

**DETERMINASI FAKTOR MINAT INVESTASI GEN Z DI PASAR MODAL
DENGAN VARIABEL MODERASI SENTIMEN IHSG *PASCA-
RESHUFFLE* KABINET**



SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Akuntansi Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Batik Surakarta**

Oleh:

**DELLA SAFIYAH
NIM: 2022030035**

**FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI AKUNTANSI
UNIVERSITAS ISLAM BATIK
SURAKARTA**

2026

**DETERMINASI FAKTOR MINAT INVESTASI GEN Z DI PASAR MODAL
DENGAN VARIABEL MODERASI SENTIMEN IHSG *PASCA-
RESHUFFLE* KABINET**



SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Akuntansi Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Batik Surakarta**

Oleh :

**DELLA SAFIYAH
NIM: 2022030035**

**FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI AKUNTANSI
UNIVERSITAS ISLAM BATIK
SURAKARTA**

2026

HALAMAN PERSETUJUAN

Yang bertanda tangan dibawah ini setelah membaca skripsi dengan judul:

DETERMINASI FAKTOR MINAT INVESTASI GEN Z DI PASAR MODAL

DENGAN VARIABEL MODERASI SENTIMEN IHSG *PASCA-*

***RESHUFFLE* KABINET**

Diajukan Oleh:

DELLA SAFIYAH

NIM. 2022030035

Telah Dipertahankan di Hadapan Tim Penguji Skripsi

Fakultas Ekonomi Universitas Islam Batik

Surakarta

Surakarta, 5 Agustus 2026

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Suhendro, SE., Ak., M.Si

Dimas Ilham Nur Rois. SE., M.Ak

Mengetahui,

Kepala Program Studi Akuntansi

Dimas Ilham Nur Rois, SE., M.Ak

NIDN. 0623119402

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi telah diterima dan disahkan untuk memenuhi syarat dan tugas guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Akuntansi pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Batik Surakarta

Pada Hari : Rabu

Tanggal : 5 Agustus 2026

Tim Penguji Skripsi

1. **Dr. Suhendro, SE., Ak., M.Si** ()
Ketua
2. **Dimas Ilham Nur Rois. SE., M.Ak** ()
Sekretaris
3. **Dra. Endang Masitoh, M.Si, Ak, CA** ()
Anggota

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Islam Batik Surakarta

Dr. Suhendro, SE, Ak, M.Si
NIDN. 0015027201

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Della Safiyah

NIM : 2022030035

Judul Skripsi : Determinasi Faktor Minat Investasi Gen Z Di Pasar Modal
Dengan Variabel Moderasi Sentimen IHSG *Pasca-Reshuffle*
Kabinet

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang saya ajukan ini adalah hasil karya saya sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di Perguruan Tinggi lain, dan sepanjang pengetahuan saya skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang dikutip dalam naskah ini secara tertulis dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Surakarta, 5 Agustus 2026

Della Safiyah
NIM: 2022030035

MOTTO

“Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan.”

(QS. Al-Insyirah :5-6)

“Tidak masalah apabila Anda berjalan lambat, asalkan Anda tidak pernah berhenti berusaha.”

(Confucius)

“Masa depan adalah milik mereka yang percaya pada keindahan mimpi mereka”

(Aristoteles)

“Jadi kalau mau berinvestasi di instrumen apapun, pelajari instrumen itu apa.

Jangan ikut-ikutan orang, jangan *FOMO* atau *fear of missing out*. Pelajari instrumennya apa, mereka pasti berhasil.”

(Purbaya Yudhi Sadewa)

KATA PERSEMBAHAN

Dengan segala puji syukur kepada Allah SWT dan atas dukungan dan doa dari orang-orang tercinta, akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Oleh karena itu, dengan rasa bangga dan bahagia penulis ucapkan rasa syukur dan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang tak henti-hentinya memberikan petunjuk dan memberikan kelancaran atas terselesaikannya skripsi ini.
2. Kedua orang tua yang senantiasa memberikan atas doa yang tak pernah putus sejak penulis kecil hingga dewasa, atas pengorbanan tanpa pamrih, dan dukungan moral yang menjadi pondasi perjuangan ini. Kasih sayang dan kesabaran kalian adalah modal utama yang mengantarkan penulis sampai pada titik ini.
3. Kakak Devi Safitri dan keponakan Glenna Belvania Geraldine serta seluruh keluarga besar yang telah memberikan dukungan, dan doa yang selalu menyertai. Kakak telah menjadi teladan dan penyemangat, sementara keponakan dengan keimutan dan keceriaannya menjadi penguat semangat penulis di tengah kesibukan. Kehadiran kalian adalah nikmat yang tak ternilai.
4. Teman-teman dekat: Mellnanursari, Yulita Nur Henita Maya Sarry, Lintang Septiana Ayu, Vioni Dwi Cahyani, Lina Artika Sari, Aprillia Ayu, dan Nuke Windharista yang selalu mendukung dan membantu satu sama lain selama kuliah, serta memberikan semangat hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

5. Teman-teman kelas A1 Akuntansi angkatan 2022 Universitas Islam Batik Surakarta.
6. Almamater UNIBA Surakarta.
7. Terakhir penulis persembahkan untuk diri sendiri yang belajar berjalan tanpa peta dan tumbuh dari banyak hal yang tidak selalu sempat diberi nama. Dari hari-hari yang sederhana, keraguan yang datang diam-diam, dan mimpi yang kadang terasa terlalu jauh untuk digenggam. Mungkin, menjadi Muggle bukan berarti hidup tanpa keajaiban, hanya saja, beberapa di antaranya tumbuh dalam bentuk yang lebih sederhana, lebih sunyi, dan baru terasa ketika perjalanan telah sampai pada halaman-halaman tertentu. Tidak ada tongkat yang bisa membuat semuanya menjadi mudah. Tetapi barangkali, sedikit keberanian, rasa ingin tahu, dan kemauan untuk mencoba lagi adalah bentuk sihir yang paling dekat dengan manusia. Perjalanan ini tidak selalu mengikuti arah yang diharapkan, namun justru di antara belok dan jedanya, banyak bagian diri perlahan menemukan maknanya. Hari ini, satu bab selesai tertulis, bukan akhir dari cerita, hanya sebuah titik yang memberi jeda sebelum kalimat berikutnya dimulai. Dan untuk pertama kalinya, saya tidak terlalu ingin tahu bagaimana akhirnya cukup percaya bahwa halaman berikutnya akan membawa cerita yang layak dibaca.

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum Waramatullahi Wabarakatuh

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya yang telah diberikan kepada penulis. Tak lupa shalawat dan salam penulis persembahkan kepada nabi besar kita nabi Muhammad SAW, Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Determinasi Faktor Minat Investasi Gen Z Di Pasar Modal Dengan Variabel Moderasi Sentimen IHSG Pasca-Reshuffle Kabinet”**. Penelitian ini dilakukan sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Akuntansi di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Batik Surakarta.

Penulisan dan penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, bantuan, bimbingan dan doa dari berbagai pihak yang turut terlibat didalamnya. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis mengucapkan terima kasih kepada beberapa pihak:

1. Bapak Ipmawan Muhammad Iqbal, S.Ag., M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Batik Surakarta.
2. Bapak Dr. Suhendro, SE, M.Si, Akt selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Batik Surakarta dan selaku pembimbing 1 yang telah membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Dimas Ilham Nur Rois, SE., M.Ak selaku Kepala Program Studi Akuntansi Universitas Islam Batik Surakarta dan selaku pembimbing 2 yang telah membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

4. Ibu Yuli Chomsatu S, SE., M.Si., Ak selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan bimbingan dan motivasi untuk penulis selama masa perkuliahan.
5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Batik Surakarta yang telah memberikan ilmu serta bimbingan kepada penulis.
6. Bapak Ibu staff dan karyawan Universitas Islam Batik Surakarta yang telah membantu penulis dalam hal administrasi.
7. Kedua orang tua, kakak, dan adik, serta keluarga besar yang selalu mendoakan dan memberikan semangat.
8. Teman-teman, yang telah memberikan semangat dan bantuan dalam penyusunan skripsi ini.
9. Semua pihak yang membantu yang tidak bisa disebutkan satu per satu oleh penulis.

Akhir kata penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan kesalahan dalam penyusunan skripsi ini dikarenakan keterbatasan kemampuan penulis. Semoga skripsi ini dapat menambah wawasan dan memberikan manfaat bagi pembaca.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Surakarta, 5 Agustus 2026

Della Safiyah
NIM. 2022030035

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	v
MOTTO.....	vi
KATA PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
<i>ABSTRACT</i>	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
A. Landasan Teori	11
B. Penelitian Terdahulu.....	20
C. Kerangka Penelitian	26
D. Hipotesis.....	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	35
A. Jenis Penelitian.....	35
B. Sumber Data.....	41
C. Populasi dan Sampel	41
D. Teknik Pengumpulan Data	44

E. Metode dan Analisis Data	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	55
A. Deskripsi Umum Data Penelitian.....	55
B. Deskripsi Responden.....	55
C. Analisis Data	58
D. Pembahasan.....	73
BAB V PENUTUP.....	90
A. Kesimpulan	90
B. Keterbatasan Penelitian.....	91
C. Saran.....	91
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN.....	100

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Hasil Uji Validitas Instrumen Uji Coba.....	46
Tabel 3. 2 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Uji Coba	49
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas	58
Tabel 4. 2 Hasil Uji Reliabilitas	60
Tabel 4. 3 Hasil Uji Normalitas.....	61
Tabel 4. 4 Hasil Uji Multikolinearitas.....	62
Tabel 4. 5 Hasil Uji Heteroskedastisitas	63
Tabel 4. 6 Hasil Uji Model Regresi 1	64
Tabel 4. 7 Hasil Uji Model Regresi 2.....	66
Tabel 4. 8 Hasil Uji Kelayakan Model.....	67
Tabel 4. 9 Hasil Uji Hipotesis	69
Tabel 4. 10 Hasil Uji Koefisien Determinasi	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik IHSG <i>Pasca-Reshuffle</i> Kabinet	4
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	26
Gambar 3. 1 Grafik Responden Berdasarkan Usia	55
Gambar 3. 2 Grafik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
Gambar 3. 3 Grafik Responden Berdasarkan Domisili.....	57
Gambar 3. 4 Grafik Responden Berdasarkan Status.....	57

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian	100
Lampiran 2 Daftar Nama Responden.....	106
Lampiran 3 Tabulasi Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Uji Coba	110
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas Instrumen Uji Coba	112
Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Uji Coba.....	115
Lampiran 6 Tabulasi Jawaban Responden	116
Lampiran 7 Hasil Uji Validitas	124
Lampiran 8 Hasil Uji Reliabilitas	127
Lampiran 9 Hasil Uji Normalitas	128
Lampiran 10 Hasil Uji Multikolinearitas	129
Lampiran 11 Hasil Uji Heteroskedastisitas	130
Lampiran 12 Hasil Uji Regresi	131
Lampiran 13 Hasil Uji Kelayakan Model (Uji F)	132
Lampiran 14 Hasil Uji Hipotesis (Uji t).....	133
Lampiran 15 Hasil Uji Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R2</i>)	134

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis determinasi faktor minat investasi Gen Z di pasar modal dengan variabel moderasi sentimen IHSG *pasca-reshuffle* kabinet. Populasi dari penelitian ini yaitu seluruh Gen Z di wilayah Surakarta yang memiliki kesadaran investasi pasar modal. Pemilihan sampel dilakukan dengan metode *random sampling* dengan 97 responden Gen Z didapat data yang diolah. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda dan *Moderated Regression Analysis (MRA)* yang diolah menggunakan aplikasi *Statistical Package for the Social Science (SPSS)* versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Literasi Keuangan, Pengetahuan Investasi, Toleransi Risiko, dan Pengaruh Media Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi. Selain itu, sentimen IHSG *pasca-reshuffle* kabinet terbukti mampu memoderasi pengaruh Literasi Keuangan, Toleransi Risiko, dan Pengaruh Media Sosial terhadap minat investasi, namun tidak memoderasi pengaruh Pengetahuan Investasi terhadap minat investasi.

Kata Kunci: Minat Investasi, Gen Z, Pasar Modal, Sentimen IHSG, *Reshuffle* Kabinet

ABSTRACT

This study aims to examine and analyze the determinants of Gen Z investment interest in the capital market with the moderating variable of IHSG sentiment after the cabinet reshuffle. The population of this study was all Gen Z in the Surakarta area who have capital market investment awareness. The sample selection was carried out using a random sampling method with 97 Gen Z respondents obtained processed data. The data analysis techniques used were multiple linear regression and Moderated Regression Analysis (MRA) processed using the Statistical Package for the Social Science (SPSS) version 26 application. The results showed that the variables of Financial Literacy, Investment Knowledge, Risk Tolerance, and Social Media Influence have a positive and significant effect on investment interest. In addition, IHSG sentiment after the cabinet reshuffle was proven to be able to moderate the influence of Financial Literacy, Risk Tolerance, and Social Media Influence on investment interest, but did not moderate the influence of Investment Knowledge on investment interest.

Keywords: ***Investment Interest, Gen Z, Capital Market, JCI Sentiment, Cabinet Reshuffle***

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Investasi merupakan salah satu instrumen penting dalam perekonomian modern yang berfungsi sebagai sarana alokasi sumber daya untuk menciptakan nilai ekonomi di masa depan. Dalam konteks global, investasi dipandang tidak hanya sebagai kegiatan mencari keuntungan finansial, tetapi juga sebagai strategi manajemen risiko dan upaya menjaga daya beli terhadap inflasi. Kemajuan teknologi digital dan berkembangnya platform investasi daring telah menurunkan hambatan masuk bagi investor ritel, sehingga partisipasi masyarakat dalam berinvestasi di pasar modal mengalami peningkatan signifikan.

Namun, peningkatan tersebut tidak terjadi secara otomatis, melainkan dipengaruhi oleh minat investasi masyarakat. Minat investasi adalah dorongan dalam diri seorang untuk mencari tahu, memahami, hingga terlibat dalam aktivitas investasi, terutama di pasar modal (Pajar & Pustikaningsih, 2017). Faktor ini menjadi kunci penting karena tingginya literasi keuangan, kemudahan akses teknologi, dan informasi pasar tidak akan bermakna apabila tidak disertai dengan minat yang kuat dari individu untuk berinvestasi secara nyata. Minat seseorang dalam berinvestasi (*investment interest*) didefinisikan sebagai kecenderungan psikologis dan niat perilaku untuk mengalokasikan sebagian sumber daya finansialnya ke dalam instrumen investasi, baik karena

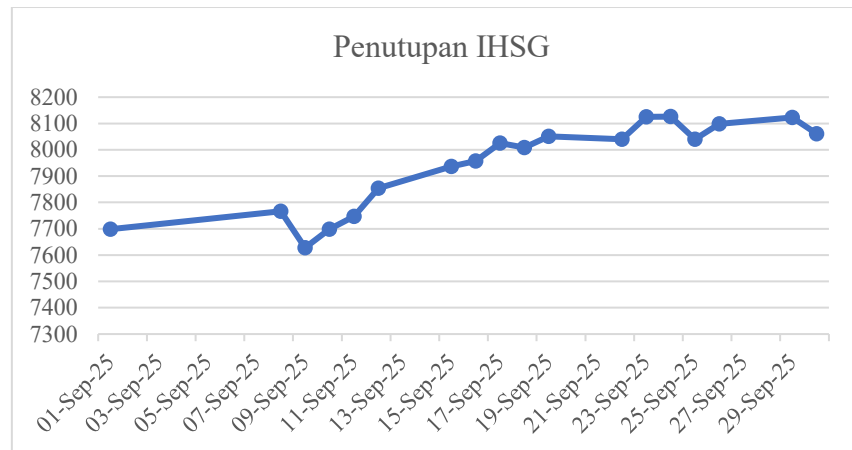
motivasi keuntungan, perlindungan nilai, maupun alasan sosial (Handayani & Santoso, 2023). Pemahaman terhadap faktor-faktor yang memengaruhi minat investasi menjadi penting sebagai tahap awal yang menentukan terjadinya keputusan investasi aktual dalam masyarakat (Suharti & Haryono, 2022).

Secara nasional, tren investasi di Indonesia menunjukkan perkembangan yang pesat dalam satu dekade terakhir. Berdasarkan data Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI, 2024), jumlah investor pasar modal telah menembus angka 11,72 juta per September 2023, meningkat tajam dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Peningkatan ini banyak dipengaruhi oleh kemudahan akses aplikasi digital serta kampanye literasi keuangan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Bursa Efek Indonesia (BEI). Menariknya, komposisi investor kini didominasi oleh Generasi Z, yakni kelompok usia kelahiran 1997–2012, yang mencapai 57,04% dari total investor (Rizky et al., 2024). Generasi ini dikenal sebagai generasi yang tumbuh di era *digital* yang memiliki kecepatan adaptasi tinggi terhadap teknologi dan media sosial, namun di sisi lain seringkali bersikap impulsif serta mudah terpengaruh oleh tren investasi tanpa analisis mendalam (Rahmawati & Suryani, 2023). Fenomena tersebut menjadikan Gen Z sebagai kelompok penting untuk diteliti dalam konteks minat investasi, mengingat karakteristik perilaku mereka yang unik dan potensial memengaruhi dinamika pasar modal Indonesia di masa depan.

Berbagai penelitian terdahulu mengidentifikasi sejumlah faktor yang berpengaruh terhadap minat investasi, antara lain literasi keuangan, pengetahuan investasi, toleransi risiko, dan pengaruh media sosial (Lara et al.,

2022; Pramudita & Anjani, 2024; Putra Mardika et al., 2025; Tubastuvi et al., 2024). Temuan ini secara logis menunjukkan bahwa minat investasi merupakan hasil dari interaksi antara faktor internal dan eksternal individu. Faktor internal seperti literasi keuangan, pengetahuan investasi, dan toleransi risiko membentuk kesiapan kognitif serta psikologis seseorang dalam mengambil keputusan investasi. Sementara itu, faktor eksternal seperti media sosial berperan sebagai stimulus informasi yang dapat memperkuat atau bahkan membentuk minat tersebut. Dengan demikian, semakin baik kesiapan internal individu dan semakin positif pengaruh lingkungannya, maka semakin tinggi pula kecenderungan seseorang untuk memiliki minat investasi. Literasi keuangan merupakan kemampuan individu dalam memahami dan mengelola keuangan pribadi secara efektif, yang terbukti meningkatkan kepercayaan diri untuk mengambil keputusan investasi (Setiawan & Rahmi, 2022). Pengetahuan investasi berkaitan dengan sejauh mana individu memahami karakteristik dan risiko produk investasi di pasar modal (Putri & Nugraha, 2023). Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pemahaman seseorang terhadap instrumen investasi, semakin rasional pula pertimbangan yang digunakan dalam pengambilan keputusan. Pemahaman yang baik akan mengurangi bias dan kesalahan persepsi, sehingga meningkatkan kecenderungan untuk memiliki minat investasi. Sementara itu, toleransi risiko menggambarkan tingkat kesiapan seseorang dalam menghadapi ketidakpastian dan fluktuasi nilai investasi. Faktor media sosial juga berperan penting, karena menjadi sumber informasi utama bagi Gen Z dalam membentuk persepsi dan keputusan

investasi. Studi oleh (Pratama & Widodo, 2023) menunjukkan bahwa paparan konten investasi di media sosial dapat secara signifikan meningkatkan minat investasi generasi muda, meskipun terkadang disertai risiko *herd behavior* akibat informasi yang tidak tervalidasi.



Gambar 1. 1 Grafik IHSG *Pasca-Reshuffle* Kabinet

Sumber: IDX (idx.co.id), data diolah.

Selain faktor-faktor internal tersebut, dinamika eksternal berupa sentimen pasar juga berperan besar terhadap perilaku investasi, khususnya pada konteks Indonesia yang sensitif terhadap perubahan politik dan ekonomi (Santika & Susena, 2025). Salah satu fenomena yang menonjol adalah perubahan sentimen IHSG *pasca-reshuffle* cabinet, di mana pergantian menteri sering menimbulkan reaksi volatil di pasar modal akibat perubahan ekspektasi kebijakan.

Berdasarkan gambar 1.1, pergerakan IHSG *pasca-reshuffle* kabinet, terlihat bahwa indeks mengalami penurunan pada fase awal setelah pengumuman pergantian kabinet, yang mencerminkan respons spontan pasar terhadap perubahan struktur pemerintahan dan potensi ketidakpastian arah kebijakan ekonomi. Reaksi ini merupakan bentuk penyesuaian ekspektasi investor

terhadap stabilitas politik dan keberlanjutan program ekonomi yang sedang berjalan. Namun, setelah fase koreksi tersebut, IHSG menunjukkan tren pemulihan yang bertahap dan berlanjut pada penguatan yang relatif stabil hingga akhir periode pengamatan. Kondisi ini mengindikasikan bahwa pelaku pasar mulai menilai *reshuffle* kabinet sebagai langkah yang tidak mengganggu fundamental ekonomi, bahkan berpotensi meningkatkan efektivitas kebijakan. Penguatan IHSG tersebut mencerminkan meningkatnya kepercayaan investor, membaiknya sentimen pasar, serta persepsi risiko yang lebih terkendali. Dalam kaitannya dengan minat investasi, khususnya pada Generasi Z, pergerakan IHSG memiliki pengaruh signifikan karena indeks ini sering dijadikan indikator utama dalam menilai kondisi pasar saham. Generasi Z yang aktif mengakses informasi melalui media sosial dan platform digital cenderung menjadikan tren IHSG sebagai acuan dalam membentuk persepsi terhadap peluang dan risiko investasi. Ketika IHSG menunjukkan tren kenaikan, terbentuk persepsi bahwa pasar sedang dalam kondisi positif dan memberikan potensi imbal hasil yang menarik, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan diri dan ketertarikan untuk mulai berinvestasi. Sebaliknya, apabila IHSG melemah atau berfluktuasi tajam, persepsi risiko meningkat dan dapat menurunkan minat investasi, terutama bagi investor pemula yang belum memiliki pengalaman dan toleransi risiko yang tinggi. Dengan demikian, IHSG tidak hanya berfungsi sebagai indikator makroekonomi yang merefleksikan kinerja pasar modal secara agregat, tetapi juga sebagai faktor kontekstual dan psikologis yang berperan dalam membentuk ekspektasi, persepsi risiko, serta keputusan investasi Generasi Z.

Reshuffle yang melibatkan penunjukan Menteri Keuangan baru pada September 2025 memicu fluktuasi IHSG yang signifikan, fenomena ini bahkan dikenal di kalangan analis sebagai “Purbaya effect”, yaitu perubahan arah IHSG yang tajam setelah pengumuman kebijakan awal Menteri Purbaya Yudhi Sadewa (CNBC, 2025). Dalam beberapa hari pertama, IHSG sempat terkoreksi, namun kembali menguat setelah adanya sinyal stabilisasi kebijakan fiskal. Fenomena ini menunjukkan bahwa sentimen pasar bersifat dinamis dan dapat memperkuat atau melemahkan pengaruh faktor-faktor individu seperti literasi keuangan atau toleransi risiko terhadap minat investasi, terutama bagi Generasi Z yang cenderung reaktif terhadap berita ekonomi.

Berdasarkan hasil dari penelitian-penelitian sebelumnya ditemukan adanya inkonsistensi hasil penelitian terkait faktor-faktor yang memengaruhi minat dan keputusan investasi di kalangan Generasi Z maupun milenial. Misalnya, beberapa penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat atau keputusan investasi (Asari & Kurnianingsih, 2022; Ratnawati, 2024; Tubastuvi et al., 2024; Zahwa & Soekarno, 2023), namun penelitian lain seperti Setiawan et al., (2021) dan Lara et al. (2022) justru menemukan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat investasi.

Selain itu, preferensi atau toleransi risiko juga memperlihatkan hasil yang beragam yaitu beberapa penelitian (Intansia & Kurnianingsih, 2022; Tubastuvi et al., 2024) menunjukkan pengaruh positif signifikan, sedangkan penelitian lain (Lara et al., 2022) menunjukkan tidak ada pengaruh. Inkonsistensi juga

muncul pada peran media sosial, di mana penelitian Olajide et al. (2024) dan Purnama Sari et al. (2024) menunjukkan pengaruh signifikan terhadap minat atau keputusan investasi, sementara Ernasari & Firdaus (2025) serta Rahmawati & Rosita (2023) menyatakan sebaliknya.

Di sisi lain, kajian mengenai sentimen pasar dan faktor eksternal makroekonomi seperti yang diteliti oleh Zainul et al. (2025) dan Siagian & Makaliwe (2025) menunjukkan bahwa sentimen investor dan kondisi pasar memiliki pengaruh signifikan terhadap volatilitas dan return saham, namun belum pernah diuji dalam konteks minat investasi Generasi Z di pasar modal Indonesia, khususnya pasca peristiwa politik seperti *reshuffle* kabinet.

Oleh karena itu, masih terdapat gap riset dalam menguji kembali determinasi faktor-faktor minat investasi Generasi Z dengan mempertimbangkan sentimen IHSG pasca *reshuffle* sebagai variabel moderasi yang relevan terhadap dinamika perilaku investasi di era digital. Disisi lain, penelitian ini menghadirkan *novelty* berupa pendekatan yang menggabungkan analisis faktor-faktor individu dan moderasi sentimen IHSG *pasca-reshuffle* dalam konteks generasi muda di Surakarta.

Berdasarkan uraian di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan, pengetahuan investasi, toleransi risiko, dan pengaruh media sosial terhadap minat investasi Generasi Z di pasar modal, serta menguji peran sentimen IHSG setelah pergantian kabinet sebagai variabel moderasi yang memengaruhi hubungan antara faktor-faktor tersebut dengan minat investasi, dan memberikan rekomendasi bagi pelaku industri,

regulator, dan lembaga pendidikan dalam meningkatkan partisipasi investasi yang sehat dan rasional di kalangan generasi muda.

Berlandaskan dari fenomena yang terjadi mencerminkan integrasi antara dimensi individu (*determinant factors*), dimensi eksternal sentimen IHSG *pasca-reshuffle* yang mencakup tren “*Purbaya effect*”, serta dimensi lokal (Surakarta sebagai representasi kota berkembang dengan penetrasi digital yang pesat).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap minat investasi Gen Z?
2. Apakah pengetahuan investasi berpengaruh terhadap minat investasi Gen Z?
3. Apakah toleransi risiko berpengaruh terhadap minat investasi Gen Z?
4. Apakah media sosial berpengaruh terhadap minat investasi Gen Z?
5. Apakah sentimen IHSG *pasca-reshuffle* memoderasi pengaruh literasi keuangan terhadap minat investasi Gen Z?
6. Apakah sentimen IHSG *pasca-reshuffle* memoderasi pengaruh pengetahuan investasi terhadap minat investasi Gen Z?
7. Apakah sentimen IHSG *pasca-reshuffle* memoderasi pengaruh toleransi risiko terhadap minat investasi Gen Z?
8. Apakah sentimen IHSG *pasca-reshuffle* memoderasi pengaruh media sosial terhadap minat investasi Gen Z?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang diajukan dalam penelitian, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap minat investasi Gen Z.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh pengetahuan investasi terhadap minat investasi Gen Z.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh toleransi risiko terhadap minat investasi Gen Z.
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh media sosial terhadap minat investasi Gen Z.
5. Untuk menguji dan menganalisis peran sentimen IHSG *pasca-reshuffle* sebagai variabel moderasi dalam memperkuat atau memperlemah pengaruh literasi keuangan terhadap minat investasi Gen Z.
6. Untuk menguji dan menganalisis peran sentimen IHSG *pasca-reshuffle* sebagai variabel moderasi dalam memperkuat atau memperlemah pengaruh pengetahuan investasi terhadap minat investasi Gen Z.
7. Untuk menguji dan menganalisis peran sentimen IHSG *pasca-reshuffle* sebagai variabel moderasi dalam memperkuat atau memperlemah pengaruh toleransi risiko terhadap minat investasi Gen Z.
8. Untuk menguji dan menganalisis peran sentimen IHSG *pasca-reshuffle* sebagai variabel moderasi dalam memperkuat atau memperlemah pengaruh media sosial terhadap minat investasi Gen Z.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dicapai, maka manfaat yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Akademisi

Penelitian ini dapat memperkaya literatur di bidang keuangan dan investasi, khususnya mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat investasi generasi Z. Dengan memasukkan sentimen IHSG *pasca-reshuffle* sebagai variabel moderasi, penelitian ini juga memberikan kontribusi baru dalam kajian perilaku keuangan yang masih jarang diteliti, serta dapat menjadi referensi bagi pengembangan teori maupun penelitian lanjutan yang berkaitan dengan perilaku investasi generasi digital.

2. Praktisi

Penelitian ini bermanfaat dalam memberikan gambaran nyata mengenai faktor-faktor yang mendorong minat investasi Gen Z. Hasil penelitian dapat dimanfaatkan oleh regulator seperti OJK dan BEI untuk merancang kebijakan dan program literasi keuangan yang lebih efektif. Perusahaan sekuritas dan manajer investasi dapat menggunakan temuan penelitian ini untuk mengembangkan strategi pemasaran produk yang sesuai dengan karakteristik Gen Z. Selain itu, lembaga pendidikan dapat menjadikannya dasar dalam merancang kurikulum dan pelatihan literasi keuangan yang relevan, serta para praktisi media sosial dan *influencer* keuangan dapat memperoleh pemahaman lebih baik mengenai dampak konten mereka terhadap perilaku investasi generasi muda.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Theory of Planned Behavior

Teori dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Theory of Planned Behavior (TPB)* yang dikembangkan oleh Ajzen (1991). Teori ini menjelaskan bahwa niat seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu merupakan faktor utama yang menentukan apakah perilaku tersebut akan dilakukan atau tidak. Niat tersebut terbentuk oleh tiga komponen utama, yaitu:

- a. Sikap terhadap perilaku (*attitude toward behavior*) yaitu sejauh mana seseorang memiliki evaluasi positif atau negatif terhadap suatu tindakan.
- b. Norma subjektif (*subjective norms*) yaitu tekanan sosial yang dirasakan seseorang untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku.
- c. *Perceived behavioral control (PBC)* yaitu persepsi seseorang terhadap kemudahan atau kesulitan dalam melakukan perilaku tertentu, yang dipengaruhi oleh pengalaman dan sumber daya yang dimiliki (Ajzen, 1991).

Dalam konteks investasi, minat investasi dapat dipandang sebagai bentuk dari *behavioral intention* seseorang untuk berinvestasi. Seseorang akan memiliki minat untuk berinvestasi ketika mereka memiliki sikap

positif terhadap investasi (misalnya, melihatnya sebagai cara mencapai tujuan keuangan), mendapatkan dukungan sosial dari lingkungan seperti keluarga, teman, atau komunitas online, serta merasa memiliki kemampuan dan pengetahuan yang cukup untuk berinvestasi (Ajzen, 2002; East, 1993).

Faktor-faktor seperti literasi keuangan, pengetahuan investasi, toleransi risiko, dan pengaruh media sosial dapat dikaitkan langsung dengan komponen TPB. Literasi dan pengetahuan meningkatkan *perceived behavioral control*, toleransi risiko memengaruhi *attitude toward behavior*, sedangkan media sosial berperan dalam membentuk *subjective norms*. Dengan demikian, teori ini relevan untuk menjelaskan bagaimana faktor-faktor psikologis, sosial, dan kognitif membentuk minat investasi Generasi Z di pasar modal.

2. Minat Investasi (Y)

Minat investasi adalah kecenderungan atau keinginan seseorang untuk melakukan aktivitas investasi dengan harapan memperoleh keuntungan di masa depan. Menurut (Pajar & Pustikaningsih, 2017), minat investasi mencerminkan tahap awal dari perilaku aktual investasi, yang dipengaruhi oleh persepsi, pengalaman, serta faktor eksternal seperti informasi pasar. Dalam kerangka TPB, minat investasi merupakan manifestasi dari *behavioral intention*. Artinya, ketika seseorang memiliki sikap positif terhadap investasi, merasa mampu berinvestasi (*perceived control*), dan menerima dorongan sosial dari lingkungan, maka niat untuk berinvestasi akan meningkat (Ajzen, 1991).

Beberapa penelitian mendukung hubungan ini, Intansia & Heny (2022) menemukan bahwa literasi keuangan, pengetahuan, perilaku keuangan, dan toleransi risiko berpengaruh positif terhadap minat investasi. Sementara Rahmawati & Rosita (2023) menemukan bahwa motivasi dan manfaat investasi meningkatkan minat mahasiswa Gen Z untuk berinvestasi, meskipun media sosial tidak berpengaruh langsung. Hal ini menunjukkan bahwa minat investasi adalah hasil dari interaksi berbagai faktor internal dan eksternal yang membentuk persepsi dan keyakinan seseorang terhadap investasi.

3. Literasi Keuangan (X1)

Literasi keuangan didefinisikan sebagai kemampuan seseorang dalam memahami dan menggunakan pengetahuan keuangan untuk membuat keputusan keuangan yang efektif (OECD, 2016). Menurut (Lusardi & Mitchell, 2014), individu dengan literasi keuangan tinggi lebih mampu memahami konsep dasar keuangan seperti bunga majemuk, inflasi, dan diversifikasi risiko.

Literasi keuangan memperkuat *perceived behavioral control*, karena individu yang memahami instrumen keuangan merasa lebih mampu dan percaya diri untuk berinvestasi. Penelitian (Ratnawati, 2024) menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan dan keputusan investasi Generasi Z. Hal yang sama diungkapkan (Tubastuvi et al., 2024), bahwa literasi keuangan meningkatkan keyakinan dan minat Generasi Z dalam melakukan investasi di pasar modal.

Secara logis, hubungan antara literasi keuangan dan minat investasi dapat dijelaskan melalui beberapa mekanisme. Pertama, secara kognitif, pengetahuan keuangan memberikan individu kemampuan untuk memahami cara kerja pasar modal, sehingga mengurangi ketidakpastian dan meningkatkan rasa aman dalam berinvestasi. Kedua, secara afektif, pemahaman keuangan yang baik menumbuhkan kepercayaan diri (*self-efficacy*) dan sikap positif terhadap aktivitas investasi. Ketiga, secara perilaku, literasi keuangan memperkuat *behavioral intention* atau niat berperilaku, sebagaimana dijelaskan dalam TPB. Dengan demikian, literasi keuangan menjadi faktor fundamental yang membentuk minat investasi karena memberikan keyakinan, kemampuan, dan motivasi bagi individu untuk terlibat secara aktif dalam aktivitas investasi di pasar modal.

4. Pengetahuan Investasi (X2)

Pengetahuan investasi mencakup pemahaman tentang jenis investasi, mekanisme pasar modal, risiko, serta manfaat yang mungkin diperoleh dari aktivitas investasi (Kusumawati, 2011). Pengetahuan ini mendorong individu untuk menilai investasi secara lebih objektif dan rasional. Dalam TPB, pengetahuan investasi membentuk *attitude toward behavior*, yaitu sikap positif terhadap perilaku investasi. Ketika seseorang memahami cara kerja investasi, risiko yang mungkin dihadapi, serta potensi keuntungan, mereka akan cenderung memiliki minat yang lebih besar untuk berinvestasi (Lara et al., 2022; Pramudita & Anjani, 2024). Pengetahuan investasi juga

membantu mengurangi ketidakpastian, meningkatkan kepercayaan diri, dan memperkuat keputusan untuk bertindak.

Pengetahuan investasi memiliki hubungan yang kuat dengan minat investasi karena pemahaman yang baik terhadap mekanisme pasar, jenis instrumen, serta risiko dan imbal hasil investasi akan membentuk persepsi positif terhadap aktivitas investasi. Individu yang memiliki pengetahuan investasi yang memadai cenderung merasa lebih siap dan percaya diri untuk berinvestasi, karena mereka mampu menilai peluang dan risiko secara rasional. Pemahaman tersebut mengurangi rasa takut akan kerugian dan ketidakpastian, sehingga menumbuhkan keyakinan bahwa investasi adalah kegiatan yang menguntungkan dan terukur. Dalam kerangka *Theory of Planned Behavior* (TPB), pengetahuan investasi membentuk *attitude toward behavior*, yaitu sikap positif terhadap perilaku investasi. Ketika seseorang memahami cara kerja pasar modal dan manfaat yang dapat diperoleh, maka sikap positif tersebut mendorong munculnya niat atau minat untuk berinvestasi. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat pengetahuan investasi seseorang, semakin besar pula kecenderungan atau minat individu untuk terlibat dalam aktivitas investasi di pasar modal.

5. Toleransi Risiko (X3)

Toleransi risiko adalah tingkat kesiapan individu dalam menerima ketidakpastian dan potensi kerugian dalam aktivitas investasi (Grable, 2000). Semakin tinggi toleransi risiko seseorang, semakin besar keberaniannya mengambil keputusan investasi pada instrumen dengan

potensi imbal hasil tinggi namun berisiko besar. Dalam teori TPB, toleransi risiko berperan dalam membentuk *attitude toward behavior*. Sikap positif terhadap risiko mencerminkan kesiapan mental seseorang untuk menghadapi fluktuasi pasar. (Intansia & Heny, 2022) menemukan bahwa toleransi risiko berpengaruh positif terhadap minat investasi, sementara (Tubastuvi et al., 2024) menegaskan bahwa toleransi risiko meningkatkan kecenderungan Generasi Z untuk berinvestasi.

Hubungan antara toleransi risiko dan minat investasi dapat dipahami dari cara individu memandang risiko sebagai bagian dari proses memperoleh keuntungan. Individu dengan tingkat toleransi risiko yang tinggi cenderung memiliki keberanian dan kesiapan mental untuk menghadapi fluktuasi pasar serta kemungkinan kerugian. Sikap tersebut membuat mereka lebih terbuka terhadap peluang investasi, karena menyadari bahwa risiko merupakan konsekuensi wajar dari potensi imbal hasil yang lebih besar. Sebaliknya, individu dengan toleransi risiko rendah akan cenderung menghindari investasi, terutama pada instrumen yang berisiko tinggi, karena merasa tidak nyaman dengan ketidakpastian. Dengan demikian, semakin tinggi toleransi risiko seseorang, semakin besar pula kecenderungan atau minatnya untuk berinvestasi, sebab ia melihat risiko sebagai bagian yang dapat dikendalikan dan dikelola dalam mencapai tujuan keuangan.

6. Pengaruh Media Sosial (X4)

Media sosial berperan penting dalam membentuk persepsi dan perilaku investasi, terutama bagi Generasi Z yang merupakan pengguna aktif platform digital. Melalui media sosial, individu memperoleh informasi tentang saham, reksadana, dan pengalaman investasi dari influencer maupun komunitas daring. Dalam TPB, media sosial berkaitan dengan *subjective norms* karena membentuk tekanan sosial dan norma perilaku yang memengaruhi keputusan investasi. (Olajide et al., 2024) menyatakan bahwa media sosial berperan penting sebagai sumber edukasi keuangan dan saran investasi. (Purnama Sari et al., 2024) juga menemukan bahwa media sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi generasi milenial. Sebaliknya, (Rahmawati & Rosita, 2023) menemukan hasil yang berbeda, menunjukkan bahwa pengaruh media sosial bergantung pada kualitas dan kredibilitas informasi yang diperoleh.

Hubungan antara media sosial dan minat investasi dapat dijelaskan melalui peran media sosial sebagai sumber informasi dan pengaruh sosial yang membentuk pandangan serta sikap individu terhadap investasi. Melalui konten edukatif, pengalaman pengguna lain, dan rekomendasi dari influencer keuangan, seseorang dapat lebih memahami manfaat dan peluang investasi. Informasi yang sering muncul di linimasa juga menciptakan dorongan sosial terutama ketika banyak orang di lingkungan digitalnya membahas atau melakukan investasi sehingga individu merasa terdorong untuk ikut berpartisipasi. Dengan kata lain, semakin sering seseorang

terpapar informasi investasi yang positif dan kredibel di media sosial, semakin besar kemungkinan munculnya minat untuk berinvestasi karena individu merasa tertarik, termotivasi, dan mendapat legitimasi sosial untuk memulai investasi.

7. Sentimen IHSG *Pasca-Reshuffle* (Z)

Berdasarkan gambar 1.1 pergerakan Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) setelah pergantian kabinet, terlihat bahwa fluktuasi indeks mencerminkan perubahan ekspektasi dan tingkat kepercayaan investor terhadap arah kebijakan ekonomi yang baru. Pada fase awal, penurunan indeks dapat menimbulkan sikap kehati-hatian karena investor menilai adanya potensi risiko kebijakan dan ketidakpastian stabilitas pasar, sehingga minat investasi terutama bagi investor pemula cenderung tertahan. Namun, ketika grafik menunjukkan pemulihan dan tren penguatan yang konsisten, kondisi tersebut membangun persepsi bahwa pasar mampu beradaptasi dan tetap stabil di bawah struktur pemerintahan baru. Penguatan ini berfungsi sebagai sinyal positif (*positive market signal*) yang meningkatkan optimisme, memperbaiki sentimen, serta menurunkan persepsi risiko, sehingga dapat mendorong peningkatan minat investasi. Dengan demikian, pola pergerakan IHSG *pasca-reshuffle* tidak hanya merefleksikan respons pasar terhadap dinamika politik, tetapi juga berperan dalam membentuk keyakinan dan keputusan investasi masyarakat, khususnya generasi muda yang cenderung menjadikan tren indeks sebagai acuan utama sebelum masuk ke pasar modal.

Sentimen IHSG mencerminkan psikologi pasar dan reaksi investor terhadap dinamika ekonomi, politik, dan kebijakan pemerintah. Menurut (Baker & Wurgler, 2007), sentimen investor dapat memperkuat atau melemahkan hubungan antara faktor fundamental dan kinerja pasar saham. Peristiwa politik seperti *reshuffle* kabinet dapat memengaruhi optimisme atau pesimisme investor, yang pada gilirannya berdampak pada pergerakan IHSG dan perilaku investasi masyarakat. (Zainul et al., 2025) menunjukkan bahwa sentimen investor memoderasi hubungan antara profitabilitas dan return saham di pasar Eropa. Di Indonesia, (Siagian & Makaliwe, 2025) membuktikan bahwa indikator sentimen seperti *Consumer Confidence Index* (CCI) dan *Trading Volume Activity* (TVA) berpengaruh signifikan terhadap volatilitas IHSG. Sebagai variabel moderasi, sentimen IHSG pasca *reshuffle* diharapkan dapat memperkuat atau memperlemah hubungan antara faktor internal (literasi, pengetahuan, risiko, media sosial) dan minat investasi Gen Z. Dalam konteks TPB, perubahan sentimen pasar memengaruhi *attitude* dan *perceived control*, karena perubahan kondisi politik dapat mengubah persepsi risiko dan peluang investasi.

Keterkaitan antara sentimen IHSG dan minat investasi dapat dipahami melalui pengaruh psikologis kondisi pasar terhadap cara individu menilai peluang dan risiko investasi. Ketika sentimen pasar bersifat positif misalnya IHSG mengalami kenaikan *pasca-reshuffle* kabinet, investor cenderung merasa optimis, memandang kondisi ekonomi stabil, dan menilai peluang investasi sebagai hal yang menguntungkan. Rasa percaya diri dan

optimisme ini mendorong munculnya minat untuk berinvestasi. Sebaliknya, ketika sentimen pasar negatif dan IHSG mengalami penurunan, persepsi risiko meningkat, rasa khawatir terhadap ketidakpastian ekonomi bertambah, sehingga minat investasi cenderung melemah. Dengan demikian, perubahan sentimen IHSG berperan penting dalam membentuk persepsi, sikap, dan tingkat keyakinan individu terhadap investasi, terutama bagi generasi muda yang sensitif terhadap dinamika pasar dan informasi ekonomi yang tersebar luas di media sosial.

B. Penelitian Terdahulu

1. Hasil penelitian Hendarto et al. (2021) diperoleh kesimpulan bahwa literasi keuangan dan toleransi risiko keuangan berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi saham generasi milenial di Indonesia pada tahun 2021. Sebaliknya, agen sosialisasi keuangan (seperti keluarga, sekolah, teman sebaya, dan media) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi. Temuan ini menegaskan bahwa kualitas pengetahuan keuangan serta tingkat keberanian menghadapi risiko lebih menentukan keputusan investasi saham dibandingkan dengan pengaruh eksternal dari agen sosialisasi.
2. Hasil penelitian Audrey (2021), menunjukkan bahwa penurunan drastis Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) selama pandemi Covid-19 tahun 2020 justru mendorong peningkatan minat investasi di kalangan milenial. Selain itu, IHSG juga berfungsi sebagai variabel moderasi yang mengubah persepsi risiko, di mana penurunan signifikan (sekitar -43% pada 2020)

memperkuat pengaruh literasi digital terhadap minat investasi karena milenial memanfaatkan kemudahan aplikasi investasi seperti Ajaib dan IPOT. Kenaikan IHSG setelah fase penurunan turut mengonfirmasi kepercayaan investor muda, tercermin dari peningkatan signifikan jumlah *Single Investor Identification (SID)* baru usia di bawah 30 tahun, meskipun volatilitas yang tinggi tetap berpotensi melemahkan minat investor pemula. Temuan ini menegaskan bahwa investor milenial menjadi pendorong utama kebangkitan pasar modal Indonesia pasca pandemi serta bahwa pergerakan IHSG mampu memperkuat atau memperlemah pengaruh faktor individu terhadap minat investasi.

3. Hasil penelitian oleh Asari & Kurnianingsih (2022) menyimpulkan bahwa literasi keuangan, pengetahuan investasi, perilaku keuangan, dan toleransi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi generasi milenial di Surakarta pada tahun 2022, baik secara parsial maupun simultan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin baik pemahaman literasi keuangan, semakin tinggi pengetahuan investasi, semakin sehat perilaku keuangan, serta semakin besar toleransi risiko, maka semakin tinggi pula minat generasi milenial untuk berinvestasi di Surakarta.
4. Hasil penelitian Lara et al. (2022) menyimpulkan bahwa pengetahuan investasi dan return berpengaruh positif signifikan terhadap minat investasi generasi Z di Indonesia tahun 2022, sedangkan preferensi risiko tidak berpengaruh signifikan. Selain itu, dari berbagai bentuk pengetahuan investasi, sekolah pasar modal terbukti memiliki pengaruh paling besar

terhadap peningkatan minat berinvestasi, sementara mata kuliah pasar modal dan komunitas pasar modal tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan.

5. Hasil penelitian Zahwa & Soekarno (2023), diperoleh kesimpulan bahwa faktor literasi keuangan meliputi pengetahuan, perilaku, dan sikap keuangan serta faktor demografis (usia dan pekerjaan) berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi Gen Z di Jakarta dan Bandung pada 2023. Sebaliknya, toleransi risiko, gender, tingkat pendidikan, dan pendapatan tidak berpengaruh signifikan. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun generasi Z dan milenial semakin terpapar dengan instrumen investasi, keputusan mereka lebih ditentukan oleh kualitas literasi keuangan dan kondisi demografis tertentu, bukan oleh tingkat keberanian mengambil risiko.
6. Hasil penelitian Rahmawati & Rosita (2023) menyimpulkan bahwa secara parsial variabel motivasi dan manfaat berpengaruh positif signifikan terhadap minat investasi generasi Z mahasiswa STIE Surakarta 2023, sedangkan media sosial dan pengetahuan investasi tidak berpengaruh signifikan. Namun secara simultan, keempat variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap minat investasi, dengan kontribusi sebesar 57,3%, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.
7. Hasil penelitian Olajide et al. (2024) menyimpulkan bahwa media sosial berperan penting sebagai sumber informasi dan saran investasi di negara berkembang. Analisis dilakukan menggunakan data dari *National Financial*

Capability Study (NFCS) 2021. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial dapat meningkatkan literasi keuangan, memperluas akses informasi investasi, serta mendorong perilaku investasi yang lebih berkelanjutan. Namun, efektivitasnya sangat dipengaruhi oleh kualitas informasi yang tersedia serta tingkat kepercayaan pengguna terhadap sumber yang ada.

8. Hasil penelitian Ratnawati (2024) disimpulkan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan maupun keputusan investasi Generasi Z di Kota Malang 2024. Selain itu, perilaku keuangan juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi, serta berperan sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara literasi keuangan dan keputusan investasi. Temuan ini menegaskan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan, semakin baik pula perilaku keuangan yang ditunjukkan, yang pada akhirnya meningkatkan kualitas keputusan investasi Generasi Z.
9. Hasil penelitian Pramudita & Anjani (2024) menyimpulkan bahwa terdapat tujuh faktor utama yang memengaruhi minat investasi, yaitu pengetahuan investasi, motivasi, preferensi risiko, *return investasi*, kemajuan teknologi, modal minimum, dan *self-efficacy*. Dari hasil *Systematic Literature Review* terhadap 11 artikel, faktor pengetahuan investasi dan motivasi merupakan variabel yang paling dominan memengaruhi minat investasi generasi milenial, karena memberikan pemahaman tentang potensi keuntungan dan risiko sekaligus menjadi pendorong untuk mencapai tujuan keuangan jangka panjang.

10. Hasil penelitian Tubastuvi et al. (2024) dapat disimpulkan bahwa keputusan investasi Generasi Z di Banyumas pada tahun 2024 dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh literasi keuangan, perilaku keuangan, serta toleransi risiko. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun Generasi Z sudah memiliki pengalaman dasar dalam mengelola keuangan, faktor pengetahuan, perilaku dalam mengatur keuangan, serta tingkat keberanian menanggung risiko lebih dominan dalam menentukan pilihan investasinya. Penelitian ini menekankan pentingnya program edukasi keuangan yang terarah guna meningkatkan kualitas pengambilan keputusan investasi pada Generasi Z.
11. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Suprihatin & Susanti (2024) menyimpulkan bahwa secara parsial variabel teknologi informasi, pengetahuan investasi, dan persepsi risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap minat investasi mahasiswa Kota Solo 2024, sedangkan persepsi return berpengaruh positif signifikan. Namun secara simultan, keempat variabel tersebut (teknologi informasi, pengetahuan investasi, persepsi return, dan persepsi risiko) berpengaruh signifikan terhadap minat investasi mahasiswa di Kota Solo.
12. Hasil penelitian Sari et al. (2024) menunjukkan bahwa literasi keuangan, persepsi risiko, dan media sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi generasi milenial di Kota Padang tahun 2024. Hasil ini menjelaskan bahwa semakin baik tingkat literasi keuangan, semakin bijak individu dalam membuat keputusan investasi. Demikian pula,

pemahaman yang tepat mengenai risiko akan meningkatkan kualitas keputusan investasi yang diambil. Selain itu, media sosial terbukti mampu memengaruhi keputusan investasi dengan menyediakan informasi serta dorongan sosial dari influencer atau figur publik, sehingga dapat memperkuat minat dan keberanian generasi milenial untuk berinvestasi.

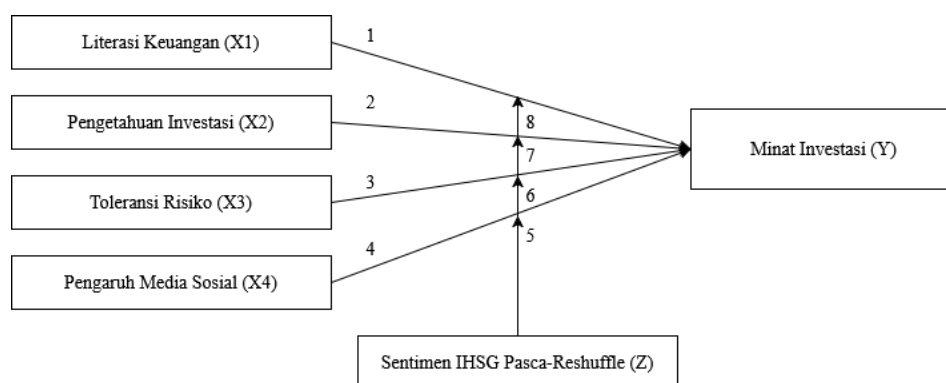
13. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Widjaja et al. (2024) menunjukkan bahwa penggunaan media sosial berpengaruh terhadap niat berinvestasi di Indonesia tahun 2024 dalam *securities crowdfunding (SCF)*. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa penggunaan media sosial untuk *socializing* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap sikap dan niat berinvestasi, sedangkan penggunaan media sosial untuk *informativeness* justru berpengaruh negatif terhadap sikap terhadap *SCF*. Selain itu, norma subjektif dan *perceived behavioral control* juga berperan dalam membentuk niat investasi. Temuan ini menegaskan bahwa media sosial berperan penting sebagai sarana interaksi sosial dan pembentukan persepsi, namun kualitas serta jenis informasi yang diperoleh juga menentukan arah pengaruhnya terhadap minat investasi.

14. Hasil penelitian oleh Putra et al. (2025) menyimpulkan bahwa keputusan investasi Generasi Z di Indonesia tahun 2025 dipengaruhi oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi motivasi pribadi untuk mencapai stabilitas finansial, mengurangi kecemasan masa depan, serta kepercayaan diri yang dibangun melalui pengalaman dan edukasi dari platform investasi. Faktor eksternal mencakup pengaruh sosial dari

keluarga, teman, media sosial, influencer, serta promosi dan informasi ekonomi. Meskipun Gen Z sangat menghargai kemandirian dalam memilih instrumen investasi, mereka tetap mempertimbangkan masukan komunitas dan tren sosial sebagai referensi. Dengan demikian, keputusan investasi Gen Z terbentuk melalui integrasi antara preferensi pribadi, pengaruh lingkungan, serta orientasi pada tujuan keuangan jangka panjang.

15. Hasil penelitian Ernasari & Firdaus (2025) menyimpulkan bahwa edukasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap promosi investasi dan minat berinvestasi. Media sosial berpengaruh signifikan terhadap promosi investasi, namun tidak berpengaruh langsung terhadap minat berinvestasi. Promosi investasi juga tidak terbukti signifikan dalam memediasi hubungan antara media sosial dengan minat berinvestasi. Hasil ini menegaskan bahwa edukasi keuangan menjadi faktor utama dalam meningkatkan minat investasi generasi muda, sementara media sosial lebih efektif jika dipadukan dengan program literasi keuangan yang berkelanjutan.

C. Kerangka Penelitian



Gambar 2. 1

Kerangka Konseptual

Keterangan :

1. (Tubastuvi et al., 2024; Ratnawati, 2024; Zahwa & Soekarno, 2023; Hendarto et al., 2021; Setiawan et al., 2021)
2. (Pramudita & Anjani, 2024; Rahmawati & Rosita, 2023; Asari & Kurnianingsih, 2022; Lara et al., 2022)
3. (Lara et al., 2022; Pramudita & Anjani, 2024; Sari et al., 2024; Zahwa & Soekarno, 2023)
4. (Ernasari & Firdaus, 2025; Olajide et al., 2024; Mardika et al., 2025; Widjaja et al., 2024)
5. (Audrey 2021)

D. Hipotesis

1. Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Minat Investasi

Literasi keuangan merupakan kemampuan individu dalam memahami konsep dasar keuangan, mengelola uang, serta membuat keputusan finansial yang rasional. Literasi keuangan mencerminkan kemampuan individu dalam memahami dan mengelola aspek keuangan secara menyeluruh. Menurut Chen & Volpe, (1998), literasi keuangan diukur melalui empat indikator yaitu pemahaman dasar keuangan pribadi seperti pendapatan, pengeluaran, anggaran, inflasi, dan nilai waktu uang, pengetahuan tentang tabungan dan pinjaman, pemahaman mengenai asuransi sebagai bentuk perlindungan finansial, serta pengetahuan tentang investasi dan berbagai instrumennya. Keempat indikator tersebut membentuk tingkat literasi keuangan seseorang yang dapat mendorong meningkatnya minat investasi

karena individu memiliki pemahaman yang memadai dalam mengelola serta mengembangkan keuangannya.. Pemahaman ini membentuk persepsi positif terhadap investasi dan meningkatkan minat mereka untuk berpartisipasi. Hasil penelitian oleh Asari & Kurnianingsih (2022) menyimpulkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi generasi milenial di Surakarta pada tahun 2022. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin baik pemahaman literasi keuangan, semakin tinggi pengetahuan investasi, semakin sehat perilaku keuangan, maka semakin tinggi pula minat generasi milenial untuk berinvestasi di Surakarta. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Tubastuvi et al. (2024) dapat disimpulkan bahwa keputusan investasi Generasi Z di Banyumas pada tahun 2024 dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh literasi keuangan. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun Generasi Z sudah memiliki pengalaman dasar dalam mengelola keuangan, faktor pengetahuan, perilaku dalam mengatur keuangan, serta tingkat keberanian menanggung risiko lebih dominan dalam menentukan pilihan investasinya. Penelitian ini menekankan pentingnya program edukasi keuangan yang terarah guna meningkatkan kualitas pengambilan keputusan investasi pada Generasi Z.

H₁: Literasi keuangan berpengaruh terhadap minat investasi.

2. Pengaruh Pengetahuan Investasi terhadap Minat Investasi

Pengetahuan investasi membantu individu memahami mekanisme pasar modal, instrumen investasi, serta potensi risiko dan keuntungan.

Menurut Kusmawati (2011), pengetahuan investasi dapat diukur melalui tiga indikator utama. Pertama, pengetahuan dasar penilaian saham, yaitu kemampuan memahami cara menilai harga saham, membaca laporan keuangan sederhana, serta mengenali kondisi perusahaan sebagai dasar pertimbangan investasi. Kedua, tingkat risiko, yaitu pemahaman mengenai kemungkinan fluktuasi nilai investasi serta variasi tingkat ketidakpastian pada setiap instrumen. Ketiga, tingkat pengembalian (return), yaitu pemahaman mengenai potensi keuntungan yang dapat diperoleh dari investasi, baik dalam bentuk capital gain maupun dividen. Ketiga indikator tersebut menunjukkan sejauh mana individu memahami aspek fundamental dalam berinvestasi. Dengan pemahaman yang baik terhadap penilaian saham, risiko, dan return, individu cenderung lebih percaya diri dalam mengambil keputusan investasi, sehingga minat untuk berinvestasi semakin meningkat. Generasi Z yang memiliki pengetahuan investasi yang baik lebih mudah mengenali peluang dan menghindari kerugian, sehingga mereka memiliki minat yang lebih tinggi untuk berinvestasi. Hasil penelitian Lara et al. (2022) menyimpulkan bahwa pengetahuan investasi dan return berpengaruh positif signifikan terhadap minat investasi generasi Z di Indonesia tahun 2022. Selain itu, dari berbagai bentuk pengetahuan investasi, sekolah pasar modal terbukti memiliki pengaruh paling besar terhadap peningkatan minat berinvestasi serta hasil penelitian Pramudita & Anjani (2024) menyimpulkan bahwa terdapat tujuh faktor utama yang memengaruhi minat investas yang salah satunya adalah pengetahuan

investasi. Faktor pengetahuan investasi merupakan variabel yang paling dominan memengaruhi minat investasi generasi milenial, karena memberikan pemahaman tentang potensi keuntungan dan risiko sekaligus menjadi pendorong untuk mencapai tujuan keuangan jangka panjang.

H₂: Pengetahuan investasi berpengaruh terhadap minat investasi.

3. Pengaruh Toleransi Risiko terhadap Minat Investasi

Toleransi risiko mencerminkan tingkat kenyamanan seseorang dalam menghadapi ketidakpastian dan potensi kerugian investasi. Individu dengan toleransi risiko tinggi cenderung lebih berani mengambil keputusan investasi karena mereka mampu menerima potensi fluktuasi pasar. Bagi Generasi Z, toleransi risiko yang tinggi menjadi faktor pendorong dalam mengembangkan minat berinvestasi, terutama di pasar modal yang dinamis. Hasil penelitian oleh Asari & Kurnianingsih (2022) menyimpulkan bahwa toleransi risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi generasi milenial di Surakarta pada tahun 2022, baik secara parsial maupun simultan. Sejalan dengan hasil penelitian Tubastuvi et al. (2024) yang dapat disimpulkan bahwa keputusan investasi Generasi Z di Banyumas pada tahun 2024 dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh toleransi risiko. Dengan demikian, dapat dipahami bahwa meskipun Generasi Z sudah memiliki pengalaman dasar dalam tingkat keberanian menanggung risiko lebih dominan dalam menentukan pilihan investasinya. Penelitian ini menekankan pentingnya program edukasi keuangan yang

terarah guna meningkatkan kualitas pengambilan keputusan investasi pada Generasi Z.

H₃: Toleransi risiko berpengaruh terhadap minat investasi.

4. Pengaruh Media Sosial terhadap Minat Investasi

Media sosial berperan sebagai sarana utama informasi dan edukasi investasi bagi Generasi Z yang sangat terhubung secara digital. Paparan konten finansial dari influencer, platform edukasi, dan komunitas online dapat membentuk persepsi positif terhadap investasi dan meningkatkan minat untuk mencoba berinvestasi. Hasil penelitian Olajide et al. (2024) menyimpulkan bahwa media sosial berperan penting sebagai sumber informasi dan saran investasi di negara berkembang. Analisis dilakukan menggunakan data dari *National Financial Capability Study (NFCS)* 2021. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial dapat memperluas akses informasi investasi, serta mendorong perilaku investasi yang lebih berkelanjutan. Namun, efektivitasnya sangat dipengaruhi oleh kualitas informasi yang tersedia serta tingkat kepercayaan pengguna terhadap sumber yang ada. Temuan ini diperkuat oleh hasil penelitian Sari et al. (2024) menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi generasi milenial di Kota Padang tahun 2024. Hasil tersebut mengarah pada kesimpulan bahwa media sosial terbukti mampu memengaruhi keputusan investasi dengan menyediakan informasi serta dorongan sosial dari influencer atau figur

publik, sehingga dapat memperkuat minat dan keberanian generasi milenial untuk berinvestasi.

H4: Pengaruh media sosial berpengaruh terhadap minat investasi.

5. Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Minat Investasi yang dimoderasi Sentimen IHSG *Pasca-Reshuffle*

Pengaruh literasi keuangan terhadap minat investasi tidak bersifat konstan, melainkan dipengaruhi oleh sentimen IHSG *pasca-reshuffle* kabinet sebagai variabel moderasi. Individu dengan literasi keuangan yang baik cenderung lebih percaya diri dalam memahami peluang investasi, sehingga memiliki minat investasi yang lebih tinggi. Ketika sentimen pasar bersifat positif, pengaruh tersebut semakin kuat karena kondisi pasar dipersepsikan lebih menguntungkan, sedangkan pada saat sentimen pasar negatif, meskipun literasi keuangan tinggi, minat investasi dapat melemah akibat meningkatnya ketidakpastian dan persepsi risiko.

H5: Literasi keuangan berpengaruh terhadap minat investasi yang dimoderasi oleh sentimen IHSG *pasca-reshuffle*.

6. Pengaruh Pengetahuan Investasi terhadap Minat Investasi yang dimoderasi Sentimen IHSG *Pasca-Reshuffle*

Hubungan antara pengetahuan investasi dan minat investasi dipengaruhi oleh sentimen IHSG *pasca-reshuffle* sebagai variabel moderasi. Pengetahuan investasi memungkinkan individu memahami mekanisme pasar dan potensi imbal hasil, sehingga mendorong sikap rasional dalam pengambilan keputusan. Pada kondisi sentimen pasar yang positif,

pengetahuan investasi memperkuat minat berinvestasi karena peluang pasar dipersepsikan lebih menjanjikan, sedangkan pada kondisi sentimen pasar negatif, pengetahuan tersebut meningkatkan kehati-hatian sehingga minat investasi cenderung menurun.

H₆: Pengetahuan investasi berpengaruh terhadap minat investasi yang dimoderasi oleh sentimen IHSG *pasca-reshuffle*.

7. Pengaruh Toleransi Risiko terhadap Minat Investasi yang dimoderasi Sentimen IHSG *Pasca-Reshuffle*

Pengaruh toleransi risiko terhadap minat investasi dipengaruhi oleh sentimen IHSG *pasca-reshuffle* sebagai variabel moderasi. Individu dengan toleransi risiko tinggi cenderung lebih berani dalam menghadapi ketidakpastian dan potensi kerugian. Ketika sentimen pasar positif, keberanian tersebut semakin mendorong minat investasi karena pasar dianggap berada dalam kondisi yang kondusif, sedangkan pada saat sentimen pasar negatif, persepsi risiko meningkat sehingga bahkan individu dengan toleransi risiko tinggi dapat menjadi lebih berhati-hati dan menurunkan minat investasinya.

H₇: Toleransi risiko berpengaruh terhadap minat investasi yang dimoderasi oleh sentimen IHSG *pasca-reshuffle*.

8. Pengaruh Media Sosial terhadap Minat Investasi yang dimoderasi Sentimen IHSG *Pasca-Reshuffle*

Pengaruh media sosial terhadap minat investasi dipengaruhi oleh sentimen IHSG *pasca-reshuffle* sebagai variabel moderasi. Media sosial

berperan sebagai sumber utama informasi dan opini yang membentuk persepsi Generasi Z terhadap pasar modal. Pada kondisi sentimen pasar yang positif, konten media sosial yang bersifat informatif dan optimistis akan memperkuat minat investasi, sedangkan pada kondisi sentimen pasar negatif, informasi dan narasi pesimistis di media sosial dapat meningkatkan kehati-hatian sehingga pengaruhnya terhadap minat investasi menjadi lebih lemah.

H₈: Media sosial berpengaruh terhadap minat investasi yang dimoderasi oleh sentimen IHSG *pasca-reshuffle*.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019), penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, dan digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan melalui analisis data yang bersifat statistik. Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *random sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel secara acak yang memberikan kesempatan yang sama kepada setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel penelitian. Pengumpulan data dilakukan menggunakan instrumen penelitian, kemudian dianalisis secara kuantitatif untuk memperoleh kesimpulan yang objektif dan terukur.

1. Definisi Variabel

Variabel penelitian adalah atribut atau nilai dari seseorang, objek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019). Variabel dapat berbentuk kuantitatif maupun kualitatif, tergantung pada jenis data yang dikumpulkan. Dengan memahami definisi dan karakteristik variabel, peneliti dapat merancang hubungan antarvariabel untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan.

2. Variabel Dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Minat Investasi di Pasar Modal (Y). Variabel dependen adalah variabel yang menjadi fokus utama dalam suatu penelitian karena menunjukkan hasil atau akibat dari adanya perubahan pada variabel lain. Dengan kata lain, variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen. Menurut (Sugiyono, 2019), variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel ini berfungsi sebagai indikator untuk menilai sejauh mana perubahan yang terjadi pada variabel bebas dapat memberikan pengaruh terhadap suatu fenomena yang sedang diteliti. Oleh karena itu, pengukuran variabel dependen harus dilakukan dengan instrumen yang valid agar hasil penelitian dapat diinterpretasikan secara akurat.

Minat investasi merupakan dorongan psikologis atau kecenderungan individu untuk menempatkan dana dalam instrumen keuangan dengan tujuan memperoleh keuntungan di masa depan. Minat investasi tidak hanya ditunjukkan oleh tindakan aktual membeli saham atau instrumen keuangan, tetapi juga oleh niat, keinginan, serta perilaku mencari informasi terkait investasi. Minat investasi (*investment intention*) adalah kecenderungan psikologis dan kesiapan seseorang untuk melakukan investasi di masa depan. Dalam konteks Indonesia, penelitian Felicia & Handoyo (2023) menyebut bahwa minat investasi adalah variabel mediasi yang memungkinkan hubungan antara literasi keuangan dan keputusan investasi;

penelitian tersebut menggunakan konstruk *intention to invest* sebagai bagian dari model keputusan investasi. Adapun dalam penelitian ini, minat investasi diukur melalui indikator-indikator (Trisnaningsih et al., 2022):

- 1) Ketertarikan investasi
- 2) Menjanjikan return
- 3) Investasi yang menarik

3. Variabel Independen

Variabel independen atau variabel bebas merupakan variabel yang memengaruhi atau menjadi penyebab terjadinya perubahan terhadap variabel lain dalam suatu penelitian. Variabel ini berfungsi sebagai faktor yang memberikan dampak terhadap variabel dependen, baik secara langsung maupun tidak langsung. Menurut (Sugiyono, 2019), variabel independen adalah variabel yang memengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dengan kata lain, variabel ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh suatu faktor tertentu terhadap fenomena yang diteliti. Dalam penelitian kuantitatif, variabel independen ditetapkan berdasarkan teori dan penelitian terdahulu untuk memastikan bahwa hubungan antarvariabel memiliki dasar ilmiah yang kuat. Variabel independen dalam penelitian ini antara lain literasi keuangan (X1), pengetahuan investasi (X2), toleransi risiko (X3), pengaruh media sosial (X4).

a. Literasi Keuangan (X1)

Literasi keuangan adalah gabungan dari pengetahuan, sikap, dan keterampilan individu dalam memahami dan mengelola aspek-aspek keuangan pribadi serta produk-produk keuangan secara efektif. Penelitian oleh Santika & Susena (2025) mendefinisikan literasi keuangan sebagai “pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang memengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan yang tidak hanya mengetahui dan memahami institusi keuangan tetapi juga perubahan perilaku masyarakat terhadap produk dan layanan keuangan.” Kemampuan individu dalam memahami konsep dan risiko keuangan, serta mengelola sumber daya keuangan secara efektif untuk pengambilan keputusan investasi. Menurut (Chen & Volpe, 1998) ada 4 indikator dalam *financial literacy* diantaranya sebagai berikut:

- 1) Dasar pemahaman pengetahuan mengenai keuangan pribadi
- 2) Tabungan dan Pinjaman
- 3) Asuransi
- 4) Investasi

b. Pengetahuan Investasi (X2)

Pengetahuan investasi adalah tingkat pemahaman seseorang terhadap mekanisme pasar modal, jenis instrumen investasi, serta risiko dan imbal hasil yang terkait dengan investasi tersebut. Hasil penelitian Felicia & Handoyo (2023) menyebut bahwa pengetahuan investasi

menjadi salah satu faktor penting yang membentuk niat investasi. Indikator pengetahuan investasi menurut penelitian Kusmawati (2011) adalah:

- 1) Pengetahuan dasar penilaian saham
- 2) Tingkat risiko
- 3) Tingkat pengembalian (*return*)

c. Toleransi Risiko (X3)

Toleransi risiko merupakan sejauh mana seorang individu bersedia menerima ketidakpastian dan potensi kerugian dalam proses investasi. Dalam literatur keuangan dan perilaku investasi, toleransi risiko dianggap sebagai variabel psikologis penting yang membedakan investor konservatif dan agresif. Toleransi risiko juga berarti sejauh mana individu merasa nyaman dan bersedia menanggung ketidakpastian hasil investasi serta potensi kerugian. Menurut (Hidayat et al., 2023) indikator untuk mengukur persepsi risiko yaitu:

- 1) Adanya risiko tertentu
- 2) Mengalami kerugian
- 3) Pemikiran bahwa beresiko

d. Pengaruh Media Sosial (X4)

Pengaruh media sosial dalam penelitian mengenai perilaku investasi merujuk pada sejauh mana konten, opini, dan informasi yang beredar di *platform digital* (seperti Instagram, YouTube, TikTok, Twitter) mempengaruhi persepsi, kepercayaan, dan keputusan individu

terhadap investasi. Hasil penelitian Nurhidayah (2022) menunjukkan bahwa paparan media sosial terhadap konten keuangan dapat berdampak langsung terhadap perilaku investor, termasuk dalam meningkatkan kredibilitas influencer dan memperkuat keyakinan seseorang terhadap keputusan investasi. Seseorang di *social media* yang mampu memengaruhi pengikutnya melalui konten yang diunggah sehingga meningkatkan rasa ingin tahu dan ingin mengikuti tindakan mengenai investasi. Dalam penelitian Anabel (2023), pengaruh media sosial diukur melalui indikator-indikator berikut:

- 1) Ketertarikan pada konten investasi yang disampaikan influencer
- 2) Kepercayaan pada informasi yang disampaikan influencer
- 3) Keinginan untuk mengikuti apa yang dilakukan influencer

4. Variabel Moderasi

Sentimen IHSG *pasca-reshuffle* dapat didefinisikan sebagai persepsi dan reaksi psikologis kolektif investor terhadap peristiwa politik berupa perombakan kabinet pemerintah, yang kemudian mempengaruhi ekspektasi mereka terhadap arah kebijakan ekonomi dan kinerja pasar saham. Dalam konteks Indonesia, peristiwa *reshuffle* sering dianggap sebagai sinyal ketidakpastian atau perubahan arah kebijakan, sehingga investor akan menilai ulang ekspektasi mereka terhadap Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG). Dalam penelitian Purwanti (2022) menunjukkan bahwa setelah *reshuffle* kabinet Juni 2022 terjadi penurunan signifikan pada IHSG karena investor bereaksi negatif terhadap potensi ketidakpastian kebijakan.

Persepsi ini mencerminkan bahwa sentimen pasar bukan sekadar reaksi rasional terhadap data fundamental, tetapi juga respons terhadap ekspektasi dan kepercayaan investor terhadap stabilitas politik dan ekonomi. Adapun indikator pengukuran sentimen IHSG dapat mencakup:

- 1) Persepsi terhadap stabilitas ekonomi *pasca-reshuffle*,
- 2) Tingkat optimisme terhadap arah kebijakan ekonomi pemerintah,
- 3) Kepercayaan terhadap kemampuan pemerintah menjaga stabilitas pasar,
- 4) Ekspektasi terhadap kenaikan atau penurunan IHSG setelah *reshuffle*.

B. Sumber Data

Dalam penelitian ini, sumber data yang digunakan adalah data primer, yaitu berupa kuisisioner yang mengacu pada model pada kuisisioner peneliti terdahulu. Menurut Sugiyono (2019) data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber sumber asli (tidak melalui media perantara). Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui kuesioner yang dibagikan kepada responden.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi penelitian adalah keseluruhan objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Menurut Sugiyono (2019), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang akan diteliti. Dengan kata lain, populasi adalah kumpulan menyeluruh dari obyek yang menjadi perhatian

dalam suatu penelitian (Suriani et al., 2023). Populasi dalam penelitian ini adalah Generasi Z atau individu yang berusia 13–28 tahun (kelahiran 1997–2012) pada tahun penelitian dan berdomisili, menetap, atau bekerja di Kota Surakarta.

2. Sampel

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini mengacu pada rumus *Lemeshow*, mengingat populasi penelitian tidak dapat diketahui secara pasti atau dianggap tidak terbatas. Berikut rumus *Lemeshow* yaitu : (*Lemeshow et al.*, 1997)

$$n = \frac{z^2 1 - \alpha / 2 P (1 - P)}{d^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

z = skor z pada kepercayaan 95% = 1,96

P = maksimal estimasi = 0,5

d = alpha (0,10) atau *sampling error* = 10%

Melalui rumus diatas, maka jumlah sampel yang akan diambil adalah :

$$n = \frac{z^2 1 - \alpha / 2 P (1 - P)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 (1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8146 \cdot 0,25}{0,01}$$

$$n = 96,04 = 97$$

Berdasarkan rumus tersebut maka n diperoleh $96,04 = 97$ orang sehingga pada penelitian ini setidaknya penulis harus mengambil data dari sampel sekurang-kurangnya sejumlah 97 orang.

3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *simple random sampling*, yaitu metode pengambilan sampel secara acak di mana setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk terpilih sebagai responden (Sugiyono, 2019). Teknik ini termasuk dalam kategori *probability sampling* yang bertujuan untuk menghasilkan sampel yang representatif dan meminimalkan potensi bias dalam pemilihan responden. Dengan *random sampling*, peneliti tidak menetapkan kriteria khusus di luar batasan populasi yang telah ditentukan, sehingga seluruh individu dalam populasi memiliki kesempatan yang setara untuk menjadi bagian dari penelitian.

Pemilihan teknik *simple random sampling* dilakukan agar data yang diperoleh dapat menggambarkan kondisi populasi secara lebih objektif serta memungkinkan hasil penelitian untuk digeneralisasikan. Selain itu, teknik ini mendukung prinsip keadilan dan keterwakilan dalam penelitian kuantitatif karena tidak adanya perlakuan khusus terhadap kelompok tertentu dalam proses pemilihan sampel.

D. Teknik Pengumpulan Data

1. Kuisisioner

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan kuisisioner. Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi beberapa pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini penulis terjun langsung ke lokasi penelitian dan juga membagikan kuisisioner secara langsung maupun melalui media daring (online) kepada responden, yaitu Generasi Z di Surakarta yang memiliki minat atau keterkaitan dengan investasi di pasar modal. Data yang diperoleh dari metode ini adalah hasil pengisian kuisisioner oleh responden seputar variabel yang diteliti, yaitu literasi keuangan, pengetahuan investasi, toleransi risiko, pengaruh media sosial, serta minat investasi, dengan variabel moderasi sentimen IHSG *pasca-reshuffle* kabinet.

Dalam penelitian ini, kuisisioner disebarakan dengan menggunakan skala alternatif jawaban, yaitu *skala likert*. Menurut penelitian Sugiyono (2019) *skala likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Fenomena sosial yang dimaksud dalam penelitian ini telah ditentukan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya dirumuskan sebagai variabel penelitian. Dengan menggunakan *skala likert*, setiap variabel penelitian dijabarkan ke dalam sejumlah indikator, kemudian indikator tersebut dijadikan dasar dalam penyusunan butir-butir instrumen penelitian berupa pernyataan atau

pertanyaan yang selanjutnya diberikan kepada responden untuk dinilai. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan yang kemudian dijawab oleh responden. *Skala likert* dengan nilai sebagai berikut:

- | | |
|--------------------------------|--------|
| 1) Jawaban Sangat Setuju | skor 5 |
| 2) Jawaban Setuju | skor 4 |
| 3) Jawaban Netral | skor 3 |
| 4) Jawaban Tidak Setuju | skor 2 |
| 5) Jawaban Sangat Tidak Setuju | skor 1 |

E. Metode dan Analisis Data

Analisis ini digunakan untuk mengetahui literasi keuangan, pengetahuan investasi, toleransi risiko, dan pengaruh media sosial terhadap minat investasi yang dimoderasi sentimen IHSG *pasca-resuffle*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan aplikasi *Statistik Package for the Social Science (SPSS)* versi 26. Tahapan analisis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Uji Instrumen Penelitian

Hasil suatu penelitian seharusnya valid dan reliabel, maka untuk mendapatkan hasil tersebut dibutuhkan instrumen yang valid dan reliabel. Responden yang digunakan untuk uji coba instrument penelitian ini diambil dari dalam populasi dan digunakan kembali sebagai sampel penelitian. Untuk menguji apakah instrumen yang digunakan dalam penelitian valid dan reliabel dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas.

a. Uji Validitas

Menurut (Ghozali, 2011) uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Untuk mengukur validitas dilakukan dengan menggunakan korelasi person product moment. Hasil analisis korelasi person product moment diketahui dengan melihat output *Cronbach's Alpha* yang ada pada kolom *Correlated Item – Total Correlation*. Pengujian menggunakan tingkat signifikansi 5% dengan kriteria pengujian apabila nilai R hitung < t table maka butir pertanyaan dikatakan tidak valid, sedangkan apabila nilai R hitung > t tabel maka butir pertanyaan dapat dikatakan valid.

$$r_{xy} = \frac{N \sum xy - (\sum x) (\sum y)}{\sqrt{(N \sum x^2 - (\sum x)^2) (N \sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Keterangan :

R_{xy} : Koefisien korelasi butir

$\sum x$: Jumlah skor item yang diperoleh uji coba

$\sum y$: Jumlah skor total item yang diperoleh responden

N : Jumlah respon uji coba

Tabel 3. 1

Hasil Uji Validitas Instrumen Uji Coba

Variabel	Pertanyaan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Minat Investasi (Y)	Y1	0,954	0,1966	Valid
	Y2	0,876	0,1966	Valid
	Y3	0,947	0,1966	Valid

Variabel	Pertanyaan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Minat Investasi (Y)	Y4	0,944	0,1966	Valid
	Y5	0,903	0,1966	Valid
Literasi Keuangan (X1)	X1.1	0,923	0,1966	Valid
	X1.2	0,969	0,1966	Valid
	X1.3	0,977	0,1966	Valid
	X1.4	0,889	0,1966	Valid
	X1.5	0,929	0,1966	Valid
Pengetahuan Investasi (X2)	X2.1	0,897	0,1966	Valid
	X2.2	0,932	0,1966	Valid
	X2.3	0,915	0,1966	Valid
	X2.4	0,932	0,1966	Valid
	X2.5	0,921	0,1966	Valid
Toleransi Risiko (X3)	X3.1	0,941	0,1966	Valid
	X3.2	0,940	0,1966	Valid
	X3.3	0,952	0,1966	Valid
	X3.4	0,937	0,1966	Valid
	X3.5	0,946	0,1966	Valid
Pengaruh Media Sosial (X4)	X4.1	0,950	0,1966	Valid
	X4.2	0,928	0,1966	Valid
	X4.3	0,954	0,1966	Valid
	X4.4	0,945	0,1966	Valid
	X4.5	0,928	0,1966	Valid
Sentimen IHSG (Z)	Z1	0,950	0,1966	Valid
	Z2	0,926	0,1966	Valid
	Z3	0,935	0,1966	Valid
	Z4	0,918	0,1966	Valid
	Z5	0,940	0,1966	Valid

Sumber: Data diolah, 2026

Hasil uji validitas pada responden berjumlah 20 orang diluar data penelitian yang dihitung menggunakan *SPSS 26* menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai r hitung lebih besar daripada r-tabel. Dengan demikian, semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Imam (Ghozali, 2011) Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan pengukuran one shot atau pengukuran sekali saja: pengukuran hanya sekali dan hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan dengan teknik *Cronbach's Alpha*. *Cronbach's Alpha* adalah tolak ukur atau patokan yang digunakan untuk menafsirkan korelasi antara skala yang dibuat dengan semua skala variabel yang ada. Pengujian dilakukan pada setiap butir pernyataan pada tiap butir pertanyaan yang variabel. Suatu konstruk atau variable dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60 (Umar Husein, 2011).

$$r = \left(\frac{n}{n-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan :

r : Reliabilitas yang dicari

n : Jumlah item pertanyaan yang diuji

$\sum \sigma_t^2$: Jumlah varian skor tiap-tiap item

σ_t^2 : Varian total

Tabel 3. 2
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Uji Coba

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
LK	0,963	Reliabel
PI	0,954	Reliabel
TR	0,968	Reliabel
PMS	0,962	Reliabel
IHSG	0,963	Reliabel
MI	0,956	Reliabel

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan hasil pengujian, setiap variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan dalam kuesioner penelitian ini bersifat reliabel dan layak digunakan sebagai alat ukur.

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi data terdistribusi normal atau tidak normal. Apabila suatu variabel tidak berdistribusi secara normal, maka hasil uji statistik akan mengalami penurunan. Pada uji normalitas data dapat dilakukan dengan menggunakan uji *One Sample Kolmogorov Smirnov* yaitu dengan ketentuan apabila nilai signifikansi diatas 5% atau 0,05 maka data memiliki distribusi normal. Sedangkan jika hasil uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov* menghasilkan nilai signifikan dibawah 5% atau 0,05 maka data tidak memiliki distribusi normal (Ghozali, 2011).

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi yang digunakan ditemukan adanya korelasi antar variabel independennya (Ghozali, 2011). Multikolinearitas menunjukkan adanya hubungan linear yang sempurna atau mendekati sempurna, yang ditandai dengan koefisien yang tinggi dan mendekati satu. Model regresi yang baik seharusnya tidak mengalami multikolinearitas di antara variabel independennya. Untuk menguji multikolinearitas, dapat dilakukan dengan membandingkan nilai koefisien determinasi individual (R^2) dengan nilai determinasi secara serentak (R^2), serta menganalisis nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)* dari output SPSS. Jika nilai *tolerance* > 10% dan $VIF < 10$, maka tidak terdapat multikolinearitas antar variabel bebas; sebaliknya, jika *tolerance* < 10% dan $VIF > 10$, maka terdapat indikasi multikolinearitas dalam model regresi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat perbedaan varians residual antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya (Ghozali, 2011). Apabila *varians residual* bersifat konstan, maka kondisi tersebut disebut homoskedastisitas, sedangkan apabila varians residual tidak sama antar pengamatan, maka disebut heteroskedastisitas. Terdapat beberapa metode yang dapat digunakan untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas, di antaranya Uji *Glejser*, Uji *Rank Spearman*, Uji *Park*, dan Uji *Scatterplot*. Dalam

penelitian ini, metode yang digunakan adalah Uji *Glejser*, dengan dasar pengambilan keputusan berdasarkan nilai probabilitas (signifikansi). Model regresi dinyatakan tidak mengalami heteroskedastisitas apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, sedangkan apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka model regresi dinyatakan mengalami heteroskedastisitas.

2. Analisis Regresi Linear Berganda

a. Model Persamaan Regresi Linear Berganda

Model regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah model regresi linier berganda. Alasan peneliti memilih model regresi ini dikarenakan variabel independen yang terdapat dalam penelitian lebih dari satu yakni literasi keuangan (X1), pengetahuan investasi (X2), toleransi risiko (X3), pengaruh media sosial (X4), dan sentimen IHSG *pasca-resuffle* (Z). Oleh karena itu, model regresi ini cocok digunakan karena selain mengukur hubungan antara dua variabel juga menunjukkan arah hubungan antar variabel independen dengan variabel dependen (Ghozali, 2011). Model statistik yang digunakan adalah sebagai berikut:

a. Model Regresi Linier Berganda

Model regresi yang digunakan dalam penelitian ini dapat dirumuskan dengan persamaan berikut ini:

Model 1

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \varepsilon$$

Keterangan:

- Y : Minat Investasi
 α : Nilai konstanta
X1 : Literasi Keuangan
X2 : Pengetahuan Investasi
X3 : Toleransi Risiko
X4 : Pengaruh Media Sosial
 ε : Kesalahan residual (Error)

b. Moderated Regression Analysis (MRA)

Moderated Regression Analysis (MRA) atau uji interaksi merupakan aplikasi khusus regresi berganda linear dimana dalam persamaan regresinya mengandung unsur interaksi (perkalian dua atau lebih variabel independen) dengan rumus persamaan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + M + \beta_1 X_1.M + \beta_2 X_2.M + \beta_3 X_3.M + \beta_4 X_4.M + \varepsilon$$

Keterangan:

- Y : Minat Investasi
 α : Nilai konstanta
X1 : Literasi Keuangan
X2 : Pengetahuan Investasi
X3 : Toleransi Risiko
X4 : Pengaruh Media Sosial
M : Sentimen IHSG
X1*M : Literasi Keuangan*Sentimen IHSG

$X2*M$: Pengetahuan Investasi*Sentimen IHSG

$X3*M$: Toleransi Risiko*Sentimen IHSG

$X4*M$: Pengaruh Media Sosial*Sentimen IHSG

ε : Kesalahan residual (Error)

Variabel perkalian antara $X1$ dan $X2$ disebut juga variabel moderat oleh karena menggambarkan pengaruh moderating variabel $X2$ terhadap hubungan $X1$ dan Y . Sedangkan variabel $X1$ dan $X2$ merupakan pengaruh langsung dari variabel $X1$ dan $X2$ terhadap Y . $X1X2$ dianggap sebagai variabel moderat karena:

$$Y = \alpha + \beta_1 X1 + \beta_2 X2 + \beta_3 X1X2 + \varepsilon$$

$$dY/dX1 = \beta_1 + \beta_3 X2$$

Persamaan tersebut memberikan arti bahwa $dY/dX1$ merupakan fungsi dari $X2$ atau variabel $X2$ memoderasi hubungan antara $X1$ dan Y .

b. Uji Kelayakan Model (Uji F)

Uji statistik F dilakukan untuk menguji signifikansi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, serta untuk menentukan apakah model regresi yang dibentuk sesuai (fit) dengan data observasi yang ada. Jika nilai signifikansi $F < \alpha$ (0,05), maka model tersebut dikatakan fit dengan data observasi, yang berarti variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen secara signifikan (Ghozali, 2011).

c. Uji Hipotesis (Uji T)

Uji t atau uji koefisien regresi secara parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen

secara parsial (Ghozali, 2011). Pengambilan keputusan dilakukan dengan melihat nilai signifikansi pada tabel *Coefficients*. Biasanya dasar pengujian hasil regresi dilakukan dengan tingkat kepercayaan sebesar 95% atau dengan taraf signifikan sebesar 5% ($\alpha = 0,05$). Adapun kriteria dari uji statistik t:

- a. Jika nilai signifikansi uji $t > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
Artinya tidak ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.
- b. Jika nilai signifikansi uji $t < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
Artinya terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

d. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur kemampuan model dalam menjelaskan seberapa besar pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen, yang dapat diindikasikan oleh nilai *adjusted R^2* (Ghozali, 2011). Nilai koefisien determinasi (*adjusted R^2*) berkisar antara nol hingga satu. Semakin mendekati satu nilai tersebut, semakin besar kemampuan variabel independen dalam memberikan informasi yang diperlukan untuk memprediksi variabel dependen.

BAB IV

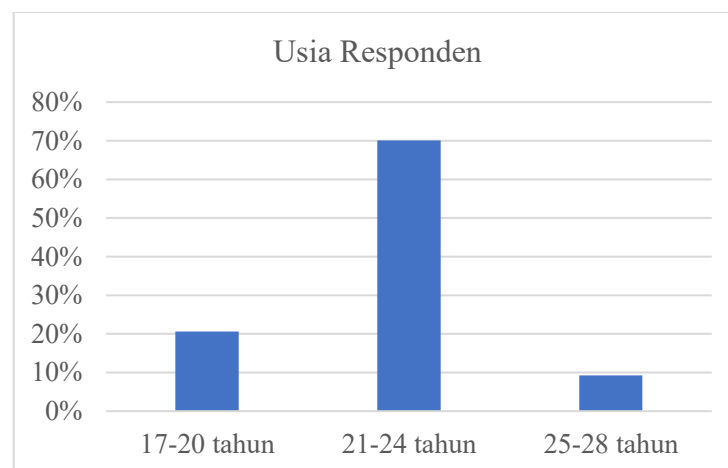
HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Umum Data Penelitian

Sampel dalam penelitian ini adalah generasi Z yang lahir pada tahun 1996-2007 dan berdomisili di Kota Surakarta. Generasi Z ini dijadikan objek penelitian dengan cara mengisi kuesioner yang dibagikan oleh peneliti melalui Google Formulir yang disebar menggunakan media online yaitu WhatsApp dan Instagram. Dengan cara menyebar kuesioner melalui media online ini dapat memudahkan responden untuk mengisi kuesioner yang dibagikan.

B. Deskripsi Responden

1. Respoden Berdasarkan Usia



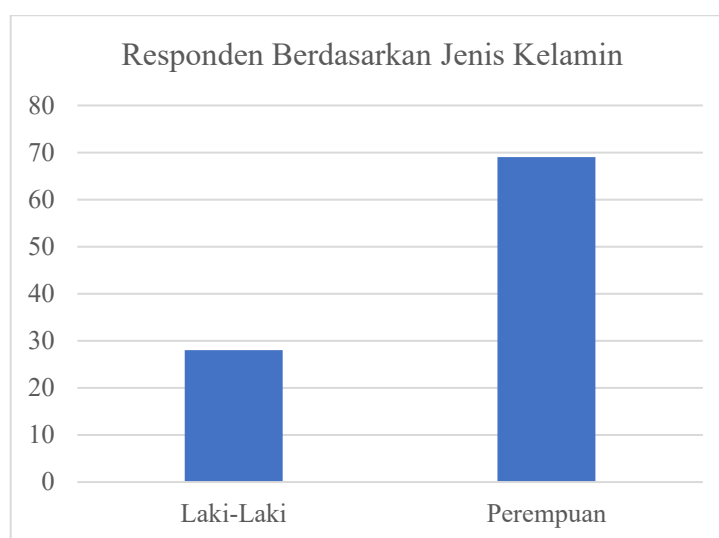
Gambar 3. 1

Grafik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan data demografi responden, sebanyak 97 orang Gen Z berusia 17-28 tahun berpartisipasi dalam penelitian ini, dengan distribusi usia yang didominasi oleh rentang 21-24 tahun sebesar 70% atau 68 orang,

diikuti kelompok usia 17-20 tahun sebanyak 21% atau 20 orang, serta usia 25-28 tahun sebesar 9% atau 9 orang. Komposisi ini mencerminkan karakteristik populasi Gen Z di Kota Surakarta yang mayoritas berada pada fase akhir remaja hingga dewasa muda awal, yaitu usia produktif 21-24 tahun yang cenderung lebih aktif dalam eksplorasi investasi pasar modal.

2. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

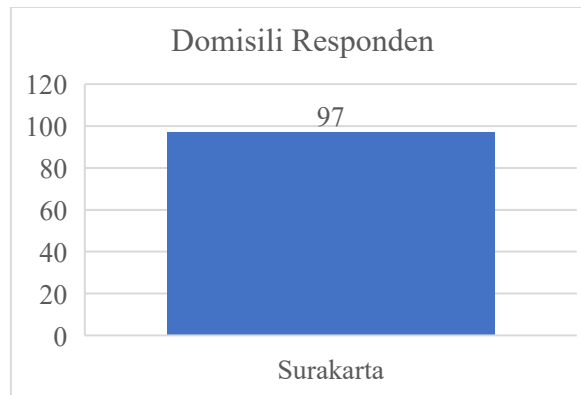


Gambar 3. 2

Grafik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan jenis kelamin responden, terdiri dari perempuan sebanyak 69 orang (71%) dan laki-laki sebanyak 28 orang (29%) dari total 97 partisipan Gen Z. Dominasi responden perempuan ini mengindikasikan minat yang lebih besar dari kalangan Gen Z wanita di Surakarta untuk berpartisipasi dalam studi tentang kecenderungan investasi pasar modal, sekaligus menunjukkan perkembangan literasi keuangan di kelompok usia muda tersebut.

3. Responden Berdasarkan Domisili

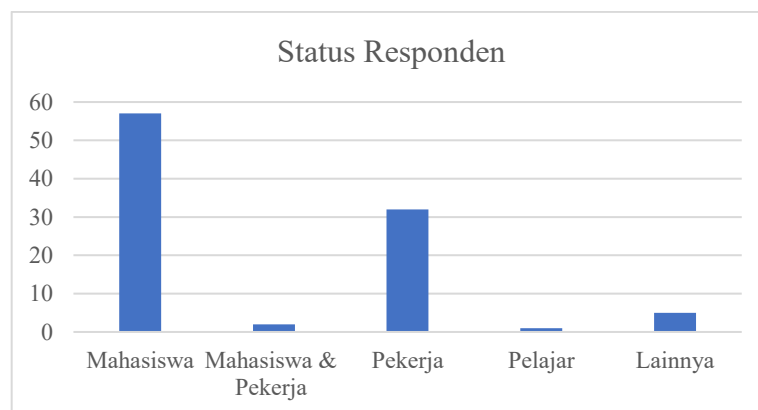


Gambar 3. 3

Grafik Responden Berdasarkan Domisili

Seluruh responden penelitian ini, yaitu sebanyak 97 orang Gen Z, berdomisili di Kota Surakarta. Fokus lokal ini memastikan relevansi data dengan karakteristik masyarakat setempat dalam mengkaji minat investasi pasar modal, sekaligus memudahkan proses pengumpulan data melalui media online di wilayah tersebut.

4. Responden Berdasarkan Status



Gambar 3. 4

Grafik Responden Berdasarkan Status

Berdasarkan status responden, sebanyak 57 orang atau 59% dari total 97 partisipan Gen Z merupakan mahasiswa, diikuti pekerja sebanyak 32

orang atau 33%, sementara kategori lainnya mencakup 5 orang atau 5%, mahasiswa & pekerja sebanyak 2 orang atau 2%, serta pelajar 1 orang atau 1%. Komposisi ini mencerminkan dominasi responden Gen Z yang masih berstatus mahasiswa di Kota Surakarta, yang cenderung lebih terbuka terhadap edukasi dan eksplorasi minat investasi pasar modal melalui survei daring.

C. Analisis Data

1. Uji Instrument Data

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan korelasi *Pearson Product Moment* antara skor setiap item pertanyaan dengan skor total variabel. Kriteria pengambilan keputusan adalah apabila nilai r hitung $>$ r tabel (0,1996), maka item pernyataan dinyatakan valid. Hasil pengujian validitas dalam penelitian ini disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 1
Hasil Uji Validitas

Variabel	Pertanyaan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Minat Investasi (Y)	Y1	0,839	0,1966	Valid
	Y2	0,874	0,1966	Valid
	Y3	0,863	0,1966	Valid
	Y4	0,843	0,1966	Valid
	Y5	0,843	0,1966	Valid
Literasi Keuangan (X1)	X1.1	0,932	0,1966	Valid
	X1.2	0,925	0,1966	Valid
	X1.3	0,914	0,1966	Valid
Variabel	Pertanyaan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Literasi Keuangan (X1)	X1.4	0,912	0,1966	Valid
	X1.5	0,924	0,1966	Valid
	X2.1	0,922	0,1966	Valid

Pengetahuan Investasi (X2)	X2.2	0,895	0,1966	Valid
	X2.3	0,885	0,1966	Valid
	X2.4	0,935	0,1966	Valid
	X2.5	0,909	0,1966	Valid
Toleransi Risiko (X3)	X3.1	0,890	0,1966	Valid
	X3.2	0,897	0,1966	Valid
	X3.3	0,879	0,1966	Valid
	X3.4	0,870	0,1966	Valid
	X3.5	0,897	0,1966	Valid
Pengaruh Media Sosial (X4)	X4.1	0,919	0,1966	Valid
	X4.2	0,899	0,1966	Valid
	X4.3	0,946	0,1966	Valid
	X4.4	0,910	0,1966	Valid
	X4.5	0,910	0,1966	Valid
Sentimen IHSG (Z)	Z1	0,889	0,1966	Valid
	Z2	0,892	0,1966	Valid
	Z3	0,906	0,1966	Valid
	Z4	0,917	0,1966	Valid
	Z5	0,872	0,1966	Valid

Sumber: Data diolah, 2026

Hasil uji validitas yang dihitung menggunakan *SPSS 26* menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai *r* hitung lebih besar daripada *r*-tabel. Dengan demikian, semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan pengujian yang bertujuan untuk mengetahui konsistensi dan keandalan suatu instrumen penelitian. Instrumen dikatakan reliabel apabila memberikan hasil yang stabil dan konsisten ketika digunakan berulang kali untuk mengukur objek yang sama. Umumnya, reliabilitas diukur menggunakan nilai *Cronbach's Alpha*, di mana instrumen dinyatakan reliabel jika nilai *Alpha* lebih

besar dari 0,60. Hasil pengujian reliabilitas dalam penelitian ini disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 2
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
LK	0,954	Reliabel
PI	0,947	Reliabel
TR	0,930	Reliabel
PMS	0,952	Reliabel
IHSG	0,937	Reliabel
MI	0,904	Reliabel

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan hasil pengujian, setiap variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan dalam kuesioner penelitian ini bersifat reliabel dan layak digunakan sebagai alat ukur.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian yang bertujuan untuk mengetahui apakah data penelitian berdistribusi normal atau tidak. Uji ini penting untuk memastikan terpenuhinya asumsi dalam analisis statistik, khususnya pada metode statistik parametrik. Data dinyatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Hasil pengujian normalitas dalam penelitian ini disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 3
Hasil Uji Normalitas

Ket	Variabel	Sig	Standar	Kesimpulan
Model 1	<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	0,200	> 0,05	Berdistribusi Normal
Model 2	<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	0,200	> 0,05	Berdistribusi Normal

Sumber: Data diolah, 2026

Dapat dilihat dari tabel diatas, besarnya nilai *Asymp. Sig* untuk model 1 adalah 0,200 yang berarti telah melebihi nilai standar 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel memiliki data yang berdistribusi normal.

Selanjutnya besar nilai *Asymp. Sig* untuk model 2 adalah 0,200 yang berarti telah melebihi nilai standar 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel memiliki data yang berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah pengujian yang bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang kuat atau korelasi tinggi antar variabel independen dalam model regresi. Model regresi dikatakan bebas dari multikolinearitas apabila nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 dan nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* lebih kecil dari 10. Hasil pengujian multikolinearitas dalam penelitian ini disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 4
Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	<i>Tolerance</i>	Standar	<i>VIF</i>	Standar	Keterangan
LK	0,782	> 0,1	1,278	< 10	Tidak Terjadi multikolinearitas
PI	0,788	> 0,1	1,270	< 10	Tidak Terjadi multikolinearitas
TR	0,864	> 0,1	1,157	< 10	Tidak Terjadi multikolinearitas
PMS	0,802	> 0,1	1,247	< 10	Tidak Terjadi multikolinearitas
IHSG	0,545	> 0,1	1,836	< 10	Tidak Terjadi multikolinearitas

Sumber: Data diolah, 2026

Hasil tabel 4.4 diatas dapat dilihat bahwa, nilai *tolerance* pada setiap variabel lebih dari 0,10 ($>0,10$) dan nilai *VIF* pada setiap variabel lebih kecil dari 10 (<10) maka dapat disimpulkan bahwa data yang dianalisis tidak terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan pengujian yang bertujuan untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan *varians residual* pada model regresi. Model regresi dikatakan tidak mengalami heteroskedastisitas apabila nilai signifikansi masing-masing variabel independen lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa varians residual bersifat konstan (homoskedastis). Hasil pengujian heteroskedastisitas dalam penelitian ini disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 5
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig Mdl 1	Sig Mdl 2	Standar	Keterangan
LK	0,302	0,940	> 0,05	Tidak terjadi Heteroskedastisitas
PI	0,256	0,064	> 0,05	Tidak terjadi Heteroskedastisitas
TR	0,710	0,441	> 0,05	Tidak terjadi Heteroskedastisitas
PMS	0,278	0,920	> 0,05	Tidak terjadi Heteroskedastisitas
IHSG	0,606	0,494	> 0,05	Tidak terjadi Heteroskedastisitas
LK*IHSG		0,710	> 0,05	Tidak terjadi Heteroskedastisitas
PI*IHSG		0,056	> 0,05	Tidak terjadi Heteroskedastisitas
TR*IHSG		0,613	> 0,05	Tidak terjadi Heteroskedastisitas
PMS*IHSG		0,811	> 0,05	Tidak terjadi Heteroskedastisitas

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan tabel diatas, dapat dijelaskan bahwa nilai signifikansi setiap variabel model 1 dan 2 adalah > 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa dalam pengujian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Uji Regresi Linier Berganda

a. Model 1 (Regresi Linier Berganda)

Regresi linier berganda adalah metode analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen, baik secara parsial maupun simultan. Persamaan dari model regresi 1 yang digunakan adalah:

Tabel 4. 6
Hasil Uji Model Regresi 1

Variabel	<i>Unstandardized Coefficients B</i>
(Constant)	6,622
LK	0,207
PI	0,090
TR	0,182
PMS	0,130
IHSG	0,252

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan hasil pada tabel diatas, maka dapat dituliskan persamaan regresi sebagai berikut:

$$MI = 6,622 + 0,207LK + 0,090 PI + 0,182TR + 0,130PMS + 0,252IHSG + \epsilon$$

Interpretasi dan hasil analisis sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta sebesar 6,622 menunjukkan bahwa apabila seluruh variabel independen, yaitu Literasi Keuangan, Pengetahuan Investasi, Toleransi Risiko, Pengaruh Media Sosial, dan Sentimen IHSG diasumsikan bernilai nol atau konstan, maka harga saham sebagai variabel dependen memiliki nilai sebesar 6,622.
- 2) Koefisien literasi keuangan sebesar 0,207 berarti setiap peningkatan satu satuan literasi keuangan akan meningkatkan minat investasi sebesar 0,207 dengan asumsi variabel lain konstan.
- 3) Koefisien pengetahuan investasi sebesar 0,090 menunjukkan bahwa peningkatan pengetahuan investasi akan meningkatkan minat investasi sebesar 0,090, dengan variabel lain tetap.

- 4) Koefisien toleransi risiko sebesar 0,182 berarti semakin tinggi toleransi risiko yang dimiliki individu, maka minat investasi akan meningkat sebesar 0,182.
- 5) Koefisien pengaruh media sosial sebesar 0,130 menunjukkan bahwa semakin besar pengaruh media sosial, maka minat investasi akan meningkat sebesar 0,130.
- 6) Koefisien IHSG sebesar 0,252 berarti bahwa peningkatan IHSG akan meningkatkan minat investasi sebesar 0,252, dengan asumsi variabel lain tidak berubah.

b. Model 2 (*Moderated Regression Analysis*)

Moderated Regression Analysis (MRA) adalah teknik analisis regresi yang digunakan untuk menguji apakah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen dipengaruhi atau dimoderasi oleh variabel lain. Dengan kata lain, *MRA* tidak hanya melihat pengaruh langsung variabel bebas terhadap variabel terikat, tetapi juga bagaimana variabel moderasi mengubah kekuatan atau arah hubungan tersebut. Teknik ini biasa digunakan untuk memahami kondisi di mana efek suatu variabel independen dapat berbeda tergantung pada nilai variabel moderasi.

Tabel 4. 7
Hasil Uji Model Regresi 2

Variabel	<i>Unstandardized Coefficients B</i>
(Constant)	-20,654
LK	0,686
PI	0,209
TR	0,653
PMS	0,585
IHSG	1,652
LK*IHSG	-0,024
PI*IHSG	-0,006
TR*IHSG	-0,024
PMS*IHSG	-0,024

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan hasil pada tabel diatas, maka dapat dituliskan persamaan regresi sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 MI = & -20,654 + 0,686 \text{ LK} + 0,209 \text{ PI} + 0,653 \text{ TR} + 0,585 \text{ PMS} + \\
 & 1,652 \text{ IHSG} - 0,024 \text{ LK} \cdot \text{IHSG} - 0,006 \text{ PI} \cdot \text{IHSG} - 0,024 \text{ TR} \cdot \text{IHSG} - \\
 & 0,024 \text{ PMS} \cdot \text{IHSG} + \varepsilon
 \end{aligned}$$

Interpretasi dan hasil analisis sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta sebesar -20,654 artinya Literasi Keuangan, Pengaruh Investasi, Toleransi Risiko, Pengaruh Media Sosial yang dimoderasi IHSG dalam model diasumsikan sama dengan 0 atau konstan, maka Minat Investasi mengalami penurunan sebesar 20,654.
- 2) Besarnya nilai koefisien variabel Literasi keuangan dimoderasi oleh IHSG sebesar -0,024 artinya apabila Literasi Keuangan mengalami

1 satuan kenaikan maka nilai Minat Investasi akan mengalami penurunan sebesar 0,024.

- 3) Besarnya nilai koefisien variabel Pengetahuan Investasi dimoderasi oleh IHSG sebesar -0,006 artinya apabila Pengetahuan Investasi mengalami 1 satuan kenaikan maka nilai Minat Investasi akan mengalami penurunan sebesar 0,006.
- 4) Besarnya nilai koefisien variabel Toleransi Risiko dimoderasi oleh IHSG sebesar -0,024 artinya apabila Toleransi Risiko mengalami 1 satuan kenaikan maka nilai Minat Investasi akan mengalami penurunan sebesar 0,024.
- 5) Besarnya nilai koefisien variabel Pengaruh Media Sosial dimoderasi oleh IHSG sebesar -0,024 artinya apabila Pengaruh Media Sosial mengalami 1 satuan kenaikan maka nilai Minat Investasi akan mengalami penurunan sebesar 0,024.

c. Uji Kelayakan Model F

Uji F adalah pengujian yang digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen. Model regresi dinyatakan signifikan apabila nilai signifikansi uji F lebih kecil dari 0,05, sehingga model layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Tabel 4. 8
Hasil Uji Kelayakan Model (Uji F)

Ket	F Hitung	F Tabel	Sig	Kriteria	Hasil
Model 1	48,365	> 2,472	0,000 ^b	< 0,05	Model Layak
Model 2	34,830	> 2,045	0,000 ^b	< 0,05	Model Layak

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan tabel diatas, untuk Model 1 menghasilkan nilai F-hitung sebesar 48,365 dengan nilai sig 0,000 sehingga menunjukkan nilai F-hitung lebih besar dari F-tabel ($48,365 > 2,472$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Hal ini dapat disimpulkan bahwa Model 1 menunjukkan bahwa variabel independent berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen.

Selanjutnya pada Model 2, menghasilkan nilai F-hitung sebesar 34,830 dengan nilai sig 0,000 sehingga menunjukkan nilai F-hitung lebih besar dari F-tabel ($34,830 > 2,045$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Hal ini dapat disimpulkan bahwa Model 2 menunjukkan bahwa variabel independent berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen.

d. Uji Hipotesis

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai t-hitung dengan t-tabel atau berdasarkan nilai signifikansi. Apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka variabel independen berpengaruh signifikan

terhadap variabel dependen, sedangkan jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka variabel tersebut tidak berpengaruh signifikan. Hasil uji t dalam penelitian ini disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 9
Hasil Uji Hipotesis (Uji T)

Hipotesis	T Hitung	T Tabel	Sig	Kriteria	Hasil
H1	5,712	> 1,661	.000	< 0.05	Diterima
H2	2,269	> 1,661	.026	< 0.05	Diterima
H3	4,390	> 1,661	.000	< 0.05	Diterima
H4	3,779	> 1,661	.000	< 0.05	Diterima
H5	-2,653	> -1,661	.009	< 0.05	Diterima
H6	-0,636	< -1,661	.527	> 0.05	Ditolak
H7	-2,209	> -1,661	.030	< 0.05	Diterima
H8	-2,285	> -1,661	.025	< 0.05	Diterima

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan tabel diatas mengenai hasil uji hipotesis dengan menggunakan uji t, diperoleh nilai T-tabel sebesar 1,661. Maka dapat disimpulkan bahwa:

1) Literasi Keuangan Terhadap Minat Investasi

Hasil pengujian pada variabel Literasi Keuangan menunjukkan bahwa t-hitung > t-tabel ($5,712 > 1,661$) dan nilai sig < 0,05 ($0,000 < 0,05$). Hal ini berarti menerima H1 dan dapat disimpulkan bahwa Literasi Keuangan berpengaruh terhadap Minat Investasi.

2) Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Investasi

Hasil pengujian pada variabel Pengetahuan Investasi menunjukkan bahwa t-hitung > t-tabel ($2,269 > 1,661$) dan nilai sig < 0,05 ($0,026 < 0,05$). Hal ini berarti menerima H2 dan dapat

disimpulkan bahwa Pengetahuan Investasi berpengaruh terhadap Minat Investasi.

3) Toleransi Risiko Terhadap Minat Investasi

Hasil pengujian pada variabel Toleransi Risiko menunjukkan bahwa $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ ($4,390 > 1,661$) dan nilai $\text{sig} < 0,05$ ($0,000 < 0,05$). Hal ini berarti menerima H3 dan dapat disimpulkan bahwa Toleransi Risiko berpengaruh terhadap Minat Investasi.

4) Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Investasi

Hasil pengujian pada variabel Pengaruh Media Sosial menunjukkan bahwa $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ ($3,779 > 1,661$) dan nilai $\text{sig} < 0,05$ ($0,000 < 0,05$). Hal ini berarti menerima H4 dan dapat disimpulkan bahwa Pengaruh Media Sosial berpengaruh terhadap Minat Investasi.

5) Literasi Keuangan Terhadap Minat Investasi yang dimoderasi oleh IHSG

Hasil pengujian pada variabel Literasi Keuangan yang dimoderasi IHSG menunjukkan bahwa $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ ($-2,653 > -1,661$) dan nilai $\text{sig} < 0,05$ ($0,009 < 0,05$). Hal ini berarti menerima H5 dan dapat disimpulkan bahwa IHSG dapat memoderasi pengaruh Literasi Keuangan terhadap Minat Investasi.

6) Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Investasi yang dimoderasi oleh IHSG

Hasil pengujian pada variabel Pengetahuan Investasi yang dimoderasi IHSG menunjukkan bahwa $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ ($-0,636 < -1,661$) dan nilai $\text{sig} > 0,05$ ($0,527 > 0,05$). Hal ini berarti menolak H_6 dan dapat disimpulkan bahwa IHSG tidak dapat memoderasi pengaruh Pengetahuan Investasi terhadap Minat Investasi.

7) Toleransi Risiko Terhadap Minat Investasi yang dimoderasi oleh IHSG

Hasil pengujian pada variabel Toleransi Risiko yang dimoderasi IHSG menunjukkan bahwa $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ ($-2,209 > -1,661$) dan nilai $\text{sig} < 0,05$ ($0,030 < 0,05$). Hal ini berarti menerima H_7 dan dapat disimpulkan bahwa IHSG dapat memoderasi pengaruh Toleransi Risiko terhadap Minat Investasi.

8) Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Investasi yang dimoderasi oleh IHSG

Hasil pengujian pada variabel Pengaruh Media Sosial yang dimoderasi IHSG menunjukkan bahwa $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ ($-2,285 > -1,661$) dan nilai $\text{sig} < 0,05$ ($0,025 < 0,05$). Hal ini berarti menerima H_8 dan dapat disimpulkan bahwa IHSG dapat memoderasi Pengaruh Media Sosial terhadap Minat Investasi.

e. Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel

dependen dengan mempertimbangkan jumlah variabel dalam model. Nilai *Adjusted R²* yang semakin mendekati 1 menunjukkan bahwa model regresi semakin baik dalam menjelaskan variabel dependen. Hasil pengujian koefisien determinasi dalam penelitian ini disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 10
Hasil Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Model	<i>Adjusted R Square</i>	Kesimpulan
1	0,712	Variabel independen berpengaruh sebesar 71,2% terhadap variabel dependen
2	0,760	Variabel independen berpengaruh sebesar 76% terhadap variabel dependen

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa pada Model 1 terdapat nilai *Adjusted R Square* yang sebesar 0,712 atau 71,2%. Hal ini berarti 71,2% variasi Minat Investasi dapat dijelaskan oleh variabel Literasi Keuangan, Pengetahuan Investasi, Toleransi Risiko, dan Pengaruh Media Sosial. Sedangkan sisanya yang sebesar 28,8% dijelaskan oleh variabel-variabel lain, seperti pendapatan dan persepsi kemudahan penggunaan platform investasi.

Kemudian pada Model 2, nilai *Adjusted R Square* yang sebesar 0,760 atau 76%. Hal ini berarti 76% variasi Minat Investasi dapat dijelaskan oleh variabel Literasi Keuangan, Pengetahuan Investasi, Toleransi Risiko, dan Pengaruh Media Sosial yang telah dimoderasi

oleh IHSG. Sedangkan sisanya yang sebesar 24% dijelaskan oleh variabel-variabel lain.

D. Pembahasan

1. Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Investasi

Berdasarkan tabel 4. 8 mengenai pengaruh literasi keuangan terhadap Minat Investasi dapat dilihat dari nilai t-hitung sebesar 5,712 lebih besar dari t-tabel yang sebesar 1,661 dan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hal ini dapat disimpulkan bahwa H1 diterima, maka dapat dikatakan Literasi Keuangan berpengaruh terhadap Minat Investasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan merupakan faktor penting dalam mendorong minat individu untuk berinvestasi. Literasi keuangan mencerminkan tingkat pemahaman individu terhadap konsep dasar keuangan, pengelolaan keuangan, serta pengetahuan mengenai berbagai instrumen investasi yang tersedia di pasar modal. Individu yang memiliki literasi keuangan yang baik cenderung mampu memahami tujuan investasi, mekanisme investasi, serta potensi keuntungan dan risiko yang mungkin dihadapi, sehingga lebih siap dalam mengambil keputusan investasi.

Selain itu, literasi keuangan berperan dalam membentuk sikap keuangan yang rasional dan terencana. Pemahaman yang memadai mengenai keuangan memungkinkan individu untuk menyusun perencanaan keuangan jangka panjang, mengelola risiko secara lebih baik, serta menghindari keputusan investasi yang bersifat spekulatif. Kondisi ini pada

akhirnya meningkatkan kepercayaan diri individu dalam berinvestasi dan mendorong munculnya minat untuk berpartisipasi di pasar modal.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Asari & Kurnianingsih (2022), Tubastuvi et al. (2024), Hendarto et al. (2021), Zahwa & Soekarno (2023), dan Ratnawati (2024) yang menyatakan bahwa Literasi Keuangan berpengaruh signifikan terhadap Minat Investasi. Berdasarkan hasil penelitian dan didukung oleh temuan-temuan sebelumnya, literasi keuangan dapat dipahami sebagai fondasi penting dalam membentuk minat investasi. Individu yang memiliki pemahaman mengenai konsep dasar keuangan, seperti pengelolaan risiko, perencanaan keuangan jangka panjang, serta mekanisme instrumen pasar modal, cenderung lebih mampu menilai peluang investasi secara rasional dan terukur. Pemahaman tersebut tidak hanya meningkatkan kemampuan dalam menganalisis keuntungan dan risiko, tetapi juga menumbuhkan rasa percaya diri dalam mengambil keputusan investasi. Ketika individu merasa yakin atas pengetahuan yang dimilikinya, kecenderungan untuk berpartisipasi di pasar modal menjadi lebih besar. Namun demikian, literasi keuangan tetap perlu didukung oleh faktor lain seperti sikap terhadap risiko, kondisi ekonomi, serta pengaruh lingkungan sosial agar minat investasi dapat tumbuh secara optimal.

2. Pengaruh Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Investasi

Hasil pengujian hipotesis pada variabel Pengetahuan Investasi menunjukkan bahwa t -hitung sebesar 2,269 lebih besar dari t -tabel sebesar 1,661 dan nilai sig 0,026 lebih kecil dari 0,05. Hal ini dapat disimpulkan bahwa H_2 diterima, maka dapat dikatakan Pengetahuan Investasi berpengaruh terhadap Minat Investasi.

Pengetahuan investasi memiliki peranan penting dalam membentuk minat individu untuk berinvestasi. Pengetahuan ini mencerminkan tingkat pemahaman individu terhadap konsep dasar investasi, karakteristik berbagai instrumen investasi, mekanisme pasar modal, serta hubungan antara risiko dan tingkat pengembalian. Individu yang memiliki pengetahuan investasi yang baik cenderung mampu menilai peluang investasi secara lebih rasional dan objektif.

Pengetahuan investasi juga berkontribusi dalam meningkatkan kemampuan individu dalam mengelola risiko serta mengurangi tingkat ketidakpastian dalam pengambilan keputusan investasi. Pemahaman yang memadai terhadap aspek teknis dan konseptual investasi dapat membentuk sikap yang lebih positif terhadap aktivitas investasi, sehingga mendorong peningkatan minat untuk berpartisipasi di pasar modal.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Asari & Kurnianingsih (2022), Lara et al. (2022), Zahwa & Soekarno (2023) yang menyatakan bahwa Pengetahuan Investasi berpengaruh signifikan terhadap Minat Investasi. Dengan demikian, pengaruh signifikan pengetahuan

investasi terhadap minat investasi menunjukkan bahwa pemahaman yang baik mengenai instrumen, risiko, dan mekanisme pasar membentuk keyakinan individu dalam mengambil keputusan. Ketika seseorang telah memiliki dasar pengetahuan yang cukup, tingkat keraguan dan ketakutan terhadap ketidakpastian cenderung berkurang, sehingga muncul kesiapan untuk terlibat dalam aktivitas investasi.

Namun, hasil penelitian ini tidak sepenuhnya sejalan dengan penelitian Rahmawati & Rosita (2023) yang menunjukkan bahwa pengetahuan investasi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat investasi generasi Z mahasiswa STIE Surakarta. Perbedaan hasil tersebut dapat terjadi karena tingkat pengetahuan yang dimiliki individu tidak selalu secara langsung mendorong munculnya minat investasi. Pengetahuan investasi yang dimiliki secara teoritis dapat saja belum diterapkan dalam pengambilan keputusan investasi, terutama apabila individu masih mempertimbangkan faktor lain seperti persepsi risiko, kemampuan finansial, maupun kondisi pasar. Sementara itu, dalam penelitian ini pengetahuan investasi terbukti berpengaruh signifikan, yang menunjukkan bahwa pada responden Gen Z di Kota Surakarta, pemahaman mengenai instrumen, risiko, dan mekanisme investasi telah mampu meningkatkan keyakinan sehingga mendorong munculnya minat untuk berinvestasi.

3. Pengaruh Toleransi Risiko Terhadap Minat Investasi

Hasil pengujian hipotesis pada variabel Toleransi Risiko menunjukkan bahwa t -hitung sebesar 4,390 lebih besar dari t -tabel 1,661 dan nilai sig 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hal ini dapat disimpulkan bahwa H_3 diterima, maka dapat dikatakan Toleransi Risiko berpengaruh terhadap Minat Investasi.

Toleransi risiko menggambarkan kemampuan dan kesiapan individu dalam menghadapi ketidakpastian serta potensi kerugian yang melekat pada aktivitas investasi. Individu yang memiliki tingkat toleransi risiko yang tinggi cenderung lebih berani mengambil keputusan investasi dan tidak mudah terpengaruh oleh fluktuasi pasar. Pemahaman terhadap risiko serta kemampuan untuk menerima konsekuensi dari keputusan investasi dapat meningkatkan kepercayaan diri individu dalam berinvestasi. Kondisi ini pada akhirnya mendorong peningkatan minat investasi, karena individu merasa lebih mampu mengelola risiko dan melihat investasi sebagai peluang yang dapat memberikan manfaat jangka panjang.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hendarto et al. (2021), Asari & Kurnianingsih (2022), Pramudita & Anjani (2024), dan Tubastuvi et al. (2024) yang menyatakan bahwa Toleransi Risiko berpengaruh signifikan terhadap Minat Investasi. Dengan demikian, Sehingga toleransi risiko terhadap minat investasi menunjukkan bahwa kesiapan individu dalam menghadapi kemungkinan kerugian menjadi faktor penentu dalam keputusan berinvestasi. Individu dengan tingkat toleransi

risiko yang tinggi cenderung lebih mampu menerima fluktuasi pasar sebagai bagian dari proses investasi, sehingga tidak mudah mengurungkan niat ketika menghadapi ketidakpastian. Sebaliknya, individu dengan toleransi risiko rendah cenderung menghindari instrumen yang berpotensi memberikan imbal hasil lebih tinggi karena khawatir terhadap kerugian.

Meskipun demikian, hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Zahwa & Soekarno (2023) yang menemukan bahwa toleransi risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi Generasi Z di Jakarta dan Bandung. Hasil serupa juga ditunjukkan oleh Lara et al. (2022) yang menyatakan bahwa preferensi risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap minat investasi generasi Z di Indonesia. Perbedaan hasil tersebut menunjukkan bahwa tingkat keberanian individu dalam menghadapi risiko belum tentu secara langsung menentukan minat investasi, karena keputusan investasi juga dapat dipengaruhi oleh tingkat pengetahuan, kemampuan finansial, serta karakteristik individu. Namun, pada penelitian ini toleransi risiko terbukti berpengaruh signifikan, yang menunjukkan bahwa responden Gen Z di Surakarta cenderung mempertimbangkan kemampuan mereka dalam menghadapi kemungkinan kerugian sebelum memiliki minat untuk berinvestasi. Semakin mampu individu menerima ketidakpastian dan fluktuasi investasi, semakin besar pula kecenderungannya untuk tertarik berinvestasi.

4. Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Investasi

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel pengaruh media sosial berpengaruh signifikan terhadap minat investasi, yang ditunjukkan oleh nilai t hitung sebesar 3,779 yang lebih besar dibandingkan t tabel sebesar 1,661 serta nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, hipotesis H4 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa pengaruh media sosial memiliki kontribusi yang nyata terhadap minat investasi.

Pengaruh media sosial terhadap minat investasi dapat dijelaskan melalui alur proses pembentukan keputusan individu. Media sosial berperan sebagai sumber informasi yang mudah diakses dan cepat menyebar, sehingga individu lebih sering terpapar informasi mengenai investasi, seperti peluang keuntungan, perkembangan pasar, dan pengalaman investor lain. Paparan informasi tersebut meningkatkan pengetahuan dan kesadaran individu terhadap investasi. Ketika informasi yang diterima dipersepsikan positif dan kredibel, hal ini akan membentuk sikap yang lebih terbuka dan kepercayaan terhadap aktivitas investasi. Kepercayaan yang meningkat tersebut kemudian mendorong munculnya ketertarikan dan keinginan untuk mencoba, yang pada akhirnya meningkatkan minat investasi.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Olajide et al. (2024), Sari et al. (2024), Widjaja et al. (2024), dan Ernasari & Firdaus (2025) yang menyatakan bahwa Pengaruh Media Sosial berpengaruh signifikan terhadap Minat Investasi. Dengan demikian, pengaruh media

sosial merupakan variabel yang memiliki peran signifikan pada intensitas paparan informasi, edukasi, maupun pengalaman investasi yang dibagikan melalui platform digital mampu membentuk persepsi dan ketertarikan individu terhadap pasar modal. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai sumber referensi dan pembentuk opini yang dapat meningkatkan rasa ingin tahu serta keyakinan untuk mencoba berinvestasi. Ketika individu sering terpapar konten investasi, testimoni keuntungan, maupun tren pasar, maka kecenderungan untuk tertarik dan akhirnya memiliki minat investasi menjadi lebih besar.

Namun, hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Rahmawati & Rosita (2023) yang menunjukkan bahwa media sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat investasi generasi Z mahasiswa STIE Surakarta. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa pengaruh media sosial terhadap minat investasi bergantung pada bagaimana individu menilai informasi yang diterima. Sementara itu, pada penelitian ini, paparan informasi investasi melalui media sosial terbukti mampu meningkatkan pengetahuan, ketertarikan, dan minat investasi Gen Z di Surakarta. Dengan demikian, perbedaan hasil dapat menunjukkan bahwa karakteristik responden dan cara individu merespons informasi di media sosial menjadi faktor yang dapat memengaruhi hubungan antara media sosial dan minat investasi.

5. Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Investasi yang dimoderasi oleh IHSG

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan yang dimoderasi oleh IHSG memiliki pengaruh signifikan terhadap minat investasi, yang ditunjukkan oleh nilai t hitung sebesar -2,653 yang lebih besar dari t tabel sebesar -1,661 serta nilai signifikansi sebesar 0,009 yang lebih kecil dari 0,05. Dengan diterimanya hipotesis H5, dapat disimpulkan bahwa IHSG mampu memoderasi pengaruh literasi keuangan terhadap minat investasi.

IHSG yang dimaksud dalam penelitian ini merepresentasikan sentimen pasar *pasca-reshuffle* kabinet yang dikenal sebagai *Purbaya Effect*. Sentimen IHSG tersebut mencerminkan respons pasar terhadap perubahan kebijakan dan arah perekonomian yang dipersepsikan investor setelah *reshuffle*. Hasil ini menunjukkan bahwa dalam kondisi sentimen pasar tertentu, pengaruh literasi keuangan terhadap minat investasi dapat berubah. Investor yang memiliki literasi keuangan yang baik akan lebih peka dalam menafsirkan sinyal pasar yang tercermin pada pergerakan IHSG, khususnya setelah adanya peristiwa ekonomi dan politik seperti *reshuffle kabinet*.

Koefisien interaksi yang bernilai negatif mengindikasikan bahwa sentimen IHSG *pasca reshuffle* cenderung memperlemah pengaruh literasi keuangan terhadap minat investasi. Hal ini dapat dijelaskan bahwa ketika sentimen pasar menjadi dominan, keputusan dan minat investasi tidak hanya ditentukan oleh tingkat literasi keuangan, tetapi juga dipengaruhi oleh

persepsi terhadap kondisi makroekonomi dan stabilitas pasar. Dengan demikian, sentimen IHSG *pasca reshuffle* berperan sebagai faktor kontekstual yang memengaruhi kuat atau lemahnya hubungan antara literasi keuangan dan minat investasi.

Berdasarkan hasil penelitian Audrey (2021), literasi keuangan berpengaruh terhadap minat investasi dan pengaruh tersebut menjadi lebih kuat ketika dikaitkan dengan kondisi Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG). Individu yang memiliki tingkat literasi keuangan yang baik cenderung mampu memahami pergerakan pasar yang tercermin dalam IHSG, termasuk membaca tren kenaikan maupun penurunan sebagai bagian dari dinamika investasi. Ketika IHSG mengalami kenaikan, individu dengan literasi tinggi dapat menilai momentum pertumbuhan pasar sebagai peluang untuk memperoleh return. Sebaliknya, ketika IHSG mengalami penurunan, mereka mampu memandang kondisi tersebut sebagai kesempatan membeli saham dengan harga yang relatif lebih rendah, bukan semata-mata sebagai ancaman risiko. Penelitian yang dilakukan oleh Wardani & Supiati (2020) menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif terhadap minat investasi di pasar modal. Individu yang memiliki pemahaman keuangan yang baik cenderung lebih percaya diri dalam mengambil keputusan investasi karena mampu memahami informasi keuangan yang tersedia. Dengan demikian, ketika literasi keuangan dikaitkan dengan kondisi pasar yang tercermin melalui IHSG, individu yang memiliki literasi

keuangan tinggi akan lebih responsif terhadap sinyal pasar sehingga kecenderungan untuk memiliki minat investasi menjadi lebih besar.

Menunjukkan bahwa IHSG berperan sebagai variabel moderasi karena kondisi pasar dapat memperkuat hubungan antara literasi keuangan dan minat investasi. Literasi keuangan memberikan dasar pemahaman, sedangkan IHSG menyediakan konteks situasi pasar yang aktual. Ketika keduanya berinteraksi, individu yang memiliki literasi tinggi menjadi lebih responsif terhadap sinyal pasar, sehingga kecenderungan untuk memiliki minat investasi meningkat. Dengan demikian, pengaruh literasi keuangan terhadap minat investasi tidak berdiri sendiri, tetapi dipengaruhi oleh kondisi pasar yang tercermin melalui IHSG.

6. Pengaruh Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Investasi yang dimoderasi oleh IHSG

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel pengetahuan investasi yang dimoderasi oleh IHSG tidak berpengaruh signifikan terhadap minat investasi. Hal ini ditunjukkan oleh nilai t hitung sebesar $-0,636$ yang lebih kecil daripada t tabel $-1,661$ serta nilai signifikansi sebesar $0,527$ yang lebih besar dari $0,05$. Dengan demikian, hipotesis H_6 ditolak, yang berarti IHSG tidak mampu memoderasi pengaruh pengetahuan investasi terhadap minat investasi. Artinya, tingkat pengetahuan investasi individu tetap memiliki pengaruh langsung terhadap minat investasi tanpa dipengaruhi oleh

sentimen pasar yang tercermin pada IHSG, terkhusus *pasca-reshuffle* kabinet (*Purbaya Effect*).

Pengetahuan investasi mencakup pemahaman mengenai jenis-jenis instrumen investasi, mekanisme pasar, potensi keuntungan, serta risiko yang melekat pada setiap keputusan investasi. Individu yang memiliki pengetahuan investasi yang baik cenderung mampu menilai peluang dan risiko secara objektif, sehingga minat untuk berinvestasi terbentuk secara konsisten. Dalam konteks ini, pergerakan pasar atau sentimen IHSG *pasca-reshuffle* tidak mengubah cara pengetahuan investasi memengaruhi minat investasi, karena keputusan individu lebih didasarkan pada pemahaman dan pengalaman mereka sendiri dalam dunia investasi.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Audrey (2021), yang menunjukkan pengetahuan investasi berpengaruh terhadap minat investasi, dan pengaruh tersebut semakin terlihat ketika dikaitkan dengan kondisi Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG). Individu yang memiliki pemahaman mengenai analisis saham, risiko pasar, serta potensi return akan lebih mampu menginterpretasikan pergerakan IHSG secara tepat. Ketika IHSG mengalami kenaikan, individu dengan pengetahuan investasi yang baik cenderung melihatnya sebagai sinyal optimisme pasar dan peluang untuk memperoleh keuntungan. Sebaliknya, ketika IHSG mengalami penurunan, mereka tidak serta-merta menghindari pasar, tetapi mempertimbangkannya sebagai kesempatan membeli pada harga yang lebih rendah dengan perhitungan yang matang. Penelitian yang dilakukan oleh

Rahmawati & Nugroho (2025) menunjukkan bahwa kondisi pasar yang tercermin melalui pergerakan IHSG dapat mempengaruhi keputusan investasi investor. Dalam penelitian tersebut dijelaskan bahwa indikator pasar seperti IHSG dapat memberikan sinyal mengenai kondisi pasar saham sehingga mempengaruhi cara investor dalam mengambil keputusan investasi.

Dalam kondisi ini, IHSG berfungsi sebagai konteks situasional yang menguji dan sekaligus mengaktifkan pengetahuan yang dimiliki individu. Tanpa adanya dinamika pasar yang tercermin dalam IHSG, pengetahuan investasi mungkin hanya bersifat teoritis. Namun ketika pasar bergerak, individu yang berpengetahuan akan lebih responsif dan memiliki keyakinan untuk tetap terlibat. Oleh karena itu, IHSG memperkuat hubungan antara pengetahuan investasi dan minat investasi, karena kondisi pasar memberikan dasar nyata bagi individu untuk menerapkan pemahaman yang dimilikinya dalam menentukan keputusan investasi.

Rahmawati & Rosita (2023) serta Suprihatin & Susanti (2024) menemukan bahwa pengetahuan investasi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat investasi. Berbeda dengan penelitian tersebut, pengetahuan investasi dalam penelitian ini berpengaruh secara langsung, tetapi interaksinya dengan IHSG tidak signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan investasi lebih melekat pada pemahaman individu mengenai investasi, sehingga perubahan sentimen IHSG belum cukup untuk mengubah pengaruh pengetahuan tersebut terhadap minat investasi.

7. Pengaruh Toleransi Risiko Terhadap Minat Investasi yang dimoderasi oleh IHSG

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel toleransi risiko yang dimoderasi oleh IHSG berpengaruh signifikan terhadap minat investasi. Hal ini ditunjukkan oleh nilai t hitung sebesar -2,209 yang lebih besar daripada t tabel -1,661 serta nilai signifikansi sebesar 0,030 yang lebih kecil dari 0,05. Dengan diterimanya hipotesis H7, dapat disimpulkan bahwa IHSG mampu memoderasi pengaruh toleransi risiko terhadap minat investasi.

Peran IHSG sebagai variabel moderasi dapat dijelaskan melalui pengaruh sentimen pasar terhadap persepsi risiko investor. Investor dengan toleransi risiko yang tinggi cenderung lebih percaya diri dalam mengambil keputusan investasi, namun ketika sentimen pasar berubah secara signifikan, misalnya akibat *reshuffle* kabinet, persepsi terhadap risiko investasi dapat meningkat atau menurun. Moderasi IHSG menunjukkan bahwa pengaruh toleransi risiko terhadap minat investasi tidak bersifat tetap, melainkan dipengaruhi oleh kondisi pasar dan persepsi investor terhadap stabilitas ekonomi dan politik yang tercermin melalui pergerakan IHSG.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Audrey (2021), yang menyatakan bahwa toleransi risiko berpengaruh terhadap minat investasi, dan pengaruh tersebut dipengaruhi oleh sentimen IHSG. Individu dengan tingkat toleransi risiko yang tinggi cenderung lebih siap menghadapi fluktuasi pasar yang tercermin dalam pergerakan IHSG. Ketika IHSG mengalami penurunan,

individu dengan toleransi risiko tinggi tidak langsung menarik diri dari pasar, tetapi melihat kondisi tersebut sebagai bagian dari dinamika investasi yang wajar. Sebaliknya, individu dengan toleransi risiko rendah cenderung lebih sensitif terhadap penurunan IHSG dan dapat menunda atau membatalkan niat investasinya. Penelitian yang dilakukan oleh Wijaya & Meirisa (2019) menunjukkan bahwa volatilitas IHSG memiliki pengaruh terhadap dinamika pasar saham dan dapat mempengaruhi perilaku investor dalam mengambil keputusan investasi. Perubahan indeks pasar dapat menciptakan persepsi risiko yang berbeda bagi setiap investor sehingga mempengaruhi keputusan investasi yang diambil.

IHSG memperkuat hubungan antara toleransi risiko dan minat investasi karena pergerakan indeks menjadi indikator nyata tingkat ketidakpastian pasar. Saat IHSG berfluktuasi tajam, perbedaan tingkat toleransi risiko antar individu menjadi semakin terlihat dalam menentukan minat investasi.

Temuan ini berbeda dengan Zahwa & Soekarno (2023) dan Lara et al. (2022) yang menemukan bahwa toleransi atau preferensi risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan maupun minat investasi. Pada penelitian ini, toleransi risiko justru menjadi semakin relevan ketika dikaitkan dengan IHSG, karena perubahan kondisi pasar dapat membuat individu lebih mempertimbangkan kemampuan mereka dalam menghadapi risiko sebelum berinvestasi.

8. Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Investasi yang dimoderasi oleh IHSG

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel pengaruh media sosial yang dimoderasi oleh IHSG berpengaruh signifikan terhadap minat investasi. Hal ini ditunjukkan oleh nilai t hitung sebesar -2,285 yang lebih besar daripada t tabel -1,661 serta nilai signifikansi sebesar 0,025 yang lebih kecil dari 0,05. Dengan diterimanya hipotesis H8, dapat disimpulkan bahwa IHSG mampu memoderasi pengaruh media sosial terhadap minat investasi.

Moderasi IHSG menunjukkan bahwa pengaruh media sosial terhadap minat investasi tidak selalu tetap, tetapi dapat berubah tergantung pada kondisi pasar. Ketika IHSG menunjukkan sentimen positif, informasi dan interaksi melalui media sosial dapat lebih efektif dalam meningkatkan minat investasi, karena investor merasa lebih percaya diri dan optimistis terhadap kondisi pasar. Sebaliknya, ketika IHSG mencerminkan sentimen negatif atau ketidakpastian, pengaruh media sosial terhadap minat investasi cenderung berkurang karena investor menjadi lebih berhati-hati dalam menanggapi informasi yang mereka peroleh.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Audrey (2021), yang menyatakan bahwa media sosial berpengaruh terhadap minat investasi, dan menjadi lebih kuat ketika dikaitkan dengan kondisi IHSG. Media sosial berfungsi sebagai sumber informasi, edukasi, serta ruang diskusi mengenai tren pasar dan peluang investasi. Informasi yang beredar, seperti pembahasan saham

yang sedang naik atau strategi saat pasar melemah, membentuk persepsi dan ketertarikan individu terhadap investasi. Penelitian yang dilakukan oleh Putriani et al. (2025) menunjukkan bahwa teknologi media sosial memiliki pengaruh terhadap minat investasi mahasiswa. Media sosial memberikan kemudahan akses informasi mengenai investasi sehingga dapat meningkatkan pemahaman dan ketertarikan individu terhadap kegiatan investasi di pasar modal. Informasi yang disebarluaskan melalui berbagai platform digital dapat membantu calon investor memahami peluang investasi serta perkembangan pasar saham.

Ketika IHSG naik, informasi di media sosial cenderung mendorong optimisme dan minat investasi. Sebaliknya, saat IHSG turun, informasi dapat dipersepsikan sebagai peluang membeli saham dengan harga lebih rendah. Dengan demikian, pergerakan IHSG dapat memperkuat atau melemahkan pengaruh media sosial terhadap minat investasi.

Penelitian Rahmawati & Rosita (2023) menunjukkan bahwa media sosial tidak berpengaruh langsung terhadap minat investasi. Sementara itu, penelitian ini menemukan bahwa IHSG mampu memoderasi hubungan tersebut. Artinya, informasi investasi dari media sosial tidak berdiri sendiri; respons individu terhadap informasi tersebut dapat berubah mengikuti kondisi pasar yang tercermin dalam pergerakan IHSG.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis determinasi faktor minat investasi Gen Z di pasar modal dengan variabel moderasi sentimen IHSG *pasca-reshuffle* kabinet. Populasi dari penelitian ini yaitu seluruh Gen Z di wilayah Surakarta yang memiliki kesadaran investasi pasar modal. Pemilihan sampel dilakukan menggunakan metode *random sampling* dengan 97 responden Gen Z didapat data yang diolah. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda dan *Moderated Regression Analysis (MRA)* yang diolah menggunakan aplikasi *Statistical Package for the Social Science (SPSS)* versi 26.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Literasi Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi Generasi Z. Variabel Pengetahuan Investasi, Toleransi Risiko, dan Pengaruh Media Sosial juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi. Selain itu, sentimen IHSG *pasca-reshuffle* kabinet (*Purbaya Effect*) terbukti mampu memoderasi pengaruh Literasi Keuangan, Toleransi Risiko, dan Pengaruh Media Sosial terhadap minat investasi, namun tidak memoderasi pengaruh Pengetahuan Investasi terhadap minat investasi.

B. Keterbatasan Penelitian

Dalam pelaksanaan penelitian ini, terdapat beberapa kendala yang mencakup proses penelitian, isi, pengumpulan data, hingga penyajian hasil. Beberapa keterbatasan yang dihadapi dalam penelitian ini antara lain:

1. Responden penelitian hanya berasal dari wilayah Surakarta, sehingga hasil penelitian belum sepenuhnya dapat digeneralisasikan untuk seluruh investor Generasi Z di Indonesia.
2. Sulitnya menemukan referensi atau jurnal yang membahas moderasi IHSG secara spesifik membatasi pembahasan teoritis dan perbandingan hasil penelitian.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka penulis memberikan beberapa saran untuk penelitian selanjutnya sebagai berikut:

1. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan lokasi responden agar hasil penelitian lebih representatif dan dapat digeneralisasikan.
2. Disarankan untuk memperluas pencarian literatur atau mempertimbangkan variabel moderasi lain yang lebih banyak dibahas dalam penelitian sebelumnya agar pembahasan teoritis dan perbandingan hasil penelitian menjadi lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ajzen, I. (2002). Perceived Behavioral Control, Self-Efficacy, Locus of Control, and the Theory of Planned Behavior 1. *Journal of Applied Social Psychology*, 32(4), 665–683. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2002.tb00236.x>
- Anabel, L. E. (2023). Peran Influencer Dan Minat Investasi Pada Generasi Sandwich Di DKI Jakarta. *Jurnal Manajemen, Ekonomi, Hukum, Kewirausahaan, Kesehatan, Pendidikan Dan Informatika (MANEKIN)*, 2(02), 405–420.
- Audrey, T. (2021). Peran investor milenial di Indonesia dalam kegiatan investasi di masa pandemi Covid-19. *Prosiding Seminar Nasional Hasil Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 19 Agustus 2021, diselenggarakan oleh Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya, Bandar Lampung. <https://jurnal.darmajaya.ac.id/index.php/PSND/article/view/2894>
- Baker, M., & Wurgler, J. (2007). Investor Sentiment in the Stock Market. *Journal of Economic Perspectives*, 21(2), 129–151. <https://doi.org/10.1257/jep.21.2.129>
- Chen, H., & Volpe, R. P. (1998). *An Analysis of Personal Financial Literacy Among College Students*. 7(2), 107–128. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S1057-0810\(99\)80006-7](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S1057-0810(99)80006-7)
- CNBC, I. (2025). *IHSG Bergejolak Usai Reshuffle Kabinet: Fenomena Purbaya Effect*. <https://www.cnbcindonesia.com/>
- East, R. (1993). Investment decisions and the theory of planned behaviour. *Journal of Economic Psychology*, 14(2), 337–375. [https://doi.org/10.1016/0167-4870\(93\)90006-7](https://doi.org/10.1016/0167-4870(93)90006-7)

- Ernasari, D., & Firdaus, R. (2025). The Influence of Social Media and Financial Education on Investment Interest with Investment Promotion as a Mediation Variable. *Economic: Journal Economic and Business*, 4(2), 150–159.
- Felicia, F., & Handoyo, S. E. (2023). Determinants of Investment Intention in Indonesian Capital Market Moderated by Investor Age. *International Journal of Application on Economics and Business*, 1(1), 481–488. <https://doi.org/10.24912/ijaeb.v1i1.481-488>
- Ghozali, Imam. (2011). Ghozali, Imam. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit UNDIP. *Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*.
- Handayani, F., & Santoso, P. (2023). Analisis Ketertarikan Generasi Z di Indonesia terhadap Investasi di Pasar Modal. *Jurnal Akuntansi Manajemen Dan Ekonomi*, 5(3), 211–225.
- Hendarto, K., Anastasia, N., & Basana, S. R. (2021). The Effect of Financial Literacy, Financial Risk Tolerance, and Financial Socialization Agents on Stock Investment Decision in The Millennial Generation. *Petra International Journal of Business Studies*, 4(1), 11–22. <https://doi.org/10.9744/ijbs.4.1.11-22>
- Hidayat, T., Oktaviano, B., & Baharuddin, R. (2023). *Keputusan Investasi Berdasarkan Literasi Keuangan, Pengetahuan Investasi Dan Persepsi Risiko*. 4307(June), 441–452. <http://jurnal.goretanpena.com/index.php/JSSR>
- Intansia, A., & Heny, K. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berinvestasi Generasi Milenial Di Surakarta. *Jurnal Sinar Manajemen*, 9(1), 66–74. <https://doi.org/10.56338/jsm.v9i1.2327>
- KSEI. (2024). *Statistik Jumlah Investor Pasar Modal Indonesia Tahun 2023*. <https://www.ksei.co.id/>
- Kusmawati, K. (2011). Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Berinvestasi Di Pasar Modal Dengan Pemahaman Investasi Dan Usia Sebagai Variabel Moderat. *Jurnal Ekonomi Dan Informasi Akuntansi (JENIUS)*, 1(2), 103–117.

- Kusumawati, N. (2011). Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Berinvestasi di Pasar Modal Dengan Pemahaman Investasi dan Usia Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Ekonomi Dan Informasi Akuntansi (JENIUS)*, 1(2), 1–15.
- Lara, G., Syaipudin, U., & Widiyanti, A. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Generasi Z Untuk Berinvestasi di Pasar Modal. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(1), 418–432. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v5i1.1892>
- Lemeshow, S., Hosmer, D. W., Klar, J., & Lwanga, S. K. (1997). *Adequacy of Sample Size In Health Studies*. Chichester: John Wiley & Sons for the World Health Organization.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The Economic Importance of Financial Literacy: Theory and Evidence. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5–44. <https://doi.org/10.1257/jel.52.1.5>
- Maharani, S., & Ari, S. (2024). Determinan Minat Investasi Bagi Mahasiswa di Kota Solo. *Jurnal Mutiara Ilmu Akuntansi*, 2(4), 103–125. <https://doi.org/10.55606/jumia.v2i4.3313>
- Nurhidayah, N. (2022). Social Media, Financial Risk Tolerance, and Indonesian Millennial Generation Investor Behavior. *International Journal of Finance & Banking Studies* (2147-4486), 11(4), 17–23. <https://doi.org/10.20525/ijfbs.v11i4.1840>
- OECD. (2016). *OECD/INFE International Survey of Adult Financial Literacy Competencies*. <https://www.oecd.org/finance/oecd-infe-survey-adult-financial-literacy-competencies.htm> diunduh tanggal 5 Oktober 2025.
- Olajide, O., Pandey, S., & Pandey, I. (2024). Social Media for Investment Advice and Financial Satisfaction: Does Generation Matter? *Journal of Risk and Financial Management*, 17(9). <https://doi.org/10.3390/jrfm17090410>
- Pajar, R., & Pustikaningsih, A. (2017). Pengaruh Literasi Keuangan dan Persepsi Risiko terhadap Minat Investasi di Pasar Modal. *Jurnal Economia*, 13(2), 162–174.
- Pramudita, I. D., & Anjani, D. N. (2024). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Berinvestasi di Pasar Modal bagi Generasi Milenial.

- BISMA: Business and Management Journal*, 2(2), 26–38.
<https://doi.org/10.59966/bisma.v2i2.734>
- Pratama, I., & Widodo, A. (2023). No Title The Role of Social Media Exposure on Investment Interest Among Young Investors. *Indonesian Journal of Applied Management and Economics Research*, 4(2), 56–67.
- Purnama Sari, Y., Alfarisi, M. F., & Rahim, R. (2024). The Effect of Financial Literacy, Risk Perceptions, and Social Media on Investment Decisions of The Millennials in Padang City. *Ranah Research: Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 6(2), 233–242.
<https://doi.org/10.38035/rtrj.v6i2.816>
- Purwanti, E. (2022). Analisis Perbedaan Ihsg Sebelum Dan Sesudah *Reshuffle* Kabinet Periode Juni 2022. *Among Makarati*, 15(3), 1–9.
- Putra Mardika, A., Putu Dharmawan Suryagita Susila Putra, I., Luh Laksmi Rahmantari, N., Komang Mela Tri Utari, N., & Gusti Ayu Lia Yasmita, I. (2025). Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Gen-Z Dalam Menentukan Keputusan Investasi. *Jurnal KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi*, 16(2), 345–353.
<https://ejournal.warmadewa.ac.id/index.php/krisna/article/download/10819/6301/55341>
- Putri, D. A., & Nugraha, H. (2023). Investment Knowledge and Risk Tolerance as Predictors of Investment Intention in Indonesia's Gen Z Population. *Business Management Journal*, 9(1), 101–112.
- Putriani, D. T., Ahmad, A. W., & Rosita, I. (2025). Pengaruh pengetahuan investasi, kemampuan finansial dan teknologi media sosial terhadap minat investasi mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Raflesia Akuntansi*, 11(1).
<https://www.ejournal.polraf.ac.id/index.php/JIRA/article/view/856>
- Rahmawati, A., & Nugroho, M. M. (2025). Pengaruh penurunan IHSG dan loss aversion bias terhadap keputusan investasi dengan literasi keuangan sebagai pemoderasi. *Balance: Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 4(2).
<https://jurnal.risetilmiah.ac.id/index.php/JAM/article/view/991>

- Rahmawati, & Rosita. (2023). Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Investasi Generasi Z Mahasiswa STIE Surakarta Di Pasar Modal. *Transformasi: Journal of Economics and Business Management*, 2(3), 119–135. <https://doi.org/10.56444/transformasi.v2i3.963>
- Rahmawati, S.; Suryani, T. (2023). Generational Financial Behavior: Understanding Gen Z Investment Decision Patterns. *Journal of Behavioral Economics and Finance*, 8(2), 87–98.
- Ratnawati, R. (2024). Generation Z Investment Decisions Influenced by Financial Behavior: Mediated by Financial Literacy. *East African Scholars Multidisciplinary Bulletin*, 7(01), 1–8. <https://doi.org/10.36349/easjmb.2024.v07i01.001>
- Rizky, M.; Hartono, S. ;, & Lestari, N. (2024). Gen Z Dominance in Indonesia Capital Market: The Role of Digital Platforms and Financial Inclusion. *Jurnal Pasar Modal Indonesia*, 6(1), 1–14.
- Santika, L., & Susena, K. C. (2025). The Influence Of Market Sentiment On Investment Decisions on The Indonesian Stock Exchange Decisions On The Indonesian Stock Exchange the Influence Of Market Sentiment On Investment. *Journal of Applied Financial Management*, 1(1), 15–18. <https://doi.org/10.37676/jafm.v1i1.705>
- Setiawan, A. E., Musyifahb, R., & Noviarita, H. (2021). The Effect of Financial Literacy, Risk Preference and Religiosity on Generation Z's Investment Interest in the Islamic Capital Market. *Journal of Islamic ...*, 4(2), 57–65. <http://journal.stebilampung.ac.id/index.php/jiber/article/view/206%0Ahttp://journal.stebilampung.ac.id/index.php/jiber/article/download/206/121>
- Setiawan, A., & Rahmi, A. (2022). Financial Literacy and Investment Decision-Making Among Indonesian Millennials. *Economic Education Journal*, 4(2), 33–47.
- Siagian, L. D., & Makaliwe, W. (2025). *Investor Sentiment Dynamics and Market Volatility in Indonesia: Hybrid Approach Using GARCH-Midas and Machine Learning*. 5(9), 10849–10865.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

- Suharti, E., & Haryono, L. (2022). Determinants of Investment Intention Among Retail Investors. *Journal of Financial Research and Innovation*, 11(3), 122–135.
- Suriani, N., Risnita, & Jailani, M. (2023). Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan dalam Penelitian Kuantitatif. *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2).
<http://ejournal.yayasanpendidikandzurriyatulquran.id/index.php/ihsan/article/download/55/32>
- Trisnaningsih, T., Sihabudin, S., & Fauji, R. (2022). Pengaruh Influencer Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Investasi Mahasiswa. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 3(2), 82–89.
<https://doi.org/10.47065/jbe.v3i2.1705>
- Tubastuvi, N., Azaria, M. J. F., Purwidiyanti, W., & Aryoko, Y. P. (2024). Gen Z Investment Decision: Role of Financial Literacy, Financial Behaviour, Financial Experience and Risk Tolerance. *Airlangga Journal of Innovation Management*, 5(4), 721–739. <https://doi.org/10.20473/ajim.v5i4.61315>
- Umar Husein. (2011). *Metode penelitian untuk skripsi dan tesis bisnis* (2nd ed.). Rajawali Pers.
- Wardani, D. K., & Supiati, E. (2020). Pengaruh literasi keuangan, pengalaman investasi, dan toleransi risiko terhadap minat investasi saham pada mahasiswa. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*.
<https://journal.uny.ac.id/index.php/jkp/article/view/32033>
- Widjaja, M., Ciawi, F., Sekarsari, D., & Tamara, D. (2024). Social Media Usage and Intention to Invest in Securities Crowdfunding in Indonesia. *Ultimaccounting Jurnal Ilmu Akuntansi*, 16(1), 63–80.
<https://doi.org/10.31937/akuntansi.v16i1.3500>
- Wijaya, T., & Meirisa, F. (2019). Pengaruh perilaku herding dan volatilitas IHSG terhadap return pasar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 3(2). <https://jurnal.ugj.ac.id/index.php/jibm/article/view/2513>
- Zahwa, A. F. N., & Soekarno, S. (2023). The Influence of Financial Literacy, Risk Tolerance, and Demographic Factors on Investment Decision among

Generation Z and Millennial in Greater Jakarta and Greater Bandung. *International Journal of Current Science Research and Review*, 06(06), 3517–3527. <https://doi.org/10.47191/ijcsrr/v6-i6-44>

Zainul, Z. R., Fachrudin, K. A., Syahyunan, & Irawati, N. (2025). The moderating role of investor sentiment on profitability and investment premiums: Evidence from the Indonesian stock market. *Investment Management and Financial Innovations*, 22(2), 100–111. [https://doi.org/10.21511/imfi.22\(2\).2025.09](https://doi.org/10.21511/imfi.22(2).2025.09)

LAMPIRAN

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisioner Penelitian

Surakarta, 3 November 2025

Kepada Yth

Responden Penelitian

Di tempat

Dengan Hormat,

Perkenalkanlah kami, Della Safiyah NIM 2022030035 mahasiswa Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Batik (UNIBA) Surakarta. Pada kesempatan ini kami sedang melaksanakan penelitian untuk memenuhi kelengkapan penyusunan skripsi. Dalam peneltiian ini kami mengambil judul: ***“Determinasi Faktor Minat Investasi Gen Z di Pasar Modal dengan Variabel Moderasi Sentimen IHSG Pasca-Reshuffle Kabinet”***. Dalam penelitian tersebut, kami memerlukan data-data yang tercantum dalam pertanyaan kuesioner.

Oleh karena itu, kami memohon kesediaan Saudara/i untuk mengisi kuesioner yang sesuai dengan petunjuk pengisian yang telah dijelaskan. Penelitian ini bersifat ilmiah dan hanya dipergunakan untuk keperluan penyusunan skripsi. Kami peneliti menjamin kerahasiaan identitas setiap jawaban responden. Atas segala bantuan dan partisipasi yang saudara/i berikan, saya ucapkan terimakasih.

Hormat Saya,

Della Safiyah

Kuesioner Penelitian: Determinasi Faktor Minat Investasi Gen Z di Pasar Modal dengan Variabel Moderasi Sentimen IHSG *Pasca-Reshuffle* Kabinet. Link :

<https://forms.gle/W7gNq2Bz4XspJ1TJ7>

QR code :



PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Pernyataan berikut merupakan item mengenai Determinasi Faktor Minat Investasi Gen Z di Pasar Modal dengan Variabel Moderasi Sentimen IHSG *Pasca-Reshuffle* Kabinet. Untuk itu mohon saudara/i memberikan pilihan pada kolom jawaban yang disediakan sesuai dengan pengalaman. Adapun keterangan pada kolom jawaban yang disediakan adalah sebagai berikut :

- | | |
|---|--------|
| 1) Jawaban Sangat Setuju (SS) | Skor 5 |
| 2) Jawaban Setuju (S) | Skor 4 |
| 3) Jawaban Ragu-Ragu (RR) | Skor 3 |
| 4) Jawaban Tidak Setuju (TS) | Skor 2 |
| 5) Jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) | Skor 1 |

Bagian A. Identitas Responden

1. Email:
2. Nama:.....
3. No. Hp:.....
4. Umur:
 - ☐ 13-16 tahun
 - ☐ 17-20 tahun
 - ☐ 21-24 tahun
 - ☐ 25-28 tahun
5. Jenis Kelamin:
 - ☐ Laki-Laki
 - ☐ Perempuan
6. Domisili:.....
7. Status:
 - ☐ Pelajar
 - ☐ Mahasiswa
 - ☐ Pekerja
 - ☐ Lainnya
8. Apakah Anda sudah memiliki akun investasi (saham/obligasi/ reksa dana/dll)?
 - ☐ Ya
 - ☐ Tidak

Bagian B. Pertanyaan Penelitian

X1: Literasi Keuangan

No.	Literasi Keuangan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya merasa pengetahuan dapat membantu dalam minat berinvestasi					
2	Saya menggunakan perencanaan keuangan saat ini agar dapat digunakan untuk keperluan di masa yang akan datang					
3	Asuransi dapat dijadikan sarana untuk menabung dan berinvestasi					
4	Saya mengetahui bahwa investasi merupakan bentuk penanaman modal/uang yang keuntungannya dapat diperoleh di masa depan					
5	Saya mengetahui perbedaan antara investasi berisiko tinggi dan rendah					

X2: Pengetahuan Investasi

No.	Pengetahuan Investasi	SS	S	N	TS	STS
6	Sebagai calon investor, pengetahuan dasar tentang investasi sangat penting.					
7	Mengukur tingkat resiko membantu investor dalam meminimalisir terjadinya kerugian.					
8	Saya menanamkan investasi dengan harapan mendapat keuntungan yang berlipat.					
9	Saya tahu bahwa harga saham bisa naik atau turun tergantung kondisi Perusahaan					
10	Saya pernah mengikuti seminar, kelas, atau membaca materi tentang pasar modal					

X3: Toleransi Risiko

No.	Toleransi Risiko	SS	S	N	TS	STS
11	Saya merasa investasi saham di pasar modal memberikan keuntungan yang besar sesuai risiko yang ada					
12	Saya memilih investasi dengan tingkat risiko yang rendah					

13	Saya merasa bahwa keputusan investasi di pasar modal beresiko tinggi					
14	Saya menyadari bahwa kerugian merupakan bagian dari kegiatan investasi					
15	Saya menilai bahwa risiko bisa dikendalikan dengan pengetahuan dan perencanaan yang baik					

X4: Pengaruh Sosial / Media Sosial

No.	Pengaruh Sosial / Media Sosial	SS	S	N	TS	STS
16	Saya merasa konten investasi yang dibagikan oleh <i>influencer</i> di <i>social media</i> menarik untuk diikuti					
17	Saya percaya bahwa informasi tentang investasi yang dibagikan oleh <i>influencer</i> dapat diandalkan					
18	Saya tertarik untuk mencoba investasi yang direkomendasikan oleh <i>influencer</i> di <i>social media</i>					
19	Rekomendasi teman atau keluarga memengaruhi keputusan saya untuk berinvestasi					
20	Saya sering mengakses konten keuangan atau investasi di media sosial seperti TikTok, Instagram, dan YouTube					

Moderasi (Z): Sentimen IHSG *Pasca-Reshuffle* Kabinet

No.	Sentimen IHSG <i>Pasca-Reshuffle</i> Kabinet	SS	S	N	TS	STS
21	Saya memperhatikan pergerakan IHSG sebelum mengambil keputusan investasi.					
22	Saya percaya <i>reshuffle</i> kabinet memengaruhi kondisi pasar modal.					
23	Fluktuasi IHSG pasca <i>reshuffle</i> memengaruhi minat saya untuk berinvestasi.					

24	Saya percaya pernyataan dan kebijakan pejabat ekonomi seperti Purbaya Yudhi Sadewa dapat menenangkan pasar saham. (Purbaya Effect)					
25	Saya memperkirakan IHSG akan stabil atau meningkat karena adanya komunikasi positif dari otoritas ekonomi.					

Y: Minat Investasi Gen Z di Pasar Modal

No.	Minat Investasi Gen Z di Pasar Modal	SS	S	N	TS	STS
26	Saya tertarik untuk memulai investasi dan/atau telah melakukan investasi					
27	Saya tertarik untuk berinvestasi karena potensi keuntungan yang menjanjikan					
28	Saya merasa investasi merupakan aktivitas yang menarik untuk dilakukan					
29	Saya yakin berinvestasi di pasar modal bermanfaat bagi keuangan saya di masa depan					
30	Saya tertarik berinvestasi karena hasilnya dianggap lebih menguntungkan dibanding tabungan biasa					

Lampiran 2 Daftar Nama Responden

No	Nama	Umur	Jenis Kelamin	Domisili	Status
1	Devi Safitri	21-24 tahun	Perempuan	Surakarta	Pekerja
2	Kurnia Putri Widyastuti	21-24 tahun	Perempuan	Surakarta	Mahasiswa
3	Fitria Fatmawati	21-24 tahun	Perempuan	Surakarta	Mahasiswa
4	Neysa Maura Dewi	21-24 tahun	Perempuan	Surakarta	Mahasiswa
5	Ananda Latika	21-24 tahun	Perempuan	Surakarta	Mahasiswa
6	Rizka Wahyu Dzulfaida Susilowati	21-24 tahun	Perempuan	Surakarta	Mahasiswa
7	Wulandari	21-24 tahun	Perempuan	Surakarta	Mahasiswa
8	Shifa Nur Fadillah	21-24 tahun	Perempuan	Surakarta	Mahasiswa
9	Dimas Novian	21-24 tahun	Laki-Laki	Surakarta	Pekerja
10	Windhu yahya	21-24 tahun	Laki-Laki	Surakarta	Pekerja
11	Satrio Hayuningtyas A	21-24 tahun	Laki-Laki	Surakarta	Mahasiswa
12	Bayu arif Hi ahdar	17-20 tahun	Laki-Laki	Surakarta	Mahasiswa
13	Azca Avicienna Arfiandy	21-24 tahun	Laki-Laki	Surakarta	Mahasiswa
14	Erni	21-24 tahun	Perempuan	Surakarta	Pekerja
15	Novia Rizki Fajar R	21-24 tahun	Perempuan	Surakarta	Mahasiswa
16	Lulu Ayu Afriyani	21-24 tahun	Perempuan	Surakarta	Mahasiswa
17	Nuke Windharista	21-24 tahun	Perempuan	Surakarta	Pekerja
18	Rasyid	21-24 tahun	Laki-Laki	Surakarta	Mahasiswa & Pekerja
19	Yastina meireni	25-28 tahun	Perempuan	Surakarta	Pekerja
20	Lintang Septiana Ayu	21-24 tahun	Perempuan	Surakarta	Mahasiswa
21	Yama	21-24 tahun	Laki-Laki	Surakarta	Mahasiswa
22	Anggun Pramesty	21-24 tahun	Perempuan	Surakarta	Mahasiswa
23	Anggun Septiana	21-24 tahun	Perempuan	Surakarta	Mahasiswa
24	Abdullah Alabid	21-24 tahun	Laki-Laki	Surakarta	Mahasiswa
25	Wildan Abdulloh	21-24 tahun	Laki-Laki	Surakarta	Mahasiswa
26	Aishwarya Nabila Sakinah	21-24 tahun	Perempuan	Surakarta	Mahasiswa

No	Nama	Umur	Jenis Kelamin	Domisili	Status
27	Fawwaz Abdurrahim	21-24 tahun	Laki-Laki	Surakarta	Mahasiswa & Pekerja
28	Muhammad Reza Octavany N	21-24 tahun	Laki-Laki	Surakarta	Mahasiswa
29	Khusnul Khotimah	21-24 tahun	Perempuan	Surakarta	Mahasiswa
30	Mellnanursari	21-24 tahun	Perempuan	Surakarta	Mahasiswa
31	Ilyas Abdurrozaq	21-24 tahun	Laki-Laki	Surakarta	Mahasiswa
32	Vioni Dwi Cahyani	21-24 tahun	Perempuan	Surakarta	Pekerja
33	lina artika sari	21-24 tahun	Perempuan	Surakarta	Pekerja
34	Megna Oktavia	21-24 tahun	Perempuan	Surakarta	Mahasiswa
35	Ariyo	21-24 tahun	Laki-Laki	Surakarta	Pekerja
36	Yulita	21-24 tahun	Perempuan	Surakarta	Mahasiswa
37	Pito	21-24 tahun	Laki-Laki	Surakarta	Pekerja
38	Fadhilla Firdaust	21-24 tahun	Perempuan	Surakarta	Mahasiswa
39	Azzahra Mutiara Silmi	21-24 tahun	Perempuan	Surakarta	Mahasiswa
40	Rida Resi	17-20 tahun	Perempuan	Surakarta	Mahasiswa
41	Rio	21-24 tahun	Laki-Laki	Surakarta	Pekerja
42	Isnaini Romadhon H	25-28 tahun	Laki-Laki	Surakarta	Lainnya
43	Prihatin	21-24 tahun	Perempuan	Surakarta	Pekerja
44	Aprilia Ayuniarsih	21-24 tahun	Perempuan	Surakarta	Pekerja
45	Andittia Eko prasetyo	25-28 tahun	Laki-Laki	Surakarta	Pekerja
46	Vira kusnun h	25-28 tahun	Perempuan	Surakarta	Pekerja
47	Sri hartanti	21-24 tahun	Perempuan	Surakarta	Mahasiswa
48	Muhammad Rizky	17-20 tahun	Laki-Laki	Surakarta	Lainnya
49	klarissa	21-24 tahun	Perempuan	Surakarta	Mahasiswa
50	Diky setia budi	21-24 tahun	Laki-Laki	Surakarta	Pekerja
51	Annisa	25-28 tahun	Perempuan	Surakarta	Pekerja
52	Kadafi Hamka	17-20 tahun	Laki-Laki	Surakarta	Pekerja
53	Fendi Supriyanto	25-28 tahun	Laki-Laki	Surakarta	Pekerja
54	Linda	21-24 tahun	Perempuan	Surakarta	Mahasiswa
55	Noviana Arianti Ningtyas	21-24 tahun	Perempuan	Surakarta	Lainnya

No	Nama	Umur	Jenis Kelamin	Domisili	Status
56	Faizah Ummu Abdillah	17-20 tahun	Perempuan	Surakarta	Mahasiswa
57	Rismala	25-28 tahun	Perempuan	Surakarta	Lainnya
58	Nasya	17-20 tahun	Perempuan	Surakarta	Pekerja
59	Nanda	17-20 tahun	Perempuan	Surakarta	Mahasiswa
60	Nurul septya ningsih	21-24 tahun	Perempuan	Surakarta	Lainnya
61	May Cahyani Putri	21-24 tahun	Perempuan	Surakarta	Mahasiswa
62	Yudianto	21-24 tahun	Laki-Laki	Surakarta	Pekerja
63	Wahyu Hidayat	21-24 tahun	Laki-Laki	Surakarta	Mahasiswa
64	Helma Luthfiyana	21-24 tahun	Perempuan	Surakarta	Mahasiswa
65	Royan	21-24 tahun	Laki-Laki	Surakarta	Pekerja
66	Ega Nanda Okta Athalia	21-24 tahun	Perempuan	Surakarta	Mahasiswa
67	Akbar Wahyu Hidayah	21-24 tahun	Laki-Laki	Surakarta	Mahasiswa
68	Salwa Dwiariyanti	17-20 tahun	Perempuan	Surakarta	Mahasiswa
69	Kartika Wulan Putri Purnama	17-20 tahun	Perempuan	Surakarta	Mahasiswa
70	Nafisatul Khifdhiyyah	21-24 tahun	Perempuan	Surakarta	Mahasiswa
71	Anita yahya	25-28 tahun	Perempuan	Surakarta	Mahasiswa
72	Kartika Sari Putri Purnama	17-20 tahun	Perempuan	Surakarta	Mahasiswa
73	Nurul Rahmawati	21-24 tahun	Perempuan	Surakarta	Pekerja
74	Ghina Fatihah Nadhira	21-24 tahun	Perempuan	Surakarta	Mahasiswa
75	Divandra	21-24 tahun	Perempuan	Surakarta	Mahasiswa
76	Evi Nilawati	21-24 tahun	Perempuan	Surakarta	Mahasiswa
77	Mulia Dwi Saputri	17-20 tahun	Perempuan	Surakarta	Mahasiswa
78	Putri Kurnianingsih	17-20 tahun	Perempuan	Surakarta	Mahasiswa
79	Abdurrohmaan Wyastanto Putro	17-20 tahun	Laki-Laki	Surakarta	Mahasiswa
80	Lutfiana	17-20 tahun	Perempuan	Surakarta	Mahasiswa
81	Fatchiyya Dhiya'ulhaq	17-20 tahun	Perempuan	Surakarta	Mahasiswa

No	Nama	Umur	Jenis Kelamin	Domisili	Status
82	Stefany Rama Ade Rasti	17-20 tahun	Perempuan	Surakarta	Mahasiswa
83	Tarisa Firda	21-24 tahun	Perempuan	Surakarta	Mahasiswa
84	Laras Wening Tyas	17-20 tahun	Perempuan	Surakarta	Mahasiswa
85	Maura Fachriza Azahra	17-20 tahun	Perempuan	Surakarta	Mahasiswa
86	Novita	25-28 tahun	Perempuan	Surakarta	Pekerja
87	Rizky Bahrul Hayat	21-24 tahun	Laki-Laki	Surakarta	Pekerja
88	Agustin Permatasari	21-24 tahun	Perempuan	Surakarta	Pekerja
89	Diah Ayuning Setiyowati	21-24 tahun	Perempuan	Surakarta	Pekerja
90	Ratih ani	21-24 tahun	Perempuan	Surakarta	Pekerja
91	Miftahul Jannah	21-24 tahun	Perempuan	Surakarta	Pekerja
92	Jawos Nichmas	21-24 tahun	Perempuan	Surakarta	Pekerja
93	Dewi	21-24 tahun	Perempuan	Surakarta	Pekerja
94	anik shofyani	21-24 tahun	Perempuan	Surakarta	Mahasiswa
95	Mira Ayu	21-24 tahun	Perempuan	Surakarta	Mahasiswa
96	Sekar Ayu Kusuma Arum	17-20 tahun	Perempuan	Surakarta	Pekerja
97	Rangga Aji Wibowo	17-20 tahun	Laki-Laki	Surakarta	Pelajar

Lampiran 3 Tabulasi Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Uji Coba

No. Res	Y					TOTAL Y	No. Res	X1					TOTAL X1
	1	2	3	4	5			1	2	3	4	5	
1	1	2	2	1	2	8	1	2	1	2	1	1	7
2	2	2	2	2	1	9	2	1	1	2	2	2	8
3	5	4	5	5	4	23	3	5	4	5	4	5	23
4	5	4	5	4	5	23	4	4	5	5	4	4	22
5	4	5	4	4	4	21	5	5	4	4	2	5	20
6	5	5	4	5	4	23	6	4	5	5	5	4	23
7	4	5	4	4	4	21	7	4	5	5	5	5	24
8	4	4	4	4	5	21	8	4	5	5	5	4	23
9	5	4	4	5	4	22	9	4	4	5	5	4	22
10	5	4	5	5	4	23	10	4	5	5	4	4	22
11	4	4	4	4	4	20	11	5	5	5	5	5	25
12	5	5	5	5	5	25	12	5	5	5	4	5	24
13	2	2	2	2	1	9	13	1	5	2	2	2	12
14	4	5	4	4	4	21	14	5	5	5	5	4	24
15	5	4	4	4	5	22	15	4	5	5	5	5	24
16	4	5	5	5	4	23	16	5	5	5	5	5	25
17	4	4	4	4	5	21	17	5	5	5	5	5	25
18	5	4	5	4	5	23	18	4	5	5	4	4	22
19	4	4	4	4	4	20	19	4	5	4	4	4	21
20	5	4	5	5	4	23	20	5	5	5	5	5	25

No. Res	X2					TOTAL X2	No. Res	X3					TOTAL X3
	1	2	3	4	5			1	2	3	4	5	
1	2	2	1	2	3	10	1	2	2	1	2	2	9
2	1	1	2	1	1	6	2	1	1	1	1	1	5
3	4	4	5	5	5	23	3	4	5	5	4	5	23
4	5	4	5	4	5	23	4	5	4	5	4	5	23
5	4	5	4	4	4	21	5	4	4	5	4	4	21
6	4	5	4	4	5	22	6	5	5	4	4	4	22
7	4	5	4	5	5	23	7	5	4	4	5	4	22
8	4	4	5	4	5	22	8	5	4	4	5	5	23
9	4	5	4	5	4	22	9	4	4	4	5	4	21
10	5	5	5	5	5	25	10	4	5	5	5	5	24
11	5	5	5	4	4	23	11	4	4	4	4	4	20
12	5	5	5	4	5	24	12	5	5	5	5	4	24
13	3	1	2	1	1	8	13	1	1	1	2	2	7
14	5	4	4	5	4	22	14	5	5	4	5	5	24
15	4	4	5	4	5	22	15	5	4	5	5	4	23
16	5	4	5	5	4	23	16	4	5	4	5	4	22
17	2	2	1	2	3	22	17	5	4	5	5	5	24

No. Res	X2					TOTAL X2	No. Res	X3					TOTAL X3
	1	2	3	4	5			1	2	3	4	5	
18	5	4	5	4	5	23	18	5	4	5	4	5	23
19	4	4	4	4	4	20	19	4	4	4	4	4	20
20	5	5	5	5	5	25	20	4	5	5	5	5	24

No. Res	X4					TOTAL X4	No. Res	Z					TOTAL Z
	1	2	3	4	5			1	2	3	4	5	
1	2	1	2	2	1	8	1	1	1	1	2	1	6
2	1	2	2	1	1	7	2	1	2	2	1	1	7
3	4	5	4	5	4	22	3	4	4	4	5	4	21
4	4	5	4	5	4	22	4	4	5	5	5	4	23
5	5	4	4	4	5	22	5	5	4	4	4	5	22
6	5	5	4	5	4	23	6	5	5	4	5	4	23
7	5	5	4	4	4	22	7	5	5	4	4	4	22
8	4	5	4	4	5	22	8	5	4	4	4	5	22
9	4	4	4	5	4	21	9	4	5	5	4	4	22
10	4	4	4	4	4	20	10	5	4	5	5	5	24
11	4	4	4	4	5	21	11	4	4	4	4	4	20
12	5	5	5	5	4	24	12	5	5	5	4	5	24
13	2	2	2	1	2	9	13	2	2	2	2	2	10
14	4	5	4	4	5	22	14	5	5	5	4	4	23
15	5	4	5	5	5	24	15	4	5	4	4	5	22
16	5	5	4	5	5	24	16	5	5	4	5	5	24
17	4	4	4	4	4	20	17	4	5	5	5	4	23
18	4	5	4	5	4	22	18	4	5	5	5	4	23
19	4	4	4	4	4	20	19	4	4	4	4	4	20
20	4	4	4	4	4	20	20	5	4	5	5	5	24

Lampiran 4 Hasil Uji Validitas Instrumen Uji Coba

a. Minat Investasi (Y)

		Correlations					MINAT INVESTASI
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	
Y1	Pearson Correlation	1	.742**	.900**	.924**	.829**	.954**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	20	20	20	20	20	20
Y2	Pearson Correlation	.742**	1	.758**	.818**	.760**	.876**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	20	20	20	20	20	20
Y3	Pearson Correlation	.900**	.758**	1	.891**	.832**	.947**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	20	20	20	20	20	20
Y4	Pearson Correlation	.924**	.818**	.891**	1	.736**	.944**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	20	20	20	20	20	20
Y5	Pearson Correlation	.829**	.760**	.832**	.736**	1	.903**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	20	20	20	20	20	20
MINAT INVESTASI	Pearson Correlation	.954**	.876**	.947**	.944**	.903**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	20	20	20	20	20	20

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

b. Literasi Keuangan (X1)

		Correlations					LITERASI KEUANGAN
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	
X1.1	Pearson Correlation	1	.869**	.877**	.689**	.899**	.923**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.001	.000	.000
	N	20	20	20	20	20	20
X1.2	Pearson Correlation	.869**	1	.952**	.848**	.859**	.969**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	20	20	20	20	20	20
X1.3	Pearson Correlation	.877**	.952**	1	.884**	.867**	.977**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	20	20	20	20	20	20
X1.4	Pearson Correlation	.689**	.848**	.884**	1	.740**	.889**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000		.000	.000
	N	20	20	20	20	20	20
X1.5	Pearson Correlation	.899**	.859**	.867**	.740**	1	.929**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	20	20	20	20	20	20
LITERASI KEUANGAN	Pearson Correlation	.923**	.969**	.977**	.889**	.929**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	20	20	20	20	20	20

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

c. Pengetahuan Investasi (X2)

		Correlations					PENGETAHUAN INVESTASI
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	
X2.1	Pearson Correlation	1	.769**	.840**	.807**	.731**	.897**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	20	20	20	20	20	20
X2.2	Pearson Correlation	.769**	1	.780**	.867**	.854**	.932**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	20	20	20	20	20	20
X2.3	Pearson Correlation	.840**	.780**	1	.780**	.819**	.915**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	20	20	20	20	20	20
X2.4	Pearson Correlation	.807**	.867**	.780**	1	.820**	.932**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	20	20	20	20	20	20
X2.5	Pearson Correlation	.731**	.854**	.819**	.820**	1	.921**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	20	20	20	20	20	20
PENGETAHUAN INVESTASI	Pearson Correlation	.897**	.932**	.915**	.932**	.921**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	20	20	20	20	20	20

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

d. Toleransi Risiko (X3)

		Correlations					TOLERANSI RISIKO
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	
X3.1	Pearson Correlation	1	.837**	.869**	.867**	.862**	.941**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	20	20	20	20	20	20
X3.2	Pearson Correlation	.837**	1	.867**	.871**	.858**	.940**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	20	20	20	20	20	20
X3.3	Pearson Correlation	.869**	.867**	1	.841**	.901**	.952**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	20	20	20	20	20	20
X3.4	Pearson Correlation	.867**	.871**	.841**	1	.849**	.937**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	20	20	20	20	20	20
X3.5	Pearson Correlation	.862**	.858**	.901**	.849**	1	.946**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	20	20	20	20	20	20
TOLERANSI RISIKO	Pearson Correlation	.941**	.940**	.952**	.937**	.946**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	20	20	20	20	20	20

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

e. Pengaruh Media Sosial (X4)

		Correlations					PENGARUH MEDIA SOSIAL
		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	
X4.1	Pearson Correlation	1	.826**	.908**	.877**	.867**	.950**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	20	20	20	20	20	20
X4.2	Pearson Correlation	.826**	1	.834**	.863**	.829**	.928**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	20	20	20	20	20	20
X4.3	Pearson Correlation	.908**	.834**	1	.905**	.867**	.954**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	20	20	20	20	20	20
X4.4	Pearson Correlation	.877**	.863**	.905**	1	.796**	.945**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	20	20	20	20	20	20
X4.5	Pearson Correlation	.867**	.829**	.867**	.796**	1	.928**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	20	20	20	20	20	20
PENGARUH MEDIA SOSIAL	Pearson Correlation	.950**	.928**	.954**	.945**	.928**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	20	20	20	20	20	20

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

f. Sentimen IHSG (Z)

		Correlations					SENTIMEN IHSG
		Z1	Z2	Z3	Z4	Z5	
Z1	Pearson Correlation	1	.832**	.826**	.826**	.937**	.950**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	20	20	20	20	20	20
Z2	Pearson Correlation	.832**	1	.888**	.810**	.799**	.926**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	20	20	20	20	20	20
Z3	Pearson Correlation	.826**	.888**	1	.840**	.820**	.935**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	20	20	20	20	20	20
Z4	Pearson Correlation	.826**	.810**	.840**	1	.820**	.918**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	20	20	20	20	20	20
Z5	Pearson Correlation	.937**	.799**	.820**	.820**	1	.940**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	20	20	20	20	20	20
SENTIMEN IHSG	Pearson Correlation	.950**	.926**	.935**	.918**	.940**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	20	20	20	20	20	20

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Uji Coba

- a. Minat Investasi (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.956	5

- b. Literasi Keuangan (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.963	5

- c. Pengetahuan Investasi (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.954	5

- d. Toleransi Risiko (X3)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.968	5

- e. Pengaruh Media Sosial (X4)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.962	5

- f. Sentimen IHSG (Z)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.963	5

Lampiran 6 Tabulasi Jawaban Responden

No. Res	Y					TOTAL Y	No. Res	X1					TOTAL X1
	1	2	3	4	5			1	2	3	4	5	
1	4	4	4	4	4	20	1	3	3	3	3	3	15
2	4	5	5	5	5	24	2	4	4	4	4	4	20
3	5	5	5	5	5	25	3	4	3	3	3	4	17
4	4	4	4	5	4	21	4	4	3	4	4	4	19
5	4	4	4	4	4	20	5	4	3	3	4	3	17
6	5	5	5	5	5	25	6	4	3	3	3	3	16
7	5	5	5	5	5	25	7	4	5	4	4	4	21
8	4	4	4	4	5	21	8	3	2	3	3	3	14
9	5	5	5	5	5	25	9	5	4	4	4	4	21
10	5	4	5	5	4	23	10	3	3	4	3	3	16
11	4	4	4	4	4	20	11	4	4	4	4	4	20
12	5	5	5	5	5	25	12	5	4	4	4	4	21
13	5	5	5	5	5	25	13	5	5	5	5	5	25
14	4	4	5	4	5	22	14	3	3	3	3	2	14
15	4	5	5	5	5	24	15	4	4	4	3	3	18
16	4	4	4	4	4	20	16	3	3	3	3	3	15
17	4	5	4	5	5	23	17	3	3	3	3	2	14
18	3	4	3	4	4	18	18	3	3	3	3	2	14
19	5	5	5	5	5	25	19	5	5	5	4	5	24
20	5	5	5	5	5	25	20	4	4	4	4	4	20
21	4	5	5	5	5	24	21	5	5	5	5	5	25
22	4	4	4	5	5	22	22	4	4	4	4	3	19
23	4	4	4	4	4	20	23	3	3	3	3	3	15
24	4	4	4	4	5	21	24	2	2	2	2	2	10
25	4	4	5	5	5	23	25	3	4	3	4	3	17
26	4	4	4	4	4	20	26	3	3	3	3	2	14
27	5	5	5	5	5	25	27	5	4	5	5	5	24
28	4	4	4	4	4	20	28	4	4	4	4	4	20
29	5	5	5	5	5	25	29	4	4	4	4	4	20
30	5	5	5	5	5	25	30	3	3	3	3	3	15
31	5	5	5	5	5	25	31	5	4	4	5	5	23
32	5	5	4	5	5	24	32	4	5	4	5	4	22
33	3	4	4	3	4	18	33	4	3	4	4	4	19
34	5	5	5	5	5	25	34	4	4	4	5	4	21
35	4	4	5	5	5	23	35	4	4	5	4	4	21
36	5	4	5	5	5	24	36	5	5	5	5	5	25
37	4	5	5	5	5	24	37	3	3	3	3	3	15
38	4	4	5	5	5	23	38	4	4	4	3	3	18
39	4	4	5	4	5	22	39	4	3	4	4	3	18
40	4	4	4	4	5	21	40	3	3	3	4	3	16
41	5	5	5	5	5	25	41	4	4	5	4	4	21

No. Res	Y					TOTAL Y	No. Res	X1					TOTAL X1
	1	2	3	4	5			1	2	3	4	5	
42	5	5	5	5	5	25	42	5	5	5	5	5	25
43	4	5	5	5	5	24	43	3	3	3	3	3	15
44	4	4	4	5	5	22	44	3	3	3	4	3	16
45	5	5	5	5	5	25	45	5	5	5	5	5	25
46	5	5	5	5	5	25	46	5	5	4	5	4	23
47	5	5	5	5	5	25	47	4	4	4	5	4	21
48	3	3	3	4	3	16	48	1	1	1	1	1	5
49	4	5	5	5	5	24	49	5	4	4	4	4	21
50	4	4	4	4	4	20	50	2	2	3	3	2	12
51	5	5	4	5	5	24	51	4	4	4	3	3	18
52	5	4	4	4	5	22	52	4	4	4	4	4	20
53	5	5	5	5	5	25	53	5	5	4	5	5	24
54	5	5	5	5	5	25	54	5	4	5	4	5	23
55	3	4	4	4	4	19	55	4	3	3	3	3	16
56	3	4	4	4	4	19	56	3	2	3	2	3	13
57	4	4	4	4	4	20	57	4	4	4	4	4	20
58	4	4	5	5	4	22	58	3	2	3	3	3	14
59	5	5	5	5	5	25	59	4	5	5	5	5	24
60	5	5	5	5	5	25	60	4	4	4	4	5	21
61	5	5	5	5	5	25	61	5	5	5	5	5	25
62	4	5	4	4	5	22	62	3	3	3	3	3	15
63	5	5	5	5	5	25	63	4	4	4	3	3	18
64	4	4	4	4	4	20	64	4	4	4	4	3	19
65	5	5	5	5	5	25	65	4	4	4	4	5	21
66	4	4	4	4	4	20	66	4	4	4	3	4	19
67	3	3	3	4	4	17	67	4	4	4	4	4	20
68	5	4	5	5	5	24	68	4	4	4	3	4	19
69	4	4	4	4	4	20	69	4	4	3	3	4	18
70	5	5	4	5	5	24	70	3	3	3	4	3	16
71	4	5	5	4	5	23	71	5	5	5	5	4	24
72	5	5	5	5	5	25	72	5	5	5	5	5	25
73	4	4	5	5	5	23	73	4	4	4	4	4	20
74	4	5	5	5	5	24	74	3	4	4	4	4	19
75	5	5	5	5	5	25	75	4	4	4	4	4	20
76	5	5	5	5	5	25	76	4	4	3	4	4	19
77	5	4	4	5	5	23	77	4	4	4	4	3	19
78	4	4	4	4	4	20	78	3	3	3	3	4	16
79	4	4	4	4	4	20	79	3	3	3	3	3	15
80	4	4	4	5	5	22	80	3	3	3	3	2	14
81	4	4	4	4	4	20	81	3	3	3	3	3	15
82	4	4	4	5	5	22	82	4	3	3	3	3	16
83	5	5	5	5	5	25	83	4	3	3	3	3	16

No. Res	Y					TOTAL Y	No. Res	X1					TOTAL X1
	1	2	3	4	5			1	2	3	4	5	
84	4	4	4	5	4	21	84	3	4	4	4	4	84
85	4	4	4	4	4	20	85	4	4	4	4	4	85
86	5	5	5	5	5	25	86	3	4	3	3	3	86
87	5	5	4	5	5	24	87	3	4	3	4	3	87
88	4	4	5	5	5	23	88	2	2	2	2	2	88
89	5	5	5	5	5	25	89	5	5	5	5	5	89
90	4	4	4	4	4	20	90	3	2	3	3	3	90
91	4	5	5	5	5	24	91	5	5	5	5	5	91
92	4	5	5	5	5	24	92	5	4	4	5	5	92
93	4	3	3	4	4	18	93	3	2	3	3	2	93
94	5	5	5	5	5	25	94	4	4	3	4	4	94
95	5	5	5	5	5	25	95	4	4	3	4	4	95
96	4	4	4	5	5	22	96	5	5	4	5	5	96
97	4	4	4	4	5	21	97	4	4	4	4	4	97

No. Res	X2					TOTAL X2	No. Res	X3					TOTAL X3
	1	2	3	4	5			1	2	3	4	5	
1	4	4	3	4	4	19	1	2	2	3	2	2	1
2	3	3	3	3	4	16	2	4	3	4	3	3	2
3	3	4	3	3	3	16	3	4	5	4	4	4	3
4	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	3	4	5
6	4	4	4	4	4	20	6	4	3	4	4	4	6
7	5	5	5	5	5	25	7	3	3	4	3	3	7
8	4	4	4	4	4	20	8	3	3	3	2	2	8
9	4	5	4	5	5	23	9	3	3	3	3	3	9
10	3	4	3	3	3	16	10	4	4	4	4	4	10
11	4	3	3	3	3	16	11	4	3	3	4	3	11
12	5	4	4	4	4	21	12	5	4	5	5	4	12
13	5	5	5	5	5	25	13	5	5	5	5	5	13
14	4	4	4	4	4	20	14	3	4	4	4	3	14
15	4	4	4	4	3	19	15	5	4	5	4	5	15
16	3	3	3	3	3	15	16	3	3	3	3	3	16
17	4	5	5	5	5	24	17	3	3	3	3	3	17
18	4	4	4	4	3	19	18	3	3	2	3	2	18
19	3	3	3	3	3	15	19	5	5	5	4	5	19
20	3	3	3	3	3	15	20	4	5	5	5	4	20
21	3	3	3	3	3	15	21	4	3	4	4	3	21
22	3	3	3	3	3	15	22	3	3	3	4	4	22
23	4	4	4	4	4	20	23	4	4	4	4	4	23
24	2	3	3	3	3	14	24	3	4	4	4	4	19
25	4	4	4	4	3	19	25	3	3	2	3	3	14

No. Res	X2					TOTAL X2	No. Res	X3					TOTAL X3
	1	2	3	4	5			1	2	3	4	5	
26	4	3	4	4	4	19	26	4	4	4	5	4	21
27	4	4	4	5	4	21	27	4	4	4	4	3	19
28	5	4	5	5	5	24	28	3	3	3	3	3	15
29	3	2	4	4	3	16	29	4	4	3	4	3	18
30	4	4	4	4	4	20	30	5	4	4	4	4	21
31	3	4	3	3	4	17	31	3	3	3	4	3	16
32	5	5	5	5	5	25	32	4	3	4	4	3	18
33	3	3	3	3	3	15	33	2	3	2	3	2	12
34	2	2	3	2	2	11	34	3	3	3	3	3	15
35	5	5	5	5	5	25	35	3	3	3	3	3	15
36	3	3	3	3	3	15	36	3	3	4	3	4	17
37	5	5	5	5	4	24	37	4	4	5	5	4	22
38	4	4	4	4	4	20	38	2	3	3	2	3	13
39	3	3	3	3	3	15	39	4	4	5	4	4	21
40	2	2	2	2	2	10	40	4	4	4	5	4	21
41	5	5	5	5	5	25	41	5	4	5	4	4	22
42	4	4	3	3	3	17	42	4	4	4	5	4	21
43	5	5	4	5	5	24	43	3	4	4	4	4	19
44	5	4	4	5	4	22	44	3	3	3	4	3	16
45	3	4	4	3	3	17	45	4	3	4	3	4	18
46	4	4	4	3	4	19	46	4	4	4	4	4	20
47	5	4	4	5	4	22	47	4	4	4	5	4	21
48	5	4	4	4	4	21	48	3	4	4	4	4	19
49	4	4	3	4	4	19	49	3	4	4	4	4	19
50	4	4	4	4	4	20	50	4	4	4	4	4	20
51	5	4	4	4	4	21	51	4	4	4	3	3	18
52	5	4	4	4	4	21	52	3	3	3	3	3	15
53	4	4	4	4	4	20	53	3	3	3	3	3	15
54	3	3	3	3	3	15	54	3	3	4	4	3	17
55	3	2	3	3	3	14	55	2	2	3	2	3	12
56	3	3	3	3	3	15	56	3	3	3	3	3	15
57	4	4	4	4	4	20	57	3	3	4	3	3	16
58	4	4	4	3	3	18	58	4	3	4	4	3	18
59	5	5	5	5	4	24	59	5	5	5	5	5	25
60	4	4	4	4	4	20	60	4	4	4	4	4	20
61	4	4	4	5	5	22	61	4	4	4	5	4	21
62	5	4	4	5	4	22	62	3	4	4	3	3	17
63	4	4	4	4	4	20	63	4	4	4	5	4	21
64	4	3	4	3	4	18	64	4	4	4	3	4	19
65	5	5	5	5	5	25	65	5	4	4	4	4	21
66	2	3	2	2	2	11	66	2	2	3	2	2	11
67	3	3	3	3	3	15	67	2	2	2	2	2	10

No. Res	X2					TOTAL X2	No. Res	X3					TOTAL X3
	1	2	3	4	5			1	2	3	4	5	
68	4	3	3	4	4	18	68	4	4	4	5	4	21
69	4	4	4	4	4	20	69	3	4	4	4	3	18
70	5	4	5	4	4	22	70	3	3	3	3	3	15
71	4	4	4	4	4	20	71	4	4	4	4	3	19
72	5	4	4	5	4	22	72	4	4	3	4	4	19
73	3	3	4	3	3	16	73	4	4	4	4	4	20
74	2	3	4	3	3	15	74	5	4	4	4	4	21
75	5	5	5	5	5	25	75	4	4	4	5	4	21
76	3	3	3	3	3	15	76	4	4	4	5	4	21
77	5	5	4	5	5	24	77	4	4	4	4	3	19
78	3	3	3	2	3	14	78	4	4	4	4	3	19
79	3	3	4	4	3	17	79	3	4	4	4	3	18
80	4	4	4	4	3	19	80	4	5	5	4	4	22
81	4	4	3	3	4	18	81	4	4	4	4	4	20
82	3	4	3	3	4	17	82	3	3	3	3	3	15
83	5	5	5	5	5	25	83	3	3	3	3	3	15
84	3	3	3	3	2	14	84	3	3	3	3	3	15
85	4	3	3	3	3	16	85	3	3	3	3	3	15
86	4	4	3	4	4	19	86	4	4	4	4	4	20
87	4	3	4	3	4	18	87	4	4	4	4	4	20
88	5	5	4	4	5	23	88	3	3	3	3	3	15
89	4	4	4	4	4	20	89	4	4	5	4	4	21
90	4	4	4	4	4	20	90	4	4	4	4	4	20
91	3	4	3	3	3	16	91	3	3	3	4	3	16
92	3	3	3	3	3	15	92	3	3	3	3	3	15
93	3	3	3	3	3	15	93	3	3	3	3	3	15
94	5	5	5	5	5	25	94	4	5	4	5	5	23
95	5	4	4	4	5	22	95	4	4	4	4	4	20
96	3	3	3	3	3	15	96	2	2	2	2	2	10
97	4	4	4	4	4	20	97	3	4	3	3	3	16

No. Res	X4					TOTAL X4	No. Res	Z					TOTAL Z
	1	2	3	4	5			1	2	3	4	5	
1	5	5	5	5	4	24	1	4	4	4	4	4	20
2	4	4	4	4	4	20	2	4	4	4	4	4	20
3	4	4	4	5	4	21	3	4	5	5	4	5	23
4	3	3	3	3	3	15	4	2	3	2	3	3	13
5	2	3	3	3	2	13	5	3	3	3	3	3	15
6	3	4	3	3	3	16	6	4	4	5	4	5	22
7	5	5	5	5	4	24	7	5	4	5	5	5	24
8	5	5	5	5	5	25	8	4	4	4	4	4	20

No. Res	X4					TOTAL X4	No. Res	Z					TOTAL Z
	1	2	3	4	5			1	2	3	4	5	
9	4	5	4	4	4	21	9	4	4	4	5	4	21
10	5	5	4	5	4	23	10	4	4	4	4	4	20
11	5	5	5	4	4	23	11	4	4	4	4	4	20
12	3	3	3	3	3	15	12	4	4	4	4	4	20
13	5	4	4	5	4	22	13	5	5	5	5	4	24
14	4	4	4	4	4	20	14	4	3	4	3	3	17
15	3	4	3	3	3	16	15	4	4	4	4	3	19
16	3	3	2	2	3	13	16	3	3	3	3	3	15
17	4	3	4	4	4	19	17	5	5	5	5	4	24
18	3	3	3	3	3	15	18	4	3	3	3	3	16
19	4	3	4	4	4	19	19	5	4	5	5	5	24
20	4	4	3	4	3	18	20	5	5	4	5	5	24
21	4	4	4	4	4	20	21	4	4	4	4	3	19
22	3	3	3	4	3	16	22	3	3	3	3	3	15
23	2	2	2	2	2	10	23	3	3	3	3	3	15
24	5	4	5	5	5	24	24	3	3	4	3	4	17
25	3	3	3	3	3	15	25	4	4	5	5	4	22
26	3	4	3	3	3	16	26	4	3	3	3	4	17
27	4	4	4	4	3	19	27	5	5	5	5	5	25
28	2	2	2	2	2	10	28	4	3	3	4	3	17
29	5	5	5	5	4	24	29	4	4	4	4	4	20
30	4	4	4	5	4	21	30	5	4	5	4	4	22
31	5	4	5	4	5	23	31	4	5	4	5	4	22
32	5	5	5	5	5	25	32	5	5	5	5	5	25
33	3	3	3	4	3	16	33	3	2	2	2	3	12
34	4	5	5	5	5	24	34	5	4	5	5	5	24
35	1	2	2	2	2	9	35	4	4	4	4	4	20
36	4	3	4	4	4	19	36	4	3	3	3	3	16
37	4	4	4	4	4	20	37	5	5	5	4	4	23
38	4	4	3	3	4	18	38	3	3	4	3	3	16
39	2	2	2	3	3	12	39	3	3	3	3	4	16
40	4	5	5	4	4	22	40	3	3	3	3	3	15
41	3	3	3	3	3	15	41	5	5	5	5	5	25
42	4	4	4	4	4	20	42	5	5	5	5	5	25
43	4	4	4	4	3	19	43	5	5	5	5	5	25
44	3	2	2	2	2	11	44	4	4	4	4	3	19
45	5	5	5	5	5	25	45	4	4	4	4	4	20
46	3	3	3	3	3	15	46	5	4	4	4	5	22

No. Res	X4					TOTAL X4	No. Res	Z					TOTAL Z
	1	2	3	4	5			1	2	3	4	5	
47	4	3	4	4	3	18	47	5	5	5	5	5	25
48	4	3	4	3	4	18	48	3	3	3	3	3	15
49	2	2	3	3	3	13	49	4	4	4	4	3	19
50	3	4	4	4	3	18	50	3	3	3	3	3	15
51	4	4	4	3	4	19	51	4	3	4	4	3	18
52	4	5	4	4	4	21	52	3	3	4	3	2	15
53	4	4	4	5	4	21	53	5	4	5	5	5	24
54	4	4	4	4	4	20	54	4	4	4	4	4	20
55	3	3	3	3	2	14	55	3	3	2	3	3	14
56	4	3	3	3	3	16	56	4	3	3	3	3	16
57	4	3	3	3	3	16	57	3	3	3	3	3	15
58	5	4	4	5	4	22	58	4	4	4	4	4	20
59	2	3	3	2	3	13	59	4	5	5	5	5	24
60	5	5	5	5	5	25	60	4	4	5	5	4	22
61	3	3	3	3	3	15	61	4	5	5	5	5	24
62	3	2	3	3	3	14	62	3	4	4	3	4	18
63	4	4	3	4	4	19	63	4	4	3	4	4	19
64	3	3	3	3	3	15	64	3	4	3	4	3	17
65	2	2	2	3	3	12	65	4	4	4	4	4	20
66	4	4	4	4	4	20	66	3	3	3	3	3	15
67	3	3	3	3	3	15	67	4	3	3	3	3	16
68	5	5	5	5	5	25	68	4	3	4	4	4	19
69	3	3	3	3	3	15	69	4	3	3	4	4	18
70	5	4	5	4	4	22	70	4	4	4	4	4	20
71	2	3	3	2	3	13	71	4	4	3	3	4	18
72	4	4	4	4	3	19	72	4	4	4	5	4	21
73	3	3	3	4	3	16	73	5	5	5	5	5	25
74	4	4	3	4	3	18	74	5	5	5	4	4	23
75	4	4	4	5	4	21	75	5	5	5	5	4	24
76	5	5	5	4	5	24	76	4	3	4	4	3	18
77	2	3	2	2	2	11	77	4	4	4	4	4	20
78	4	4	4	4	4	20	78	4	4	4	4	5	21
79	3	3	4	3	3	16	79	4	4	4	3	3	18
80	3	3	3	3	3	15	80	3	3	3	2	2	13
81	3	3	3	3	3	15	81	3	3	3	3	3	15
82	3	3	4	4	4	18	82	4	4	4	4	4	20
83	4	4	4	4	3	19	83	5	4	5	5	5	24
84	4	3	4	4	3	18	84	3	3	3	4	4	17

No. Res	X4					TOTAL X4	No. Res	Z					TOTAL Z
	1	2	3	4	5			1	2	3	4	5	
85	2	1	1	1	1	6	85	3	3	4	3	4	17
86	4	5	4	4	4	21	86	4	4	5	5	4	22
87	4	4	3	3	3	17	87	5	4	5	5	5	24
88	4	5	5	5	5	24	88	3	3	3	4	3	16
89	5	5	5	4	5	24	89	5	5	5	5	5	25
90	3	3	3	3	3	15	90	3	3	3	3	3	15
91	4	4	4	4	4	20	91	4	4	3	3	4	18
92	4	4	4	4	4	20	92	4	4	5	5	4	22
93	4	3	3	3	3	16	93	3	3	3	2	2	13
94	3	4	4	4	3	18	94	4	5	4	4	4	21
95	4	4	5	5	4	22	95	4	4	4	4	4	20
96	4	3	4	4	4	19	96	4	4	4	4	4	20
97	3	4	3	3	4	17	97	3	3	4	3	3	16

Lampiran 7 Hasil Uji Validitas

a. Minat Investasi (Y)

		Correlations					
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	MINAT INVESTASI
Y1	Pearson Correlation	1	.678**	.612**	.645**	.603**	.839**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97
Y2	Pearson Correlation	.678**	1	.715**	.635**	.684**	.874**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97
Y3	Pearson Correlation	.612**	.715**	1	.665**	.669**	.863**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97
Y4	Pearson Correlation	.645**	.635**	.665**	1	.683**	.843**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97
Y5	Pearson Correlation	.603**	.684**	.669**	.683**	1	.843**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	97	97	97	97	97	97
MINAT INVESTASI	Pearson Correlation	.839**	.874**	.863**	.843**	.843**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	97	97	97	97	97	97

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

b. Literasi Keuangan (X1)

		Correlations					LITERASI KEUANGAN
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	
X1.1	Pearson Correlation	1	.813**	.818**	.785**	.830**	.923**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97
X1.2	Pearson Correlation	.813**	1	.817**	.820**	.798**	.925**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97
X1.3	Pearson Correlation	.818**	.817**	1	.783**	.801**	.914**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97
X1.4	Pearson Correlation	.785**	.820**	.783**	1	.805**	.912**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97
X1.5	Pearson Correlation	.830**	.798**	.801**	.805**	1	.924**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	97	97	97	97	97	97
LITERASI KEUANGAN	Pearson Correlation	.923**	.925**	.914**	.912**	.924**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	97	97	97	97	97	97

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

c. Pengetahuan Investasi (X2)

		Correlations					PENGETAHUAN INVESTASI
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	
X2.1	Pearson Correlation	1	.775**	.767**	.833**	.796**	.922**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97
X2.2	Pearson Correlation	.775**	1	.730**	.779**	.790**	.895**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97
X2.3	Pearson Correlation	.767**	.730**	1	.817**	.734**	.885**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97
X2.4	Pearson Correlation	.833**	.779**	.817**	1	.810**	.935**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97
X2.5	Pearson Correlation	.796**	.790**	.734**	.810**	1	.909**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	97	97	97	97	97	97
PENGETAHUAN INVESTASI	Pearson Correlation	.922**	.895**	.885**	.935**	.909**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	97	97	97	97	97	97

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

d. Toleransi Risiko (X3)

		Correlations					TOLERANSI RISIKO
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	
X3.1	Pearson Correlation	1	.732**	.748**	.708**	.750**	.890**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97
X3.2	Pearson Correlation	.732**	1	.743**	.742**	.773**	.897**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97
X3.3	Pearson Correlation	.748**	.743**	1	.661**	.752**	.879**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97
X3.4	Pearson Correlation	.708**	.742**	.661**	1	.714**	.870**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97
X3.5	Pearson Correlation	.750**	.773**	.752**	.714**	1	.897**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	97	97	97	97	97	97
TOLERANSI RISIKO	Pearson Correlation	.890**	.897**	.879**	.870**	.897**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	97	97	97	97	97	97

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

e. Pengaruh Media Sosial (X4)

		Correlations					PENGARUH MEDIA SOSIAL
		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	
X4.1	Pearson Correlation	1	.785**	.834**	.798**	.794**	.919**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97
X4.2	Pearson Correlation	.785**	1	.813**	.753**	.768**	.899**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97
X4.3	Pearson Correlation	.834**	.813**	1	.840**	.850**	.946**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97
X4.4	Pearson Correlation	.798**	.753**	.840**	1	.778**	.910**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97
X4.5	Pearson Correlation	.794**	.768**	.850**	.778**	1	.910**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	97	97	97	97	97	97
PENGARUH MEDIA SOSIAL	Pearson Correlation	.919**	.899**	.946**	.910**	.910**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	97	97	97	97	97	97

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

f. Sentimen IHSG (Z)

		Correlations					SENTIMEN IHSG
		Z1	Z2	Z3	Z4	Z5	
Z1	Pearson Correlation	1	.747**	.769**	.763**	.720**	.889**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97
Z2	Pearson Correlation	.747**	1	.768**	.773**	.716**	.892**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97
Z3	Pearson Correlation	.769**	.768**	1	.799**	.706**	.906**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97
Z4	Pearson Correlation	.763**	.773**	.799**	1	.757**	.917**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97
Z5	Pearson Correlation	.720**	.716**	.706**	.757**	1	.872**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	97	97	97	97	97	97
SENTIMEN IHSG	Pearson Correlation	.889**	.892**	.906**	.917**	.872**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	97	97	97	97	97	97

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 8 Hasil Uji Reliabilitas

a. Minat Investasi (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.904	5

b. Literasi Keuangan (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.954	5

c. Pengetahuan Investasi (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.947	5

d. Toleransi Risiko (X3)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.930	5

e. Pengaruh Media Sosial (X4)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.952	5

f. Sentimen IHSG (Z)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.937	5

Lampiran 9 Hasil Uji Normalitas

Model 1

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardiz ed Residual
N		97
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.21452836
Most Extreme Differences	Absolute	.061
	Positive	.049
	Negative	-.061
Test Statistic		.061
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Model 2

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardiz ed Residual
N		97
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.08260239
Most Extreme Differences	Absolute	.076
	Positive	.045
	Negative	-.076
Test Statistic		.076
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Lampiran 10 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.622	1.195		5.541	.000		
	LITERASI KEUANGAN	.207	.036	.354	5.712	.000	.782	1.278
	PENGETAHUAN INVESTASI	.090	.039	.140	2.269	.026	.788	1.270
	TOLERANSI RESIKO	.182	.041	.259	4.390	.000	.864	1.157
	PENGARUH MEDIA SOSIAL	.130	.034	.231	3.779	.000	.802	1.247
	SENTIMEN IHSG	.252	.049	.384	5.168	.000	.545	1.836

a. Dependent Variable: MINAT INVESTASI

Lampiran 11 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model 1

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.917	.713		1.286	.202
	LITERASI KEUANGAN	-.022	.022	-.120	-1.037	.302
	PENGETAHUAN INVESTASI	.027	.024	.132	1.144	.256
	TOLERANSI RESIKO	-.009	.025	-.041	-.373	.710
	PENGARUH MEDIA SOSIAL	.022	.021	.125	1.092	.278
	SENTIMEN IHSG	-.015	.029	-.072	-.517	.606

a. Dependent Variable: ABSRES1

Model 2

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.586	3.622		-.162	.872
	LITERASI KEUANGAN	-.008	.102	-.044	-.075	.940
	PENGETAHUAN INVESTASI	.213	.114	1.104	1.873	.064
	TOLERANSI RESIKO	-.095	.122	-.446	-.774	.441
	PENGARUH MEDIA SOSIAL	-.012	.118	-.070	-.101	.920
	SENTIMEN IHSG	.127	.185	.638	.686	.494
	X1M	-.002	.005	-.339	-.373	.710
	X2M	-.011	.005	-1.732	-1.936	.056
	X3M	.003	.006	.479	.508	.613
	X4M	.001	.006	.244	.240	.811

a. Dependent Variable: ABSRES2

Lampiran 12 Hasil Uji Regresi

Model Regresi 1

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	6.622	1.195		.000
	LITERASI KEUANGAN	.207	.036	.354	.000
	PENGETAHUAN INVESTASI	.090	.039	.140	.026
	TOLERANSI RESIKO	.182	.041	.259	.000
	PENGARUH MEDIA SOSIAL	.130	.034	.231	.000
	SENTIMEN IHSG	.252	.049	.384	.000

a. Dependent Variable: MINAT INVESTASI

Model Regresi 2

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	-20.645	6.187		.001
	LITERASI KEUANGAN	.686	.175	1.176	.000
	PENGETAHUAN INVESTASI	.209	.194	.326	.286
	TOLERANSI RESIKO	.653	.209	.929	.002
	PENGARUH MEDIA SOSIAL	.585	.202	1.040	.005
	SENTIMEN IHSG	1.652	.315	2.515	.000
	X1M	-.024	.009	-1.245	.009
	X2M	-.006	.009	-.294	.527
	X3M	-.024	.011	-1.073	.030
	X4M	-.024	.010	-1.198	.025

a. Dependent Variable: MINAT INVESTASI

Lampiran 13 Hasil Uji Kelayakan Model (Uji F)

Model 1

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	376.310	5	75.262	48.365	.000 ^b
	Residual	141.608	91	1.556		
	Total	517.918	96			

a. Dependent Variable: MINAT INVESTASI

b. Predictors: (Constant), SENTIMEN IHSG, PENGARUH MEDIA SOSIAL, TOLERANSI RESIKO, PENGETAHUAN INVESTASI, LITERASI KEUANGAN

Model 2

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	405.403	9	45.045	34.830	.000 ^b
	Residual	112.515	87	1.293		
	Total	517.918	96			

a. Dependent Variable: MINAT INVESTASI

b. Predictors: (Constant), X4M, PENGETAHUAN INVESTASI, TOLERANSI RESIKO, LITERASI KEUANGAN, SENTIMEN IHSG, PENGARUH MEDIA SOSIAL, X2M, X1M, X3M

Lampiran 14 Hasil Uji Hipotesis (Uji t)

Model 1

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.622	1.195		5.541	.000
	LITERASI KEUANGAN	.207	.036	.354	5.712	.000
	PENGETAHUAN INVESTASI	.090	.039	.140	2.269	.026
	TOLERANSI RESIKO	.182	.041	.259	4.390	.000
	PENGARUH MEDIA SOSIAL	.130	.034	.231	3.779	.000
	SENTIMEN IHSG	.252	.049	.384	5.168	.000

a. Dependent Variable: MINAT INVESTASI

Model 2

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-20.645	6.187		-3.337	.001
	LITERASI KEUANGAN	.686	.175	1.176	3.932	.000
	PENGETAHUAN INVESTASI	.209	.194	.326	1.073	.286
	TOLERANSI RESIKO	.653	.209	.929	3.127	.002
	PENGARUH MEDIA SOSIAL	.585	.202	1.040	2.900	.005
	SENTIMEN IHSG	1.652	.315	2.515	5.237	.000
	X1M	-.024	.009	-1.245	-2.653	.009
	X2M	-.006	.009	-.294	-.636	.527
	X3M	-.024	.011	-1.073	-2.209	.030
	X4M	-.024	.010	-1.198	-2.285	.025

a. Dependent Variable: MINAT INVESTASI

Lampiran 15 Hasil Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R2*)

Model 1

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.852 ^a	.727	.712	1.24745	2.235

a. Predictors: (Constant), SENTIMEN IHSG, PENGARUH MEDIA SOSIAL, TOLERANSI RESIKO, PENGETAHUAN INVESTASI, LITERASI KEUANGAN

b. Dependent Variable: MINAT INVESTASI

Model 2

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.885 ^a	.783	.760	1.13722	2.125

a. Predictors: (Constant), X4M, PENGETAHUAN INVESTASI, TOLERANSI RESIKO, LITERASI KEUANGAN, SENTIMEN IHSG, PENGARUH MEDIA SOSIAL, X2M, X1M, X3M

b. Dependent Variable: MINAT INVESTASI