, Ekonomi, Dan Bisnis Islam (Sosebi)* 1, No. 1 (2021)

Soraya, Iin. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Jakarta Dalam Mengakses Portal Media Jakarta Smart City.” *Jurnal Komunikasi*, 2015.

“Sunarta - 2023 - Kaum Milenial Di Perkembangan Ekonomi Digital.Pdf,” T.T.

Syahril, Afwan, Dewi Kurniawati, Dan Maulana Adinata. “Pengaruh Iklan Lazada Terhadap Minat Beli Barang Secara Online Di Kalangan Mahasiswa.” *Algebra: Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Sains* 3, No. 1 (2023).

Tito, Anita Chrishanti Puteri, Dan Claudy Gabriella. “Faktor-Faktor Iklan Yang Dapat Menarik Penonton Untuk Menonton Iklan Skip-Ads Di Youtube Sampai Selesai.” *Jurnal Akuntansi Maranatha* 11, No. 1 (7 Mei 2019). <https://doi.org/10.28932/jam.v11i1.1544>.

Ulma, Fashihanin Kaulika. “Pengaruh Motivasi, Gender, Self Efficacy, Dan Pertimbangan Pasar Kerja Terhadap Minat Berkarier Sebagai Akuntan Publik, Konsultan Pajak, Dan Bankir.” *Jurnal Akuntansi*, T.T.

Wibowo, Ari. “Pengaruh Pengetahuan Investasi, Kebijakan Modal Minimal Investasi, Dan Pelatihan Pasar Modal Terhadap Minat Investasi (Studi Kasus Mahasiswa Fe Unesa Yang Terdaftar Di Galeri Investasi Fe Unesa).” *Jurnal Ilmu Manajemen* 7, No. 1 (2019): 198.