

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA* , *FINANCIAL LITERACY*
DAN *QUALITY OF INFORMATION* TERHADAP
MINAT MAHASISWA BERINVESTASI
DI PASAR MODAL
(Studi Kasus Mahasiswa Anggota KSPM Universitas Jambi)**



**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana (S1) Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Batanghari Jambi**

OLEH

**Nama : Rabia Surya Mauna Mutiqum
Nim : 2100861201219
Konsentrasi : Manajemen Keuangan**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS BATANGHARI JAMBI
TAHUN 2025**

TANDA PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Dengan ini komisi Pembimbing Skripsi dan Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari Jambi menyatakan bahwa skripsi yang disusun oleh :

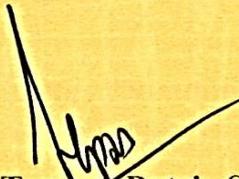
Nama : Rabia Surya Mauna Mutiqum
NIM : 2100861201219
Program Studi : Ekonomi Manajemen
Judul : Pengaruh *Social Media, Financial Literacy, Quality of Information* terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi di Pasar Modal (Studi Kasus pada Mahasiswa Anggota KSPM Universitas Jambi)

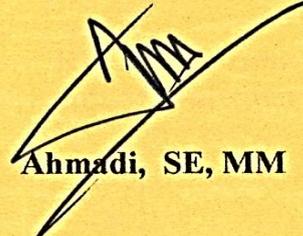
Telah disetujui dan disahkan sesuai dengan prosedur, ketentuan dan kelaziman yang berlaku dalam penulisan skripsi di Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari Jambi yang selanjutnya layak dilaksanakan sidang skripsi.

Jambi, Maret 2025

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II


Dr. Hana Tamara Putri, SE, MM


Ahmadi, SE, MM

Mengetahui
Ketua Program Studi Manajemen


Dr. Hana Tamara Putri, SE, MM

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

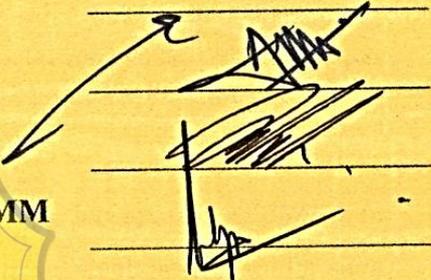
Skripsi ini dipertahankan di depan tim penguji Ujian Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari Jambi pada:

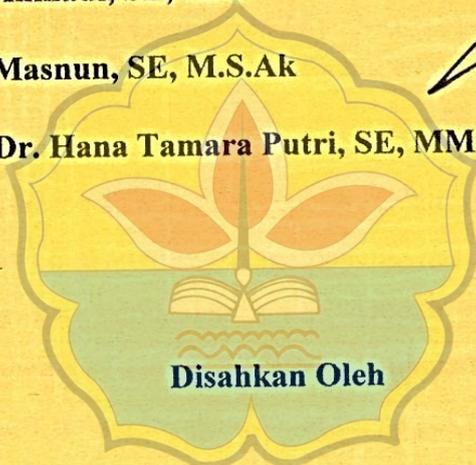
Hari : Jum'at, 07 Maret 2025

Jam : 13.00 – 15.00 WIB

Tempat : Ruang Sidang I Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari Jambi

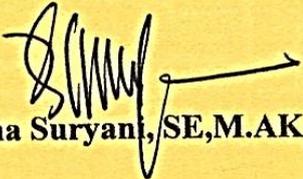
PANITIA PENGUJI

JABATAN	NAMA	TANDA TANGAN
Ketua	: R. Adisetiawan, SE, MM	
Sekretaris	: Ahmadi, SE, MM	
Penguji Utama	: Masnun, SE, M.S.Ak	
Anggota	: Dr. Hana Tamara Putri, SE, MM	



Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Batanghari

Ketua Program
Studi Manajemen


Prof. Dr. Hj. Arna Suryani, SE, M.AK, AK, CA, CMA.


Dr. Hana Tamara Putri, S.E., MM.

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Rabia Surya Mauna Mutiqum
NIM : 2100861201219
Program Studi : Ekonomi Manajemen
Dosen Pembimbing : Dr. Hana Tamara Putri, SE, MM dan
Ahmadi, SE, MM
Judul Skripsi : Pengaruh *Social Media, Financial Literacy*
dan *Quality of Information* terhadap Minat
Mahasiswa Berinvestasi di Pasar Modal (Studi
Kasus pada Mahasiswa Anggota KSPM
Universitas Jambi)

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulisan Skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri, bahwa data-data yang saya cantumkan pada skripsi ini adalah benar bukan hasil rekayasa, bahwa skripsi ini adalah karya orisinil bukan hasil pihak lain. Jika terdapat karya atau pemikiran orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini dan sanksi lain sesuai dengan peraturan yang berlaku di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari. Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Jambi, Maret 2025
Yang membuat pernyataan,



Rabia Surya Mauna Mutiqum
NIM 2100861201219

MOTTO

It will pass, everthing you've gone through it will pass

-Rachel Vennya

A good thesis is a finished thesis
Submit, graduate, celebrate

LEMBAR PERSEMBAHAN

Alhamdulillah Rabbil Aalamin, sujud serta syukur kepada Allah SWT. Terimakasih atas karunia-Mu yang telah memberi kemudahan dan kelancaran sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Skripsi ini saya persembahkan untuk diri saya sendiri, terimakasih sudah bertahan sejauh ini dan merayakan dirimu sendiri sampai di titik ini, walau seringkali merasa tertinggal atas segala pencapaian. Berbahagialah selalu dimanapun kamu berada.

Skripsi, gelar, ilmu, yang telah saya dapatkan saya persembahkan kepada orang tua tercinta yaitu bapak Edi Suriadi dan Ibu Yenni Setiawati terimakasih atas setiap tetes keringat dalam setiap langkah pengorbanan dan kerja keras yang dilakukan untuk memberikan yang terbaik kepada saya, mengusahakan segala kebutuhan saya, mendidik dan membimbing, dan selalu memberikan kasih sayang yang tulus, motivasi serta dukungan dan mendoakan saya dalam keadaan apapun agar saya mampu bertahan untuk melangkah setapak demi setapak dalam meraih mimpi dimasa depan.

ABSTRACT

RABIA SURYA MAUNA MUTIQUM / 2100861201219 / FACULTY ECONOMIC OF MANAGEMENT / THE IMPACT OF SOCIAL MEDIA, FINANCIAL LITERACY, AND INFORMATION QUALITY ON STUDENTS' INVESTMENT INTEREST IN THE CAPITAL MARKET (A CASE STUDY ON KSPM MEMBERS AT JAMBI UNIVERSITY) / 1st ADVISOR DR. HANA TAMARA PUTRI, SE, MM AND 2nd ADVISOR AHMADI, SE, MM

This study aims to analyze, first, the simultaneous and partial effects of social media, financial literacy, and quality of information on students' investment interest in the capital market.

The research method used is descriptive and quantitative analysis. The data used is primary data. The population in this study consists of students at Jambi University. The analytical methods applied include simple regression analysis, hypothesis testing, correlation, determination coefficient, and t-test.

Jambi University is one of the public universities in Jambi Province. It is the oldest public university, established in March 1963, and currently has nine faculties and ninety-two study programs.

The results show that the independent variables (social media, financial literacy, and quality of information) have a significant and simultaneous effect on the dependent variable (investment interest). This is evidenced by the Fcount value being greater than the Ftable value and a significance value of > 0.005 . The simple linear regression equation obtained is: $Y = 8.027 + 0.237 X_1 + 0.421 X_2 + 0.100 X_3$. Furthermore, the independent variables can explain 89.3% of the influence on the dependent variable, with a determination coefficient (R^2) of 0.893.

In conclusion, social media, financial literacy, and quality of information significantly influence investment interest.

KATA PENGANTAR

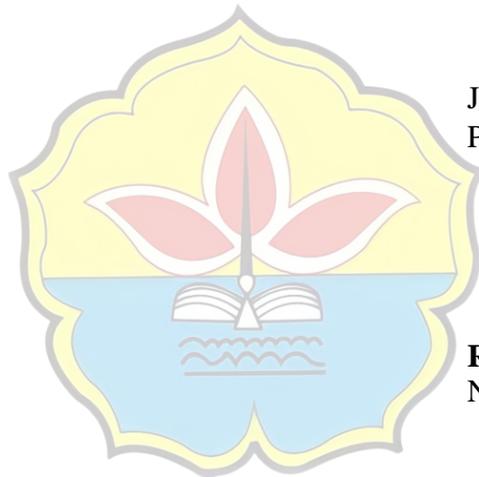
Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah swt karena atas berkat rahmat dan hidayah-Nya lah penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul :
“**Pengaruh *Social Media*, *Financial Literacy* dan *Quality of Information* terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi Saham di Pasar Modal (Studi Kasus pada Mahasiswa Anggota KSPM Universitas Jambi)**” Skripsi ini dibuat dan diajukan untuk melengkapi sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Batanghari Jambi. Selama menyelesaikan skripsi ini penulis banyak menerima masukan, saran, bimbingan dan saran. Penulis juga mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada yang terhormat :

1. Ibu Afdalisma, SH., M.pd selaku Pjs Rektor Universitas Batanghari Jambi.
2. Ibu Prof Dr. Hj. Arna Suryani, SE, M.Ak, Ak, CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari Jambi.
3. Ibu Dr. Hana Tamara Putri, SE, MM selaku selaku ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari Jambi dan juga sebagai Dosen Pembimbing I yang telah memberikan masukan dan saran selama proses penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Ahmadi, SE, MM, selaku Dosen Pembimbing 2 yang berkenan dengan sabar dan ikhlas memberikan bimbingan dan arahan dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Seluruh staf pengajar (Dosen) Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari Jambi yang telah memberikan ilmu kepada saya selama masa perkuliahan, semoga ilmu yang diberikan dapat saya amalkan dan dapat berguna bagi dunia dan akhirat.

6. Para staf karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari Jambi yang telah banyak membantu penulis selama menuntut ilmu di lingkungan Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari Jambi.

7. Mama, bapak, kakak dan une yang selalu memberikan doa, dukungan, kasih sayang, serta semangat yang tiada henti dalam proses penyusunan skripsi ini.

Penulis pun menyadari bahwa penulis tidak terlepas dari kekurangan dan keterbatasan. Begitupun dalam penyusunan skripsi, dengan kerendahan hati penulis menantikan adanya masukan, baik berupa saran maupun kritik yang dapat bersifat membangun guna penyusunan laporan-laporan yang akan datang.



Jambi, Maret 2025
Penulis,

Rabia Surya Mauna
NIM 2100861201219

DAFTAR ISI

COVER	i
TANDA PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
MOTTO	v
LEMBAR PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	18
1.3. Rumusan Masalah.....	19
1.4. Tujuan Penelitian	20
1.5 Manfaat Penelitian	20
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN METODE PENELITIAN	21
2.1. `Tinjauan Pustaka.....	21
2.1.2. Manajemen Keuangan	23
2.1.3. <i>Social Media</i>	25
2.1.5. <i>Financial literacy</i>	29
2.1.6. Minat Investasi.....	32
2.1.7. Pasar Modal	34
2.1.8. Hubungan Antar Variabel	35
1. Pengaruh <i>Social media</i> terhadap Minat Investasi	35
2. Pengaruh Kualitas Informasi terhadap Minat Investasi	36
3. Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Minat Investasi.....	36
2.1.9. Penelitian Terdahulu	37

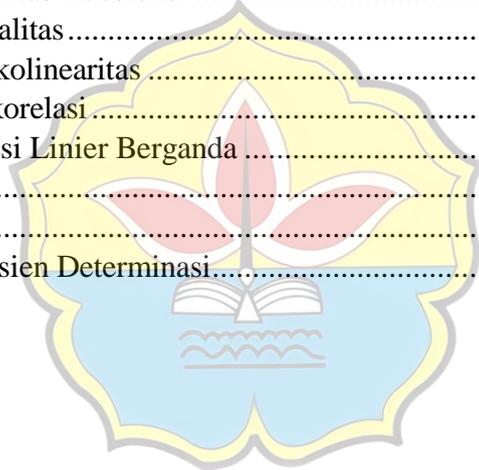
2.1.10. Kerangka Pemikiran.....	39
2.1.11. Hipotesis	40
2.2. Metode Penelitian	41
2.2.1. Metode Penelitian yang Digunakan	41
2.2.2. Jenis dan Sumber Data.....	41
1. Jenis Data.....	41
2. Sumber Data	41
2.2.3. Metode Pengumpulan Data.....	42
2.2.4. Populasi dan Sampel.....	43
2.2.5. Uji Instrumen Data.....	45
2.2.6. Alat Analisis Data	46
BAB III GAMBARAN UMUM.....	52
3.1. Tentang Kelompok Studi Pasar Modal Universitas Jambi.....	52
3.1.1 Pengenalan KSPM UNJA	52
3.1.2. Program Unggulan KSPM Universitas Jambi	53
3.2. Devisi KSPM Universitas Jambi.....	54
3.3. Gambaran Mahasiswa KSPM Universitas Jambi	56
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	59
4.1 Hasil Penelitian uji validitas	59
4.1.1 Uji Instrumen Data.....	59
4.1.2 Uji Asumsi Klasik.....	63
4.1.3 Uji Regresi Linier Berganda	66
4.1.4 Uji Hipotesis	68
4.2 Pembahasan.....	71
4.2.1 Pengaruh Social media, financial literacy dan quality of information secara simultan terhadap minat investasi.....	71
4.2.2 Pengaruh <i>social media</i> Secara Parsial terhadap minat investasi ..	72
4.2.3 Pengaruh <i>financial literacy</i> Secara Parsial Terhadap Minat Investasi	74
4.2.4 Pengaruh <i>quality of information</i> Secara Parsial Terhadap Minat Investasi	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	78
5.1 Kesimpulan	78

5.2 Kesimpulan	79
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN.....	86



DAFTAR TABEL

No. Tabel	Keterangan	Halaman
1.1	Jumlah Anggota KSPM Universitas Jambi Tahun 2024	7
1.2	Observasi Awal mengenai Minat Investasi	8
1.3	Observasi Awal Mengenai <i>Social Media</i> terhadap Minat Investasi	9
1.4	Observasi Awal Mengenai <i>Financial literacy</i> terhadap Minat Investasi.....	12
1.5	Observasi Awal Mengenai <i>quality of information</i> terhadap Minat Investasi	14
2.1	Penelitian Terdahulu.....	37
2.2	Skala Likert Pendapat Responden.....	43
2.3	Tabel Operasional Variabel.....	50
3.1	Deskripsi Berdasarkan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
3.2	Deskripsi Responden berdasarkan Prodi.....	57
3.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Angkatan	58
4.1	Hasil Uji Validitas Kuesioner.....	59
4.2	Hasil Uji Reabilitas Kuesioner	62
4.3	Hasil Uji Normalitas	63
4.4	Hasil Uji Multikolinearitas	64
4.5	Hasil Uji Autokorelasi	66
4.6	Hasil Uji Regresi Linier Berganda	66
4.7	Hasil Uji F	68
4.8	Hasil Uji t	69
4.9	Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	70



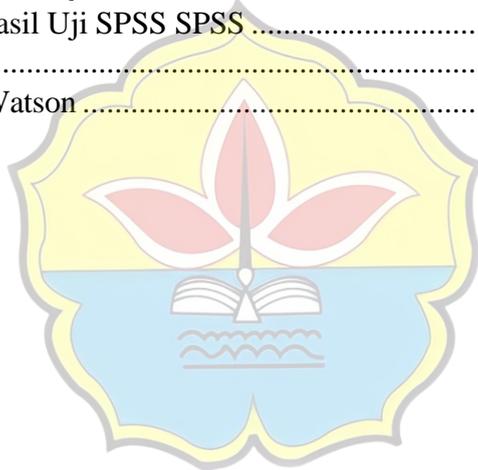
DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Keterangan	Halaman
1.1	Pertumbuhan SID (<i>Single Investor Identification</i>)	4
1.2	Perkembangan Sektor Pasar Modal di Provinsi Jambi	5
1.3	Indeks Literasi keuangan dan Inklusi Keuangan	11
2.1	Kerangka Pemikiran	40
3.1	Struktur Organisasi	54
4.1	Hasil Uji Heteroskedastisitas	65



DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran	Keterangan	Halaman
1.	Kuesioner Penelitian.....	89
2.	Data Responden.....	94
3.	Tabulasi Data Variabel <i>Social Media</i> (X1)	97
4.	Tabulasi variable <i>Financial Literacy</i> (X2).....	100
5.	Tabulasi Data Variabel <i>Quality Of Information</i> (X3).....	103
6.	Tabulasi Data Variabel Minat Investasi (Y).....	106
7.	Data MSI Variabel <i>Social Media</i> (X1)	109
8.	Data MSI Variabel <i>Financial Literacy</i> (X2).....	112
9.	Data MSI Variabel <i>Quality of Information</i> (X3)	115
10.	Data MSI Variabel Minat Investasi (Y)	118
11.	Hasil Output Hasil Uji SPSS Validitas	121
12.	Hasil Output Hasil Uji SPSS Reabilitas	129
13.	Hasil Output Hasil Uji SPSS Asumsi Klasik	130
14.	Hasil Output Hasil Uji SPSS SPSS	132
15.	Tabel r	134
16.	Tabel Durbin Watson	135



BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Beberapa tahun terakhir, kesadaran masyarakat Indonesia terhadap pentingnya investasi mengalami peningkatan yang signifikan. Hal ini didorong oleh pemahaman bahwa investasi tidak hanya menjadi langkah untuk mengembangkan kekayaan, tetapi juga sebagai bentuk pengelolaan keuangan yang lebih cerdas (Nurlaily, 2020).

Berinvestasi juga dianggap sebagai langkah strategis untuk mencapai stabilitas keuangan di tengah ketidakpastian ekonomi global dan dinamika pasar domestik (Tandelilin, 2017). Selain itu, investasi memberikan peluang untuk mengamankan aset sekaligus memperoleh penghasilan tambahan melalui hasil investasi yang optimal. Oleh karena itu, penting bagi individu untuk memiliki perencanaan investasi yang baik sebagai bagian dari pengelolaan keuangan pribadi.

Secara umum, investasi dapat dikategorikan ke dalam beberapa jenis berdasarkan bentuk aset dan tujuannya. Jenis-jenis investasi dalam perekonomian dapat dibedakan menjadi investasi real dan investasi finansial. Investasi real adalah investasi yang dilakukan pada aset berwujud, seperti properti, bisnis, atau emas. Menurut Tandelilin (2010), investasi real berhubungan dengan keputusan untuk mengalokasikan dana pada aset-aset yang bersifat produktif dan nyata guna memperoleh keuntungan di masa depan.

Sementara itu, investasi finansial melibatkan instrumen seperti obligasi, deposito, reksa dana, dan saham yang diperdagangkan di pasar keuangan. Salah satu bentuk investasi finansial yang semakin diminati adalah investasi saham di pasar modal. Saham adalah bukti kepemilikan suatu perusahaan yang memberikan hak kepada pemegangnya untuk memperoleh keuntungan dalam bentuk dividen atau *capital gain*. Salah satu bentuk investasi finansial yang paling diminati adalah investasi saham pada pasar modal.

Saham adalah bukti kepemilikan suatu perusahaan yang memberikan hak kepada pemegangnya untuk memperoleh keuntungan dalam bentuk dividen atau *capital gain*. Saham menjadi instrumen investasi yang populer karena memiliki potensi keuntungan yang besar dibandingkan instrumen finansial lainnya. Menurut Jogyanto (2018), investasi saham merupakan aktivitas yang dilakukan oleh investor dengan harapan mendapatkan *return* yang optimal dengan mempertimbangkan risiko yang ada. Pasar modal menjadi tempat utama bagi investor untuk membeli dan menjual saham, yang mencerminkan kondisi ekonomi suatu negara.

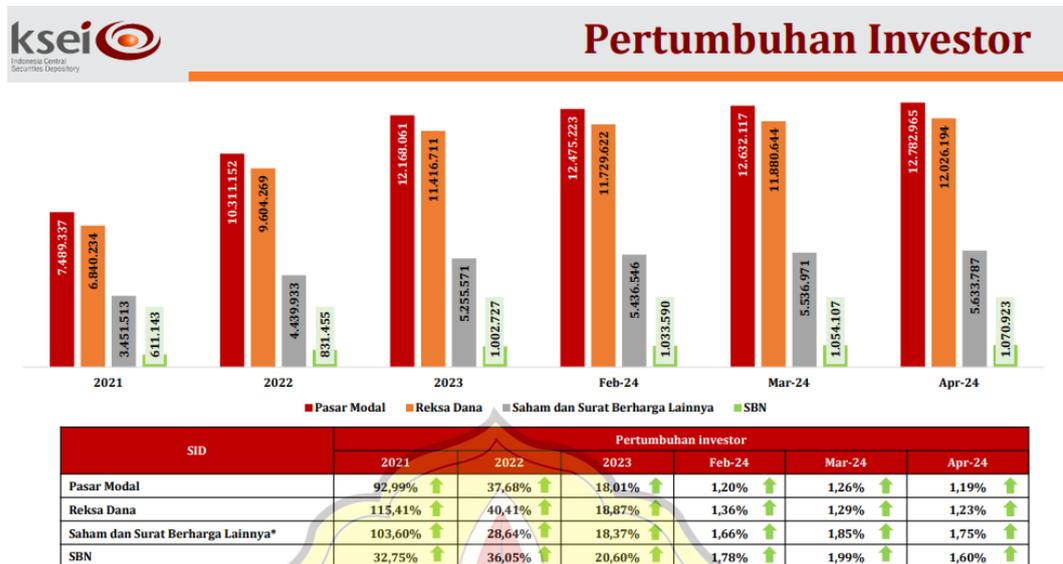
Dalam beberapa dekade terakhir, investasi saham tidak lagi menjadi domain eksklusif bagi kalangan pengusaha atau individu dengan modal besar. Dengan adanya teknologi dan platform investasi digital, siapa pun kini dapat berinvestasi di pasar modal, termasuk masyarakat biasa seperti mahasiswa. Mahasiswa, yang *notabene* memiliki keterbatasan dalam hal modal, kini dapat memulai investasi dengan nominal yang relatif kecil berkat kemudahan akses dan berbagai inovasi dalam dunia keuangan. Literasi keuangan yang baik di usia muda berkontribusi

terhadap keputusan keuangan yang lebih baik di masa depan, termasuk dalam investasi. Oleh karena itu, penting bagi mahasiswa untuk mulai memahami investasi saham sejak dini agar dapat membangun kebiasaan keuangan yang baik dan memiliki kesiapan finansial di masa depan.

Sejak didirikannya Bursa Efek Indonesia, investasi di pasar modal semakin mudah diakses oleh berbagai kalangan masyarakat, termasuk mahasiswa dan calon investor pemula. BEI telah menyediakan berbagai fasilitas serta edukasi mengenai pasar modal guna meningkatkan literasi keuangan masyarakat. Selain itu, perkembangan teknologi juga turut mendukung peningkatan jumlah investor di pasar modal, terutama dengan adanya berbagai *platform* investasi digital yang mempermudah transaksi jual beli saham secara online. Dengan kemudahan akses ini, semakin banyak individu yang tertarik untuk berinvestasi sebagai bagian dari strategi keuangan mereka. Namun, penting bagi setiap investor untuk memahami risiko yang ada dan tidak hanya tergiur oleh potensi keuntungan semata. Pemahaman yang baik tentang pasar modal, serta strategi investasi yang matang, akan membantu investor dalam mencapai tujuan keuangan mereka secara lebih efektif dan berkelanjutan (Firdhausa & Apriani, 2021).

Direktur pengembangan Bursa Efek Indonesia akan melanjutkan program literasi keuangan dengan melakukan kerja sama dengan galeri investasi, perguruan tinggi, juga semua *stakeholders* (Maghiszha, 2022). Selain itu, dengan adanya inovasi teknologi membuat jumlah investor semakin meningkat. Sejak 2015, Otoritas Jasa Keuangan yang bekerjasama dengan Bursa Efek Indonesia mengadakan Kegiatan Sosialisasi dan Edukasi Pasar Modal Terpadu dengan tujuan

agar pemahaman masyarakat mengenai pasar modal meningkat dan mengajak masyarakat untuk menjadi investor pada pasar modal. Hingga tahun 2024 ini, kegiatan tersebut masih dilaksanakan.



Sumber: KSEI, 2024
https://www.ksei.co.id/files/Statistik_Publik_April_2024_v3.pdf

Gambar 1.1.
Pertumbuhan SID (Single Investor Identification)

Berdasarkan Gambar 1.1 terlihat bahwa pertumbuhan jumlah investor di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya. Hal ini menunjukkan bahwa minat masyarakat Indonesia terhadap investasi semakin berkembang. Jumlah investor di pasar modal per April telah mencapai 12,78 juta SID, mengalami peningkatan di setiap tahunnya. Mayoritas investor adalah investor pasar modal, diikuti oleh investor reksa dana dengan total 12,02 juta akun SID. Sementara itu, jumlah investor saham dan surat berharga mencapai 5,03 juta akun SID, dan investor surat berharga negara sebanyak 1,07 juta akun SID.

Peningkatan ini didorong oleh meningkatnya literasi keuangan di kalangan masyarakat serta kemudahan akses investasi melalui *platform* digital. Selain itu,

berbagai kebijakan pemerintah dan insentif yang diberikan turut berkontribusi dalam meningkatkan jumlah investor. Tren investasi di kalangan generasi muda juga semakin berkembang, terutama di sektor saham dan reksa dana. Dengan adanya perkembangan ini, diharapkan pasar modal Indonesia semakin stabil dan berkontribusi lebih besar terhadap perekonomian nasional.

PERKEMBANGAN INDUSTRI PASAR MODAL DI JAMBI							
INVESTOR PASAR MODAL							
	Apr-23	Des-23	Mar-24	Apr-24	MTM	YTD	YoY
Jumlah Investor (Total SID)	103.862	117.233	121.444	122.698	1,03%	4,66%	18,14%
NILAI PENJUALAN SAHAM							
Rp Miliar	Apr-23	Des-23	Mar-24	Apr-24	MTM	YTD	YoY
Saham	779,37	1.269,62	765,24	856,51	11,93%	-32,54%	9,90%
NILAI PENJUALAN REKSA DANA							
Rp Miliar	Apr-23	Des-23	Mar-24	Apr-24	MTM	YTD	YoY
Reksadana	51,73	49,32	146,24	127,92	-12,53%	159,39%	147,28%

Sumber : OJK,2024
 (<https://www.ojk.go.id/id/SitePages/search2.aspx?k=pertumbuhan%20investor%20pasar%20modal%20jambi>)

Gambar 1.2.
Perkembangan Sektor Pasar Modal di Provinsi Jambi

Begitu pula dengan jumlah investor di Provinsi Jambi yang terus bertumbuh, per April 2024 jumlah investor Provinsi Jambi mencapai 122.698 SID, Menariknya, investor di Indonesia didominasi oleh investor berusia 30 tahun kebawah yang menurut BPS termasuk kedalam kategori generasi milenial dan generasi Z dengan presentase sebesar 54,96% (www.ksei.co.id, 2024).

Mahasiswa memiliki potensi besar dalam dunia investasi karena mereka berada pada usia produktif dengan kemampuan berpikir yang mulai matang. Menurut Dewi & Purbawangsa (2018), kelompok ini memiliki tanggung jawab atas kondisi keuangan mereka saat ini dan di masa depan, meskipun literasi investasi mereka masih rendah. Dalam hal ini, mahasiswa memiliki peluang untuk berkontribusi sebagai investor muda dan memanfaatkan bonus demografi

Indonesia. Upadana & Herawati (2020) menambahkan bahwa literasi keuangan merupakan faktor kunci dalam pengambilan keputusan investasi. Tingkat pemahaman yang tinggi tentang konsep dasar keuangan akan memengaruhi preferensi investasi dan membantu mahasiswa meminimalkan risiko dalam pengambilan keputusan. Ini sejalan dengan teori "*Theory of Planned Behavior*" yang menyatakan bahwa niat untuk berinvestasi dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan (Glanz, 2015). Dwidienawati & Gandasari (2018) juga menyoroti bahwa meskipun mahasiswa cenderung menghindari risiko, mereka dapat diarahkan untuk melihat investasi sebagai peluang strategis untuk masa depan melalui peningkatan literasi keuangan. Dengan langkah ini, mahasiswa dapat menjadi pelaku aktif dalam investasi pasar modal dan instrumen lainnya.

Mahasiswa KSPM Universitas Jambi dipandang sebagai kelompok yang memiliki pemahaman awal tentang konsep investasi dan potensi literasi keuangan yang lebih tinggi dibandingkan kelompok lainnya. Selain itu, mereka merupakan segmen yang relevan dalam mengkaji minat terhadap platform investasi karena berada pada tahap usia produktif yang umumnya tertarik pada pengelolaan keuangan pribadi. Mahasiswa ini juga sering terpapar dengan isu-isu ekonomi terkini, sehingga dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi minat berinvestasi. Peneliti juga memilih mahasiswa KSPM Universitas Jambi karena populasi yang besar memungkinkan peneliti untuk menemukan sampel yang sesuai dan representatif. Hal ini membuat mereka menjadi subjek yang ideal untuk memahami bagaimana faktor-faktor

seperti media sosial, kualitas informasi, dan literasi keuangan memengaruhi minat berinvestasi di kalangan mahasiswa.

Tabel 1.1.
Jumlah Anggota KSPM Universitas Jambi Tahun 2024

No	Angkatan	Anggota	Investor
1.	2021	91	24
2.	2022	96	35
3.	2023	98	36
4.	2024	157	40
Total		442	135

Sumber : Dokumen KSPM Universitas Jambi 2024

Peneliti telah melakukan observasi awal kepada 30 anggota mahasiswa KSPM Universitas Jambi. Berikut adalah hasil pra-penelitian terhadap mahasiswa Universitas Jambi.

Tabel 1.2.
Observasi Awal mengenai Minat Investasi

No	Pertanyaan	Pilihan Jawaban			
		Ya	%	Tidak	%
1	Apakah Anda tertarik untuk mulai berinvestasi di pasar modal?	26	86.7%	4	13.3%
2	Apakah Anda memiliki keinginan untuk mengetahui lebih lanjut tentang investasi?	24	80%	6	20%
3	Apakah Anda berencana untuk mengalokasikan sebagian dari pendapatan Anda untuk investasi?	19	63.3%	11	36.7%
4	Apakah Anda berencana untuk terus berinvestasi di pasar modal dalam jangka panjang?	17	56.7%	13	43.3%

Sumber : Data Olahan

Hasil observasi menunjukkan bahwa minat awal untuk berinvestasi di pasar modal cukup tinggi, dengan 86.7% responden menunjukkan ketertarikan. Sebagian besar juga memiliki keinginan untuk memperdalam pengetahuan tentang investasi (80%). Namun, ketika menyangkut alokasi pendapatan, hanya 63.3% yang bersedia mengalokasikan sebagian pendapatan mereka untuk investasi, dan 56.7% yang berencana untuk terus berinvestasi dalam jangka panjang.

Salah satu faktor yang dapat memicu minat seseorang khususnya mahasiswa untuk berinvestasi antara lain kemudahan dalam mengakses informasi mengenai investasi yaitu dengan menggunakan media sosial. Media sosial digunakan sebagai sarana dan tempat untuk saling berbagi informasi salah satunya mengenai investasi, mulai dari perkembangan dan pergerakan harga saham hingga informasi tentang perusahaan-perusahaan yang membutuhkan dana melalui penjualan saham di bursa efek. Semakin efektif penggunaan media sosial untuk mendapatkan informasi investasi maka semakin meningkat pula keinginan mahasiswa untuk mencoba melakukan investasi.

Penelitian yang dilakukan oleh Isticharoh dkk, (2020) menyatakan bahwa penggunaan teknologi media sosial berpengaruh positif terhadap minat investasi namun hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Junifa, (2019) yang menyatakan bahwa penggunaan media sosial tidak berpengaruh terhadap minat investasi.

Mahendrayani dan Musmini (2021). menyatakan bahwa Penggunaan teknologi media sosial memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat investasi di pasar modal. Hubungan antara penggunaan teknologi media sosial

dengan minat investasi mahasiswa di pasar modal adalah semakin tinggi atau efektif tingkat penggunaan teknologi media sosial dalam memenuhi informasi mengenai investasi maka akan semakin meningkat pula minat investasi mahasiswa di pasar modal.

Penelitian ini didukung oleh Isticharoh (2020) yang menyatakan bahwa penggunaan media sosial berpengaruh signifikan terhadap minat investasi. Gaya hidup mahasiswa yang akrab dengan teknologi membuat media sosial menjadi sumber utama dalam mencari informasi investasi. Semakin baik pemanfaatan media sosial untuk menggali informasi seputar perusahaan dan saham, maka semakin tinggi pula minat mahasiswa untuk berinvestasi di pasar modal.

Peneliti telah melakukan observasi awal kepada 30 anggota KSPM Universitas Jambi. Berdasarkan observasi awal mengenai *Social media* dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.3.

Observasi Awal Mengenai Pengaruh *Social Media* terhadap Minat Investasi

No	Pertanyaan	Pilihan Jawaban			
		Ya	%	Tidak	%
1	Apakah Anda sering menggunakan media sosial untuk mencari informasi tentang investasi?	18	60.0	12	40.0
2	Apakah Anda mengikuti akun media sosial yang membahas topik keuangan atau investasi?	20	66.7	10	33.3
3	Apakah informasi investasi yang Anda peroleh dari media sosial mempengaruhi minat Anda untuk berinvestasi?	15	50.0	15	50.0
4	Apakah Anda merasa percaya diri dengan informasi investasi yang diperoleh melalui media sosial?	17	56.7	13	43.3

Sumber : Data Olahan

Hasil tabel menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran signifikan dalam mempengaruhi minat investasi. Sebanyak 60% responden sering menggunakan media sosial untuk mencari informasi tentang investasi, dan 66.7% responden mengikuti akun media sosial yang membahas topik keuangan atau investasi. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial menjadi sumber informasi utama bagi sebagian besar responden. Namun, pengaruh informasi investasi yang diperoleh dari media sosial terhadap minat berinvestasi cenderung seimbang, dengan 50% responden menyatakan terpengaruh dan 50% lainnya tidak. Selain itu, 56.7% responden merasa percaya diri dengan informasi investasi yang diperoleh melalui media sosial, sementara 43.3% lainnya tidak merasakan hal yang sama.

Secara keseluruhan, temuan ini mengindikasikan bahwa media sosial merupakan salah satu alat penting dalam memperkenalkan dan membangun kepercayaan terhadap investasi, meskipun efektivitasnya dalam mempengaruhi keputusan individu berbeda-beda.

Sebelum berinvestasi, ada baiknya untuk mengetahui dasar-dasar investasi terlebih dahulu agar mengenal jenis investasi sehingga dapat meminimalisir risiko kerugian, terhindar dari penipuan, dan tidak hanya sekedar ikut-ikutan. Seseorang yang memiliki pengetahuan tentang investasi cenderung akan melakukan investasi (Asmara, 2020). Mempelajari ilmu tentang investasi bisa dari mana saja, seperti melalui buku, internet, mengikuti seminar, dan lain-lain. Adanya perkembangan teknologi pun membuat semakin mudah untuk mencari informasi mengenai investasi di pasar modal. Mempelajari ilmu tentang investasi bisa dari mana saja, seperti melalui buku, internet, mengikuti seminar, dan sebagainya. Adanya

perkembangan teknologi pun membuat semakin mudah untuk mencari informasi mengenai investasi di pasar modal.



Sumber : SNKI (Strategi Nasional Keuangan Inklusif) 2023
(<https://snki.go.id/tag/indeks-inklusi-keuangan/>)

Gambar 1.3.

Indeks Literasi keuangan dan Inklusi Keuangan

Hasil SNLIK tahun 2023 menunjukkan indeks literasi keuangan masyarakat Indonesia sebesar 49,68 persen dan inklusi keuangan sebesar 85,10 persen. Nilai ini meningkat dibanding hasil SNLIK 2022 yaitu indeks literasi keuangan 38,03 persen dan inklusi keuangan 76,19 persen. Proses pengambilan data SNLIK 2023 dilaksanakan mulai Juli hingga September 2023 di 34 provinsi yang mencakup 76 kota/kabupaten dengan responden sejumlah 14.634 orang berusia antara 15 s.d. 79 tahun yang dilakukan dengan metode wawancara secara tatap muka dan dibantu dengan sistem *Computer-Assisted Personal Interviewing* (CAPI). Hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2022 menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan dalam indeks literasi dan inklusi keuangan masyarakat Indonesia, yang menjadi indikator positif dalam upaya penguatan pemahaman dan akses keuangan. (www.snlik.co.id,2022)

Literasi keuangan merupakan informasi, keterampilan, dan keyakinan yang berdampak pada sikap dan perilaku keuangan seseorang untuk meningkatkan

kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan guna mencapai kesuksesan. Sedangkan inklusi keuangan adalah kemampuan masyarakat dalam mengakses barang atau jasa keuangan pada lembaga keuangan sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan keberhasilan atas pencapaiannya. (www.ojk.go.id,2022)

Peneliti telah melakukan observasi kepada 30 mahasiswa anggota KSPM Universitas Jambi masyarakat Jambi. Berdasarkan observasi awal mengenai *Financial literacy* dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.4.
Observasi Awal Mengenai *Financial literacy* terhadap Minat Investasi

No	Pertanyaan	Pilihan Jawaban			
		Ya	%	Tidak	%
1	Apakah Anda memahami konsep dasar investasi saham, seperti risiko dan keuntungan?	16	53.3	14	46.7
2	Apakah Anda mengetahui cara kerja pasar saham dan mekanisme perdagangan saham?	18	60.0	12	40.0
3	Apakah Anda merasa mampu menilai performa saham?	14	46.7	16	53.3
4	Apakah Anda pernah mengikuti pelatihan atau membaca literatur tentang literasi keuangan dan investasi saham?	15	50.0	15	50,0

Sumber : Data Olahan

Hasil tabel menunjukkan bahwa tingkat financial literacy responden memiliki pengaruh terhadap minat investasi. Sebanyak 53.3% responden memahami konsep dasar investasi, seperti risiko dan keuntungan, yang mencerminkan pengetahuan awal yang cukup mengenai investasi. Selain itu, 60% responden mengetahui cara kerja pasar saham dan mekanisme perdagangan saham, yang menunjukkan bahwa sebagian besar memiliki pemahaman teknis yang mendasar. Namun, hanya 46.7% responden yang merasa mampu menilai performa saham, sementara 53.3% lainnya merasa kesulitan. Hal ini menunjukkan

adanya kebutuhan untuk meningkatkan kemampuan analisis investasi di kalangan responden. Selain itu, hanya 50% responden yang pernah mengikuti pelatihan atau membaca literatur tentang literasi keuangan dan investasi saham, mengindikasikan bahwa setengah dari mereka masih belum aktif dalam mencari pendidikan formal terkait investasi.

Secara keseluruhan, temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun sebagian besar responden memiliki pengetahuan dasar tentang investasi dan pasar saham, terdapat ruang untuk meningkatkan kemampuan analisis dan akses terhadap pelatihan atau literatur terkait literasi keuangan guna mendukung minat dan keputusan investasi yang lebih matang. Asmara mengatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap minat investasi. mahasiswa yang membuktikan bahwa literasi keuangan yang baik dapat meningkatkan minat mahasiswa untuk berinvestasi. Hal itu artinya rata-rata mahasiswa yang sudah memiliki pengetahuan tentang pengelolaan keuangan cukup. Mahasiswa yang memiliki pengetahuan tentang pengelolaan keuangan yang cukup cenderung memiliki minat untuk berinvestasi. Sedangkan mahasiswa yang pengetahuan tentang pengelolaan keuangannya kurang tidak begitu berminat dalam berinvestasi. (Asmara,2020)

Quality of information atau kualitas informasi merupakan tolak ukur nilai yang mungkin dirasakan konsumen sehubungan dengan suatu produk yang bisa mereka peroleh dari sebuah website. Keandalan suatu sistem informasi menunjukkan seberapa banyak informasi yang berasal dari sumber tertentu dan menawarkan informasi yang akurat dan konsisten. Keberadaan dan kelengkapan

informasi merupakan hal yang sangat penting karena menjadi dasar minat individu untuk melakukan investasi. Hal ini sesuai dengan pernyataan bahwa keinginan untuk menggunakan platform akan meningkat seiring dengan kualitas informasi yang terdapat dalam suatu sistem informasi. Pramana juga meneliti mengenai kualitas informasi yang terdapat pada sistem investasi online dan hasil penelitiannya menyebutkan bahwa informasi-informasi yang lengkap dan berkualitas lebih banyak tersedia di sistem investasi online seperti situs dan aplikasi, sehingga kualitas informasi sangat berpengaruh positif terhadap minat investasi. (Pramana,2022)

Peneliti telah melakukan observasi awal kepada mahasiswa anggota KSPM Universitas Jambi. Berdasarkan observasi awal mengenai *quality of information* dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.5.
Observasi Awal Mengenai *quality of information* terhadap Minat Investasi

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban			
		Ya	%	Tidak	%
1	Apakah Anda menilai informasi investasi yang Anda terima jelas dan mudah dipahami?	15	50.0	15	50.0
2	Apakah Anda memeriksa keandalan sumber informasi sebelum membuat keputusan investasi?	12	40.0	18	60.0
3	Apakah Anda merasa informasi yang tersedia cukup untuk membuat keputusan investasi yang tepat?	11	36.7	19	63.3
4	Apakah Anda pernah mengalami kesulitan dalam memahami informasi investasi yang kompleks?	10	33.3	20	66.7

Sumber : Data Olahan

Hasil tabel menunjukkan bahwa kualitas informasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat investasi. Sebanyak 50% responden menilai informasi

investasi yang diterima jelas dan mudah dipahami, sedangkan separuh lainnya merasa sebaliknya. Selain itu, hanya 40% responden yang memeriksa keandalan sumber informasi sebelum membuat keputusan investasi, yang mengindikasikan bahwa sebagian besar responden kurang memperhatikan validitas informasi. Hanya 36.7% responden yang merasa bahwa informasi yang tersedia cukup untuk membantu mereka membuat keputusan investasi yang tepat, sedangkan mayoritas, yaitu 63.3%, merasa informasi tersebut belum memadai. Selain itu, sebanyak 66.7% responden pernah mengalami kesulitan dalam memahami informasi investasi yang kompleks, menunjukkan bahwa kompleksitas informasi menjadi salah satu hambatan utama.

Secara keseluruhan, temuan ini mengindikasikan perlunya penyediaan informasi investasi yang lebih jelas, mudah dipahami, dan terpercaya untuk mendukung pengambilan keputusan investasi. Selain itu, edukasi tentang pentingnya memeriksa keandalan sumber informasi juga perlu ditingkatkan guna membantu investor membuat keputusan yang lebih bijak dan tepat.

Adapun fenomena yang terjadi pada mahasiswa terkait kualitas informasi adalah seringkali berkaitan dengan kurangnya pengetahuan, pengalaman, dan akses terhadap informasi yang baik. Banyak mahasiswa belum memiliki pengetahuan dasar tentang investasi, termasuk memahami berbagai jenis instrumen investasi, risiko yang terlibat, dan strategi investasi. Mahasiswa mungkin tidak memiliki akses ke beberapa sumber informasi yang digunakan oleh investor profesional, seperti laporan analisis keuangan, data pasar real-time, dan alat analisis investasi canggih. Dengan begitu, mereka mungkin membuat keputusan investasi

berdasarkan informasi yang tidak akurat dan tidak lengkap. Selama informasi yang akurat, komprehensif, dan terkini tersedia, investor akan dapat mengambil keputusan investasi yang tepat (Firdhausa dan Apriani,2021)

Selain itu, pengalaman buruk akibat kurangnya pemahaman tentang kualitas informasi dapat membuat mahasiswa kehilangan kepercayaan dalam berinvestasi secara keseluruhan. Mereka mungkin menjadi skeptis terhadap pasar keuangan dan enggan untuk berinvestasi di masa depan. Untuk menghindari hal tersebut, penting bagi mahasiswa untuk mengembangkan keterampilan analisis yang baik, meningkatkan literasi keuangan, dan selalu melakukan penelitian yang teliti sebelum membuat investasi. Selain itu, mereka harus belajar untuk mengidentifikasi sumber informasi yang kredibel dan memahami bagaimana menganalisis kualitas informasi yang mereka terima. (Nindia dan Herawati, 2018)

Bursa Efek Indonesia kini menargetkan generasi muda khususnya mahasiswa sebagai calon investor baru. Mahasiswa dikatakan memiliki potensi besar untuk menjadi investor baru karena mereka terbuka terhadap pengalaman baru dan memperoleh informasi melalui pendidikannya. Dengan demikian, mahasiswa dipandang sebagai pihak yang berpotensi besar untuk menjadi calon investor dan mulai berinvestasi. Mahasiswa merupakan salah satu kelompok yang menjadi pelaku pasar modal. Namun, mahasiswa menghadapi beberapa tantangan ketika mencoba berinvestasi, antara lain kurangnya pengetahuan, kurangnya pengalaman berinvestasi, dan kecenderungan untuk berspekulasi dan mengambil risiko berlebihan untuk mendapatkan keuntungan yang tinggi dalam waktu singkat (Sriasih & Wahyuni, 2021)

Hal ini tergambar pada salah satu kejadian pada akhir tahun 2022, ratusan mahasiswa IPB menjadi korban penipuan berkedok investasi yang menyebabkan mereka terjatuh utang pinjaman online (pinjol) hingga miliaran rupiah. Modus pelaku adalah mengarahkan mahasiswa untuk mengambil pinjaman dari platform pinjol legal seperti Akulaku, Kredivo, Spaylater, dan Spinjam, kemudian menggunakan dana tersebut untuk transaksi di toko online yang terindikasi terkait dengan pelaku. Berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan, sebanyak 121 mahasiswa dengan 197 pinjaman mencatat total utang Rp 650,19 juta. Otoritas Jasa Keuangan dan Satgas Waspadana Investasi telah memfasilitasi relaksasi dan restrukturisasi pinjaman dari empat perusahaan pembiayaan terkait, tanpa ditemukan pelanggaran perlindungan konsumen oleh platform tersebut. Meski demikian, kasus ini menyoroti pentingnya kewaspadaan masyarakat terhadap investasi ilegal yang menjanjikan keuntungan besar dalam waktu singkat. Untuk mencegah kejadian serupa, OJK mengimbau masyarakat untuk selalu mengecek legalitas platform dan memahami risiko investasi. (enbcindonesia,2022)

Otoritas Jasa Keuangan juga memaparkan jika investor dari kalangan muda seringkali hanya memperhatikan tingkat imbal hasil yang ditawarkan (*return*) namun lupa dampak negatif yang mungkin dihadapi jika memilih investasi dimaksud. Investasi juga memerlukan pemahaman yang lebih seperti NAB, pengetahuan tentang investasi, toleransi risiko, rencana keuangan kedepan, kesabaran, dan lain-lain. Jika investasi tidak sesuai yang diharapkan, maka akan mengakibatkan ekspektasi yang tidak realistis dan reaksi negatif. Karena dalam hal ini, sebuah investasi rentan terhadap kerugian serta kebangkrutan yang

membuat calon investor trauma dan enggan untuk berinvestasi (Siregar,2023)

Setiap investasi ada keuntungan dan kerugiannya, investasi sendiri juga komitmen jangka panjang dan memerlukan pemahaman yang lebih. Dengan demikian, berdasarkan fenomena serta permasalahan yang ada, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ **Pengaruh Media Social, Financial literacy dan Quality of information terhadap Minat Investasi Mahasiswa di Pasar Modal (Studi kasus pada mahasiswa anggota KSPM Universitas Jambi)**”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang maka identifikasi masalah pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Mahasiswa anggota KSPM Universitas Jambi menunjukkan minat dan keinginan yang tinggi untuk mempelajari investasi, namun komitmen untuk mempraktikkan dan berinvestasi dalam jangka panjang masih menjadi tantangan. Meskipun sebagian besar tertarik untuk berinvestasi, hanya sebagian yang bersedia mengalokasikan pendapatan dan melanjutkan investasi jangka panjang, yang kemungkinan disebabkan oleh kurangnya edukasi mendalam, pengalaman, atau keyakinan terhadap hasil investasi.
2. Mahasiswa anggota KSPM Universitas Jambi menunjukkan pengaruh media sosial terhadap keputusan investasi masih beragam, dengan sebagian responden merasa terpengaruh dan percaya diri terhadap informasi yang diperoleh, sementara sebagian lainnya tidak. Hal ini menunjukkan perlunya optimalisasi media sosial sebagai sarana edukasi yang lebih efektif dan terpercaya untuk mendorong keputusan investasi yang lebih matang.

3. Mahasiswa anggota KSPM Universitas Jambi memiliki tingkat *financial literacy* yang memadai dalam konsep dasar dan mekanisme investasi, namun masih menghadapi tantangan dalam analisis performa saham. Rendahnya partisipasi dalam pelatihan dan literatur investasi menunjukkan perlunya peningkatan edukasi formal untuk mendukung pemahaman yang lebih mendalam.
4. Mahasiswa anggota KSPM Universitas Jambi menghadapi tantangan dalam kualitas informasi investasi, terutama terkait validitas dan kompleksitas informasi. Kurangnya perhatian pada keandalan sumber dan sulitnya memahami informasi yang kompleks menjadi hambatan utama dalam mendukung keputusan investasi yang tepat.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Apakah *social media*, *financial literacy* dan *quality of information*, dan secara simultan berpengaruh terhadap minat mahasiswa anggota KSPM Universitas Jambi?
2. Apakah *social media* berpengaruh terhadap minat mahasiswa anggota KSPM Universitas Jambi berinvestasi pada pasar modal?
3. Apakah *financial literacy* berpengaruh terhadap minat mahasiswa anggota KSPM berinvestasi pada pasar modal?
4. Apakah *quality of information* berpengaruh terhadap minat mahasiswa anggota KSPM Universitas Jambi berinvestasi pada pasar modal?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah maka diperoleh tujuan penelitian yaitu sebagai berikut :

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *social media*, *financial literacy*, dan *quality of information* secara simultan terhadap minat mahasiswa anggota KSPM Universitas Jambi berinvestasi pada pasar modal.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *social media* terhadap minat mahasiswa anggota KSPM Universitas Jambi berinvestasi pada pasar modal
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *financial literacy* terhadap minat mahasiswa anggota KSPM Universitas Jambi berinvestasi pada pasar modal.
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *quality of information* terhadap minat mahasiswa anggota KSPM Universitas Jambi berinvestasi pada pasar modal.

1.5 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini, penulis mengharapkan kegunaan dan manfaat diantaranya adalah:

- a. Manfaat Praktis
 1. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, pengetahuan dan referensi terkait dengan investasi pada pasar modal dan diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran bagi peneliti lainnya.
 2. Bagi PT Bursa Efek Indonesia, Penelitian ini diharapkan agar BEI dapat menarik lebih banyak pengguna dan calon investor di masa depan, diharapkan penelitian ini mampu memberikan informasi dan menjadi bahan pertimbangan untuk perbaikan kualitas di masa depan dalam hal inovasi,

layanan, dan kinerja pengguna

3. Bagi penelitian selanjutnya yang terkait dengan *sosial media*, *quality of information* dan *financial literacy*
 4. Bagi pihak lain, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat berupa informasi yang relevan dan menjadi sumber pengetahuan tambahan. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi landasan untuk mendukung penelitian lanjutan, menginspirasi pengkajian lebih mendalam, serta mendorong diskusi mengenai topik-topik yang berkaitan di masa mendatang.
- b. Manfaat Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi akademis yang signifikan, baik sebagai pelengkap maupun pembanding bagi hasil penelitian sebelumnya. Dengan demikian, penelitian ini dapat memperkaya khazanah referensi ilmiah yang tersedia di tingkat fakultas dan universitas, khususnya dalam bidang yang relevan. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi rujukan berharga bagi mahasiswa dan peneliti lainnya dalam mengembangkan penelitian-penelitian serupa di masa yang akan datang, sehingga dapat memperluas wawasan keilmuan dan mendorong lahirnya inovasi baru di bidang terkait.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN METODE PENELITIAN

2.1. Tinjauan Pustaka

2.1.1. Landasan Teori

Manajemen memiliki berbagai definisi menurut para ahli di Indonesia. Hasibuan (2016) menjelaskan bahwa manajemen adalah ilmu dan seni mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai tujuan organisasi. Menurut Siagian (2012), manajemen merupakan kemampuan atau keterampilan untuk memperoleh hasil tertentu melalui kegiatan orang lain. Berdasarkan berbagai definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa manajemen di Indonesia menekankan pada pengaturan sumber daya dan kolaborasi dengan pihak lain untuk mencapai tujuan secara optimal.

Secara etimologis, kata manajemen berasal dari bahasa Perancis Kuno *ménagement*, yang berarti seni melaksanakan dan mengatur. Definisi ini menekankan pentingnya perencanaan, pengorganisasian, dan pengendalian dalam setiap aktivitas manajerial untuk mencapai hasil yang optimal. (Terry, 2018).

Manajemen dapat disimpulkan sebagai seni dan ilmu yang memanfaatkan pengetahuan untuk melaksanakan proses perencanaan, pengorganisasian, dan pengendalian sumber daya melalui orang lain guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Menurut Hasibuan (2016), fungsi manajemen dapat dibagi menjadi empat bagian, yaitu

1. *Planning* (Perencanaan)

Planning atau perencanaan adalah proses menetapkan apa yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan organisasi. Proses ini mencakup identifikasi tujuan, penyusunan langkah-langkah yang perlu dilakukan, serta pemilihan alternatif terbaik untuk mencapai tujuan tersebut. Perencanaan juga melibatkan pengambilan keputusan terkait berbagai opsi yang tersedia untuk organisasi.

2. *Organizing* (Pengorganisasian)

Pengorganisasian adalah proses untuk mengatur dan membagi tugas serta sumber daya yang ada agar kegiatan dapat dilaksanakan dengan efektif. Ini mencakup penentuan struktur organisasi, pembagian pekerjaan, serta hubungan antar anggota organisasi, sehingga setiap individu atau kelompok tahu tugas dan tanggung jawabnya.

3. *Actuating* (Penggerakan)

Actuating atau penggerakan adalah upaya untuk memotivasi dan mengarahkan anggota organisasi agar mereka berusaha dan berkomitmen untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Penggerakan melibatkan pemberian arahan, pengembangan keterampilan, serta pemberian insentif atau motivasi yang dapat meningkatkan kinerja individu dalam organisasi.

4. *Controlling* (Pengawasan)

Controlling atau pengawasan adalah kegiatan untuk memastikan bahwa semua aktivitas dalam organisasi berjalan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. Fungsi ini mencakup pengukuran kinerja, perbandingan antara hasil yang dicapai dengan tujuan yang telah ditentukan, serta mengambil tindakan korektif untuk memperbaiki kesalahan atau penyimpangan yang ditemukan selama pelaksanaan kegiatan.

2.1.2. Manajemen Keuangan

Aktivitas manajemen keuangan melibatkan serangkaian kegiatan yang dilakukan oleh organisasi dalam merencanakan keuangan, mengelola aset, menyimpan dana, serta mengendalikan aset atau dana perusahaan. manajemen keuangan mencakup pengelolaan keuangan mulai dari tahap perencanaan hingga pengendalian aset. Secara umum, manajemen keuangan merupakan salah satu bagian dari teori akuntansi atau konsep dasar akuntansi, yang berfokus pada bagaimana organisasi mengatur dan mengontrol sumber daya finansial untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Manajemen yang baik akan memastikan alokasi sumber daya keuangan dilakukan dengan efisien dan efektif, mendukung pencapaian tujuan organisasi yang baik akan memastikan alokasi sumber daya keuangan dilakukan dengan efisien dan efektif, mendukung pencapaian tujuan organisasi. (Sartono, 2016)

Keputusan-keputusan dalam manajemen keuangan meliputi beberapa aspek penting yang mempengaruhi kelangsungan hidup dan perkembangan perusahaan. (Sartono,2016) menjelaskan bahwa keputusan investasi, pendanaan, pembagian saham, dan modal kerja merupakan komponen utama dalam

manajemen keuangan. Keputusan investasi berkaitan dengan langkah perusahaan untuk mengalokasikan dana guna memperoleh keuntungan, meskipun investasi memiliki risiko yang tinggi dan memerlukan perhitungan yang matang. Keputusan pendanaan menyangkut pemilihan sumber dana, baik melalui utang jangka pendek maupun jangka panjang, yang harus dilakukan dengan hati-hati untuk menghindari kerugian. Pembagian saham, atau dividen, adalah keputusan terkait pembagian keuntungan perusahaan kepada para pemegang saham, baik dalam bentuk dana, saham, maupun investasi. Terakhir, keputusan modal kerja berhubungan dengan kebijakan perusahaan mengenai pengelolaan aset lancar dan kewajiban lancar, seperti kas dan utang jangka pendek, yang harus dikelola dengan efisien untuk menjaga kelancaran operasional perusahaan. Semua fungsi keuangan dan akuntansi dalam perusahaan berada di bawah manajemen keuangan, yang bertanggung jawab untuk memastikan stabilitas dana perusahaan melalui berbagai kegiatan, seperti perencanaan, pengawasan, audit, anggaran, dan pelaporan.

(Sartono,2016) menambahkan bahwa manajemen keuangan berfokus pada pengelolaan aset dan pendanaan yang efisien, serta pengawasan yang ketat untuk memastikan pengalokasian dana yang tepat. Dalam hal ini, keputusan investasi dianggap penting untuk meningkatkan nilai perusahaan, keputusan pendanaan untuk memastikan kelangsungan operasi jangka panjang, dan keputusan pembagian dividen untuk menjaga hubungan baik dengan pemegang saham.

2.1.3. Social Media

Media sosial adalah platform digital yang memfasilitasi pengguna untuk saling bersosial, baik itu berkomunikasi atau membagikan konten berupa tulisan, foto dan video. Segala konten yang dibagikan tersebut akan terbuka untuk publik secara realtime. Hal tersebut karena media sosial adalah aplikasi yang dibantu internet, sehingga selama pengguna tersambung dengan koneksi internet yang baik maka proses penyebaran konten bisa dilakukan pada saat itu juga.

Perkembangan teknologi yang semakin pesat ini memudahkan para investor untuk memilih cara untuk menjalankan investasi yang mereka inginkan. Hal ini dikarenakan banyaknya media-media yang memberikan informasi seputar bagaimana cara berinvestasi, langkah-langkah saat melakukan investasi dan memilih saham mana yang harus di beli untuk mendapatkan keuntungan jangka panjang maupun jangka pendek. Investasi adalah sekian dari alat pembangunan yang dibutuhkan Indonesia agar dapat memajukan tingkat kesejahteraan masyarakatnya. Negara, Ak, dan Febrianto (2020).

Perkembangan teknologi yang semakin pesat ini memudahkan para investor untuk memilih cara untuk menjalankan investasi yang mereka inginkan. Hal ini dikarenakan banyaknya media-media yang memberikan informasi seputar bagaimana cara berinvestasi, langkah-langkah saat melakukan investasi dan memilih saham mana yang harus di beli untuk mendapatkan keuntungan jangka panjang maupun jangka pendek. Investasi adalah sekian dari alat pembangunan yang dibutuhkan Indonesia agar dapat memajukan tingkat kesejahteraan masyarakatnya. Suyanto, S & Japlani, A. (2021)

Salah satu faktor yang dapat memicu minat seseorang khususnya mahasiswa untuk berinvestasi antara lain adalah kemudahan dalam mengakses informasi mengenai investasi, yaitu dengan menggunakan media sosial. Media sosial di gunakan sebagai sarana dan tempat untuk saling berbagi informasi salah satunya mengenai investasi, mulai dari perkembangan dan pergerakan harga saham hingga informasi tentang perusahaan-perusahaan yang membutuhkan dana melalui penjualan saham di bursa efek. Semakin efektif penggunaan media sosial dalam memperoleh informasi investasi, maka semakin meningkat pula keinginan mahasiswa untuk mencoba melakukan investasi di pasar modal. Media sosial menjadi salah satu sarana utama bagi mahasiswa dalam mendapatkan edukasi dan informasi terkini terkait investasi, baik melalui konten edukatif, diskusi di forum daring, maupun rekomendasi dari influencer keuangan.

Penelitian yang dilakukan oleh Mahendrayani dan Musmini (2021) menunjukkan bahwa penggunaan teknologi media sosial memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat investasi generasi milenial di pasar modal. Penelitian yang dilakukan oleh Isticharoh dan Kardoyo (2020) juga menyatakan bahwa penggunaan teknologi media sosial berpengaruh positif terhadap minat investasi. Teknologi media sosial memberikan akses mudah bagi mahasiswa dan generasi milenial untuk memperoleh informasi investasi secara cepat dan interaktif. Melalui platform seperti Instagram, YouTube, dan Twitter, investor pemula dapat memperoleh wawasan mengenai strategi investasi, analisis pasar, serta rekomendasi saham dari para ahli. Penelitian ini juga mengungkapkan

bahwa selain pengetahuan investasi, motivasi diri turut berperan dalam mendorong individu untuk mulai berinvestasi. Dengan demikian, semakin tinggi pemanfaatan teknologi media sosial dalam memperoleh informasi investasi, semakin besar pula minat individu dalam berinvestasi di pasar modal.

Beberapa Indikator social media influencer menurut Rositer dan Percy yang dikutip oleh Phoebe (2019) adalah sebagai berikut:

1. *Visibility*, sejauh mana *social media* dikenal atau populer di masyarakat
2. *Credibility*, kemampuan *social media* untuk menumbuhkan kepercayaan masyarakat
3. *Attractiveness*, *social media* harus memiliki daya tarik dalam penampilan dan karakter
4. *Power*, tingkat kekuatan *social media* dalam mempengaruhi masyarakat.

2.1.4. Quality of information

Quality of information (QoI) atau kualitas informasi mengacu pada sejauh mana informasi memenuhi kebutuhan penggunanya, terutama dalam hal akurasi, relevansi, kelengkapan, keterbacaan, dan keandalan. Informasi yang berkualitas memungkinkan pengambilan keputusan yang lebih tepat dan efektif. Menurut Jogiyanto (2005), informasi yang berkualitas memiliki tiga kriteria utama: akurat (*accuracy*), tepat waktu (*timeliness*), dan relevan (*relevance*). Akurasi berarti informasi harus bebas dari kesalahan dan tidak bias; tepat waktu berarti informasi tersedia saat dibutuhkan; dan relevansi berarti informasi tersebut sesuai dengan kebutuhan pengguna.

Quality of information dapat diukur dengan berbagai dimensi yang menggambarkan bagaimana informasi tersebut memenuhi kriteria yang dibutuhkan oleh penggunanya. Menurut Mcleod (2011) mengatakan suatu informasi yang berkualitas memiliki indikator-indikator sebagai berikut:

1. Keakuratan (*Accuracy*), yaitu informasi yang disampaikan harus bebas dari kesalahan-kesalahan dan tidak menyesatkan. Yang meliputi harga produk, data kinerja investasi, dan informasi lainnya yang relevan. Ketidak akuratan informasi dapat membahayakan kegiatan investasi.
2. Keterbaruan (*Timeliness*), yaitu informasi harus disampaikan pada saat yang diperlukan sehingga dapat menjadi informasi yang tepat waktu. Informasi yang sudah lama tidak akan mempunyai nilai lagi, karena informasi merupakan landasan dalam seseorang melakukan tindakan.
3. Relevansi (*Relevance*), yaitu sebuah informasi harus ada relevansi yang berhubungan dengan kepentingan pengambilan keputusan yang telah direncanakan dan juga informasi tersebut mempunyai manfaat untuk penggunanya. Misalnya, aplikasi harus menyediakan data yang relevan untuk portofolio investasi individu investor.
4. Kelengkapan (*Completeness*), Kelengkapan informasi menunjukkan sejauh mana informasi tersebut mencakup semua bagian yang diperlukan untuk pengambilan keputusan yang komprehensif.

Quality of information berperan sangat penting dalam pengambilan keputusan. Putra, (2016) menyatakan bahwa keputusan yang diambil berdasarkan informasi yang berkualitas tinggi akan lebih efektif dan efisien,

sementara keputusan yang didasarkan pada informasi yang tidak berkualitas dapat menyebabkan kerugian. Dalam dunia bisnis, misalnya, perusahaan yang didukung oleh data yang akurat dan relevan akan mampu merencanakan strategi yang lebih baik dan tepat sasaran.

2.1.5. *Financial literacy*

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK) melalui penelitian yang dilakukan oleh Widiyanti (2015), literasi keuangan adalah kemampuan untuk memahami, menganalisis, dan menggunakan informasi keuangan sehingga individu mampu membuat keputusan keuangan yang tepat dan meningkatkan kesejahteraan finansial. Literasi keuangan menjadi penting dalam menghadapi kompleksitas produk dan layanan keuangan yang semakin berkembang, terutama dalam masyarakat modern yang dituntut untuk mandiri secara ekonomi. Widiyanti menegaskan bahwa rendahnya literasi keuangan dapat menyebabkan individu rentan terhadap risiko keuangan, seperti kesulitan dalam pengelolaan utang, investasi yang tidak tepat, dan kurangnya kesiapan untuk masa depan keuangan.

Literasi keuangan merupakan komponen penting yang tidak terpisahkan dari kehidupan seseorang. Literasi keuangan, menurutnya, adalah alat yang berguna untuk membuat keputusan keuangan yang terinformasi. Namun, pengalaman di berbagai negara menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan masyarakat secara umum masih relatif rendah. Hal ini berdampak pada kemampuan individu dalam mengelola sumber daya keuangan mereka secara efektif, termasuk dalam menghadapi risiko dan peluang ekonomi yang semakin kompleks. Pentingnya peran literasi keuangan dalam meningkatkan kesejahteraan individu dan masyarakat. Oleh karena itu, diperlukan upaya

peningkatan pendidikan keuangan agar masyarakat memiliki pemahaman yang lebih baik dalam mengambil keputusan finansial yang bijak.

Dengan melakukan literasi keuangan yang berkaitan dengan jenis investasi yang ingin digunakan, investor akan mengetahui kelayakan dari investasi tersebut. Dalam membuat keputusan keuangan agar bisa terarah dan menjadi lebih bijak, dibutuhkan pengalaman serta pembelajaran dalam mengelola keuangan untuk kehidupan di masa mendatang.

Menurut Otoritas Jasa Keuangan ada beberapa hal yang perlu diperhatikan oleh investor dalam memilih investasi, diantaranya kenali profil investasi, pilih jenis dan produk sesuai kebutuhan, perhatikan aspek legalitas, regulator, serta ketentuan yang berkaitan dengan produk. Jika investasi yang dituju memenuhi kriteria tersebut, maka investasi aman untuk dilakukan (www.ojk.go.id)

Hal ini akan menjadi sorotan apakah investor sudah melakukan investasi sesuai dengan prinsip-prinsip investasi. Oleh karena itu, setiap individu yang memiliki minat untuk investasi diperlukan pengetahuan keuangan atau literasi keuangan (*financial literacy*) yang baik. Penting bagi individu untuk dapat memahami literasi keuangan sehingga dapat mengetahui terkait risiko serta keuntungan dari beragam produk keuangan yang muncul saat ini

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *financial literacy* adalah pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki oleh seseorang dalam mengelola sumber keuangannya. Dimana kemampuan pengetahuan tersebut, meliputi produk keuangan, tabungan, investasi, pinjaman, dan rencana keuangan kedepannya. Dengan membuat perencanaan keuangan yang baik atau tepat,

kondisi keuangan di masa yang akan datang lebih terjamin, terhindar dari masalah keuangan dan meningkatkan kesejahteraan hidup. Pada umumnya, investor memilih untuk melakukan investasi dengan melakukan perencanaan keuangan oleh para investor yang dimulai dari saat ini untuk dipersiapkan di masa depan. Untuk itu investasi sangat penting bagi kondisi ekonomi setiap orang.

Otoritas Jasa Keuangan membagi tingkat literasi keuangan (financial literacy) menjadi beberapa bagian:

1. *Well literate*, mengetahui tentang fitur, manfaat, resiko, hak dan kewajiban terkait produk dan jasa keuangan, serta memiliki keterampilan dalam menggunakan produk dan jasa keuangan.
2. *Not literate*, memiliki pengetahuan dan keyakinan terhadap lembaga jasa keuangan serta produk dan jasa keuangan serta tidak memiliki keterampilan dalam menggunakan produk dan jasa keuangan.

Seseorang dengan tingkat literasi keuangan yang tinggi lebih memahami berbagai jenis investasi, termasuk di pasar modal. Pengetahuan ini mencakup cara kerja investasi, risiko yang terlibat, serta potensi imbal hasil yang bisa diperoleh. Literasi keuangan yang baik juga meningkatkan kemampuan individu dalam menganalisis dan membandingkan berbagai opsi investasi agar sesuai dengan tujuan keuangannya. Menurut Calista (2021), literasi keuangan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat seseorang dalam berinvestasi, karena pemahaman yang lebih baik dapat membantu dalam pengambilan keputusan investasi yang lebih tepat

Adapun indikator dari *financial literacy* menurut Oseifuah (2010) adalah sebagai berikut :

1. *Financial Knowledge*: memiliki pengetahuan mengenai terminologi-terminologi keuangan, misalnya tingkat suku bunga bank, kartu kredit, memahami investasi, tau berbagai layanan mengelola pensiun, mengetahui berbagai sumber pendapatan keluarga, dan lain-lain.
2. *Financial Attitudes*: ketertarikan atau minat dalam memperbaiki pengetahuan keuangan, merencanakan program keuangan pensiun, menggunakan layanan-layanan jasa perbankan yang berkaitan dengan luar negeri. Misal giro, kliring, L/C, dll.
3. *Financial Behavior* berorientasi untuk spending dan saving, mencatat dan menyimpan catatan keuangan pribadinya, dan merencanakan pembiayaan untuk masa depan.

2.1.6. Minat Investasi

Minat adalah kecenderungan psikologis seseorang untuk memberikan perhatian atau merasa senang terhadap suatu objek atau kegiatan. Menurut Pangestu (2002), minat adalah rasa suka dan ketertarikan terhadap sesuatu tanpa adanya paksaan, yang dapat mempengaruhi cara seseorang berperilaku. Minat dapat mengarah pada pengembangan aktivitas yang lebih mendalam seiring dengan kekuatan hubungan individu terhadap objek atau aktivitas tersebut.

Seseorang yang memiliki perasaan senang terhadap suatu hal akan membuat timbul dorongan pada dalam diri untuk bergegas melakukan hal tersebut. Bila individu berminat untuk melakukan investasi, maka individu

cenderung akan bertindak melakukan sesuatu agar berinvestasi dapat tercapai (Dewati & Marfuah, 2021).

Investasi memiliki makna mengeluarkan sumberdaya untuk mempunyai aset di masa sekarang (Lubis, 2016: 5). Motif investasi secara umum didasari karena ingin mendapatkan keuntungan yang tingkat keuntungannya biasanya sesuai dengan sikap investor dalam mengambil risiko (Adnyana, 2020).

Minat investasi adalah ketertarikan individu untuk menaruh seluruh atau sebagian dana yang dimiliki ke dalam pasar modal dengan tujuan atau harapan menerima keuntungan di masa mendatang (Saputra dkk, 2021).

Saputra dkk, (2021) mengemukakan enam faktor yang memengaruhi minat berinvestasi

1. *Neutral Information*, adalah informasi yang berasal dari luar yang bertujuan memberikan informasi tambahan agar meningkatkan informasi calon investor.
2. *Personal financial needs*, adalah informasi pribadi yang didapatkan selama investor memasuki dunia investasi, yang dapat menjadi semacam panduan bagi investor dalam investasi selanjutnya.
3. *Self Image/Firm Image Coincidence*, merupakan informasi yang memiliki hubungan dengan penilaian pada citra perusahaan.
4. *Social Relevance*, menyangkut informasi keberadaan saham perusahaan di bursa saham, serta tanggung jawab sosial perusahaan.
5. *Classic*, ialah investor yang berkemampuan untuk membuat ketentuan kriteria ekonomis perilaku.

6. *Professional recommendation*, adalah pendapat, usul atau rekomendasi berbagai pihak, profesional atau ahli di bidang investasi.

Adapun indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur minat investasi menurut Nur Aini, dkk, (2019) adalah sebagai berikut:

1. Ketertarikan, diartikan sebagai adanya pemusatan atau perhatian dan perasaan senang.
2. Keinginan, diartikan sebagai adanya dorongan untuk memiliki.
3. Keyakinan, diartikan sebagai adanya rasa percaya diri individu terhadap kualitas, daya guna dan keuntungan.

2.1.7. Pasar Modal

Secara umum pasar modal diartikan sebagai pasar abstrak sekaligus pasar konkret dengan barang yang dijual belikan adalah dana yang bersifat abstrak, dan bentuk konkretnya adalah lembar surat-surat berharga di bursa efek. Sedangkan pengertian pasar modal menurut J. Bogen adalah suatu sistem yang terorganisir dengan mekanisme resmi untuk mempertemukan penjual dan pembeli efek secara langsung atau melalui wakil-wakilnya (Azura dkk.et.al.2021).

Pasar modal memiliki beberapa fungsi, diantaranya :

- a. Menciptakan pasar secara terus menerus bagi efek yang telah di tawarkan kepada masyarakat.
- b. Menciptakan harga yang wajar bagi efek yang bersangkutan melalui mekanisme penawaran dan permintaan.

c. Untuk membantu dalam pembelanjaan dunia usaha.

Pada dasarnya pasar modal adalah sarana yang mempertemukan penjual dan pembeli dana. Tempat penawaran penjualan efek ini dilaksanakan berdasarkan suatu bentuk lembaga resmi yang disebut bursa efek. Motif dari perusahaan yang menjual sahamnya ialah untuk memperoleh dana yang akan di gunakan dalam pengembangan usahanya dan bagi pemodal adalah untuk mendapatkan penghasilan dari modalnya. Hubungan antara pemodal dan perusahaan yang mengeluarkan saham berbeda dengan hubungan antara pemilik dana dengan bank jika ia menyimpannya. Dalam hal kepemilikan saham ini berarti ia memiliki sebagian besar porsi dari kepemilikan sahamnya (Hati dan Harefa et.al.2019).

2.1.8. Hubungan Antar Variabel

1. Pengaruh *Social media* terhadap Minat Investasi

Social media memainkan membangun minat investasi, terutama bagi generasi muda yang aktif menggunakan platform digital. Media sosial menjadi sarana untuk menyebarkan informasi investasi secara luas dan efektif melalui konten edukatif, diskusi komunitas, dan peran influencer. Fauzianti dan Retnosari (2022) megatakan bahwa media sosial juga mampu mempengaruhi keputusan investasi dengan menyediakan akses mudah ke informasi keuangan dan rekomendasi, meskipun perlu diimbangi dengan literasi keuangan yang memadai untuk menghindari pengambilan keputusan yang tidak rasional.

Media sosial tidak hanya menjadi platform informasi, tetapi juga membangun interaksi yang erat antara calon investor dan sumber informasi,

seperti *platform social media* atau lembaga keuangan. Interaksi ini menciptakan lingkungan yang mendukung pengambilan keputusan investasi, karena calon investor lebih mudah memahami informasi yang disampaikan secara visual, interaktif, atau melalui pengalaman orang lain.

2. Pengaruh Kualitas Informasi terhadap Minat Investasi

Kualitas informasi atau *quality of information* yang disediakan oleh Bursa Efek Indonesia sangat memengaruhi minat mahasiswa untuk berinvestasi. Informasi yang akurat, jelas, relevan, dan mudah diakses dapat membantu mahasiswa merasa lebih yakin dalam mengambil keputusan investasi (Faidah, 2019). Informasi yang berkualitas juga membantu mengurangi ketidakpastian dan risiko kesalahan dalam berinvestasi, yang penting terutama bagi investor pemula.

Menurut penelitian Pangestika dan Ruslianti (2019), mahasiswa cenderung mencari informasi yang disampaikan dengan bahasa yang sederhana dan dilengkapi dengan data yang akurat. Selain itu, fitur transparansi biaya dan risiko yang ditawarkan aplikasi juga meningkatkan kepercayaan mahasiswa. Jika informasi dalam aplikasi dirancang dengan baik, mahasiswa akan merasa lebih aman dan termotivasi untuk melakukan investasi jangka panjang.

3. Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Minat Investasi

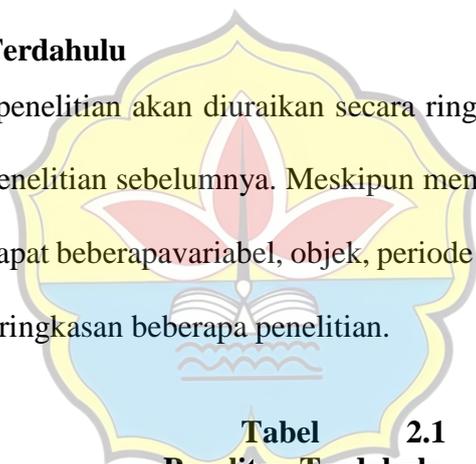
Literasi keuangan adalah faktor yang paling dominan memengaruhi minat investasi mahasiswa. Pengetahuan dasar tentang pengelolaan keuangan, risiko investasi, dan instrumen investasi membantu mahasiswa membuat keputusan yang lebih rasional. Tazkia dan Wijayanti (2022) menyatakan bahwa literasi

keuangan memiliki pengaruh signifikan dan lebih kuat dibandingkan dengan *Social media influencer* dalam membentuk minat investasi.

Mahasiswa dengan tingkat literasi keuangan yang tinggi lebih cenderung berinvestasi di pasar modal karena mereka mampu memahami risiko dan manfaat dari berbagai instrumen investasi. Literasi keuangan yang baik memungkinkan mahasiswa untuk menghindari perilaku herding atau mengikuti tren investasi tanpa memahami risiko yang ada (Fauzianti & Retnosari, 2022). Oleh karena itu, meningkatkan literasi keuangan melalui edukasi formal dan non-formal sangat penting untuk mendorong minat investasi mahasiswa.

2.1.9. Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian akan diuraikan secara ringkas karena penelitian ini mengacu pada penelitian sebelumnya. Meskipun memiliki ruang lingkup yang sama, tetapi terdapat beberapavariabel, objek, periode penelitian dan penentuan sampel. Berikut ringkasan beberapa penelitian.



Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Kamilatur Ro'fati dan Sri Rahayuningsih (2023). <i>Journal of Student Research (JSR)</i> Volume 1, Nomor 2,	Pengaruh Pelatihan Pasar Modal, Return Investasi, Persepsi Resiko, Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Investasi Melalui Aplikasi Online Pada Generasi Z.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pelatihan pasar modal, literasi keuangan, Return Investasi berpengaruh signifikan terhadap minat investasi gen z. Variabel persepsi resiko tidak berpengaruh signifikan terhadap minat investasi gen z. Variabel pelatihan pasar modal, Return Investasi, persepsi resiko, dan literasi keuangan berpengaruh positif dan

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
			signifikan terhadap minat investasi generasi z.
2	Ainun Padilah Siregar , et. al (2023). <i>Student Research Journal</i> , Volume 1, Nomor 3, 395. 31	Pengaruh Literasi Keuangan, Keamanan, Dan Kepercayaan Mahasiswa Terhadap Minat Investasi Online (Studi Kasus Mahasiswa Tingkat Strata Satu)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan, keamanan investasi, dan kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat investasi online pada mahasiswa tingkat strata satu
3	Fioren Akbar Naufal (2023). Skripsi (Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia	Pengaruh Pengetahuan Investasi, Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Resiko Dan Social Influence Terhadap Minat Generasi Milenial dan Generasi Z Untuk Berinvestasi Melalui Aplikasi Bibit	Hasil menunjukkan jika variabel pengetahuan investasi, persepsi manfaat, social Influence berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat generasi milenial dan generasi z untuk berinvestasi di aplikasi bibit. Sedangkan variabel persepsi kemudahan dan resiko investasi tidak berengaruh positif dan signifikan terhadap minat generasi milenial dan generasi z untuk berinvestasi di aplikasi bibit
4	Amanda Laily Yuniawati, Binti Nur Asiyah (2022). <i>Jurnal Economina</i> , Volume 1, Nomor ,4 2022: 830, 829-840	Pengaruh Literasi Keuangan dan Sosialisasi terhadap Minat Berinvestasi Mahasiswa Di Pasar Modal Syariah Melalui Galeri Invesasi Syariah (Studi Pada Mahasiswa MKS UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung).	Hasil penelitiannya adalah literasi keuangan (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berinvestasi mahasiswa. Sedangkan sosialisasi (X2) mempunyai pengaruh signifikan pada minat berinvestasi mahasiswa UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung

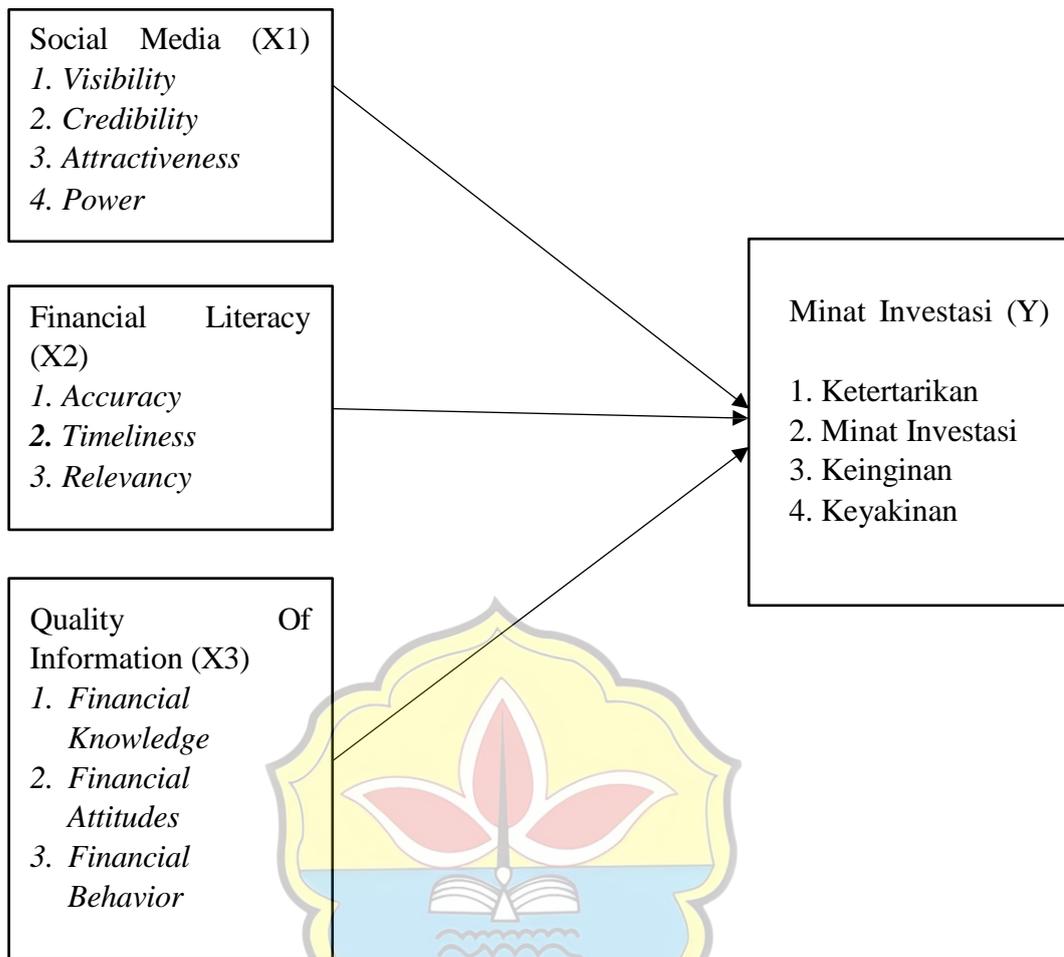
No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
5	Jesti Susanto (2022). Skripsi, Universitas Negeri Malang	Pengaruh Platform Media Sosial Terhadap Minat Generasi Milenial Dalam Berinvestasi Di Pasar Modal	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa platform media sosial berpengaruh positif terhadap minat generasi milenial dalam berinvestasi di pasar modal..
6	Trisnaningsih, Sihabudin dan Robby Fauji (2022). <i>Journal of Business and Economics Research (JBE)</i> Volume 3, Nomor 2, 84.	Pengaruh <i>social media</i> Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Investasi Mahasiswa	Hasil penelitian menunjukkan variabel <i>social media</i> , dan literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat investasi. Secara simultan variabel literasi keuangan dan <i>social media</i> berpengaruh signifikan terhadap minat investasi mahasiswa
7	Afrida Auliaul Umamy (2020). Tesis, (Universitas Internasional Semen Indonesia)	Pengaruh Kualitas Informasi dan Media Sosial terhadap Minat Investasi Mahasiswa di Pasar Modal	Media sosial dan kualitas informasi yang relevan, jelas, dan terpercaya secara signifikan memengaruhi minat mahasiswa untuk berinvestasi di pasar modal.

Sumber : Diolah peneliti, 2024

2.1.10. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan model dari konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Dalam kerangka pemikiran, penulis mencoba untuk menguraikan bagaimanakah pengaruh *financial literacy*, *quality of information*, dan *social media influencer* terhadap minat investasi.

Skema kerangka berpikir pada penelitian ini adalah sebagai berikut :



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

2.1.11. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta yang diperoleh melalui pengumpulan data (Sugiyono, 2018)

1. Diduga *Social Media*, *Quality of information*, *Financial literacy* berpengaruh secara simultan terhadap minat Mahasiswa Anggota KSPM Universitas Jambi berinvestasi di Pasar Modal.

2. Diduga *Social Media, Quality of information, Financial literacy* berpengaruh secara parsial terhadap minat Mahasiswa Anggota KSPM Universitas Jambi berinvestasi di Pasar Modal.

2.2. Metode Penelitian

2.2.1. Metode Penelitian yang Digunakan

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2018) yang dimaksud dengan penelitian kuantitatif adalah: Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

2.2.2. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

ata kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan. Data kuantitatif dapat dianalisis menggunakan statistik atau rumus matematika untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Dalam penelitian ini, data kuantitatif digunakan untuk mengukur variabel-variabel yang diteliti dan disajikan secara numerik. (Sugiyono, 2018)

2. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian adalah subyek dari mana data dapat diperoleh. Sumber data adalah tempat didapatkannya data yang diinginkan. Pengetahuan tentang sumber data merupakan hal yang sangat penting untuk diketahui agar tidak terjadi kesalahan dalam memilih sumber data yang sesuai

dengan tujuan penelitian. Sumber data penelitian ini diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada responden.

Jenis data terbagi menjadi dua yaitu (Sugiyono, 2018):

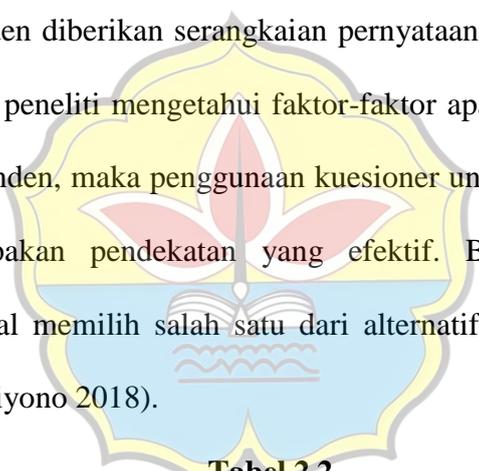
1. Data primer adalah data yang diperoleh peneliti secara langsung (dari tangan pertama), data primer adalah data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner, kelompok fokus, dan panel, atau juga data hasil peneliti dengan narasumber.
2. Data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti dari sumber yang sudah ada, data sekunder misalnya catatan atau dokumentasi, data yang diperoleh dari majalah, dan lain sebagainya.

2.2.3. Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode *Mixed Methods Research*, yaitu kombinasi antara pendekatan kuantitatif dan kualitatif dalam pengumpulan data. Metode kuantitatif dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara online melalui Google Form kepada mahasiswa yang tergabung dalam Kelompok Studi Pasar Modal (KSPM). Kuesioner ini bertujuan untuk mengukur pengaruh *social media*, *financial literacy*, dan *quality of information* terhadap minat mahasiswa dalam berinvestasi di pasar modal. Sementara itu, metode kualitatif diterapkan melalui wawancara dengan ketua KSPM untuk memperoleh wawasan yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat mahasiswa dalam berinvestasi. Dengan pendekatan *Mixed Methods Research*, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif dan mendukung analisis data secara lebih holistik.

Kebenaran data yang dikumpulkan selama penelitian mempunyai dampak besar pada hasil penelitian. Instrumen penelitian, atau peralatan pengumpulan data, harus sah dan dapat diandalkan agar datanya benar. Selain keakuratan instrumen penelitian, prosedur pengumpulan data juga harus sesuai atau dapat diterima dengan data yang harus diperoleh. (Swarjana, 2012 : 104). Metode pengumpulan data dengan cara membagikan kuesioner secara online yaitu dengan menggunakan google form sebagai medianya. Kuisisioner tersebut disebar mulai bulan November 2024 sampai Desember 2024.

Kuesioner merupakan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data di mana responden diberikan serangkaian pernyataan atau pertanyaan tertulis untuk diisi. Jika peneliti mengetahui faktor-faktor apa yang harus dinilai dan preferensi responden, maka penggunaan kuesioner untuk mengumpulkan data mungkin merupakan pendekatan yang efektif. Bentuk pernyataan dan responden tinggal memilih salah satu dari alternatif jawaban menggunakan skala likert (Sugiyono 2018).



Tabel 2.2
Skala Likert Pendapat Responden

Pendapat Responden	Skor
Sangat tidak setuju	1
Tidak setuju	2
Cukup setuju	3
Setuju	4
Sangat setuju	5

2.2.4. Populasi dan Sampel

2.2.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2018) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subjek yang mempunyai kuantitas atau karakteristik

tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi bukan hanya orang atau manusia melainkan juga objek dan benda-benda lain. Populasi juga meliputi seluruh karakteristik dan sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek tersebut. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Jambi yang merupakan anggota KSPM. Menurut data yang diperoleh dari ketua KSPM Universitas Jambi jumlah anggota KSPM di tahun 2024 adalah 442 dan jumlah investor adalah 135

2.2.4.2. Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu. Maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi (Sugiyono, 2018). Teknik yang untuk pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu teknik *probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang didasarkan pada prinsip penilaian acak atau random. Sedangkan metode yang digunakan yaitu *purposive sampling* dimana pemilihan sampel dilakukan secara sadar dan sesuai dengan kriteria tertentu atau faktor tertentu yang berkaitan dengan tujuan penelitian yang harus dicapai. Pengambilan sampel ini sesuai kriteria berikut:

- a. Mahasiswa Anggota KSPM Universitas Jambi angkatan 2021-2024
- b. Mahasiswa Anggota KSPM yang memiliki rekening investasi

Dalam menentukan besarnya sampel (sampel size) pada penelitian ini didasarkan pada perhitungan yang dikemukakan oleh Slovin, yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N((e)^2)}$$

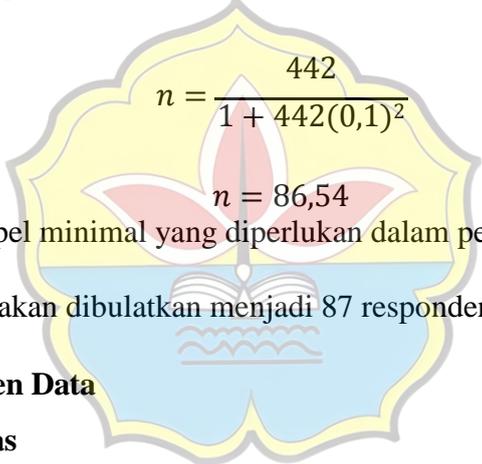
Keterangan :

n : Jumlah sampel

N : ukuran populasi yaitu jumlah mahasiswa anggota KSPM Universitas Jambi

e : Persen kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan sebanyak 10% (0,1)

Berdasarkan rumus tersebut, maka jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini dengan data yang diperoleh dari data rekapitulasi jumlah mahasiswa anggota KSPM Universitas Jambi.


$$n = \frac{442}{1 + 442(0,1)^2}$$

$$n = 86,54$$

maka sampel minimal yang diperlukan dalam penelitian ini adalah 86,54 responden yang akan dibulatkan menjadi 87 responden.

2.2.5. Uji Instrumen Data

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Suatu indikator dikatakan valid dengan ketentuan nilai r hitung lebih besar dari r tabel maka instrument penelitian atau kuesioner adalah valid. Nilai r tabel dapat diketahui dengan melihat pada tabel nilai r product moment (Ghozali, 2011).

b. Uji Reabilitas

Reliabilitas menunjukkan bahwa sesuatu instrumen cukup dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Reliabilitas menunjuk pada komponen kuesioner selanjutnya dilakukan uji reliabilitas untuk mengetahui seberapa akurat komponen kuesioner yang digunakan pada penelitian. Untuk reliabilitas dari data penelitian menggunakan *Cronbach's alpha coefficients* dengan bantuan software SPSS 20.0 for windows. Suatu variable dikatakan reliable jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$. Semakin nilai alphanya mendekati satu maka nilai reliabilitas datanya semakin terpercaya. (Ghozali, 2011).

2.2.6. Alat Analisis Data

2.2.6.1. Uji Asumsi Klasik

Beberapa tahapan uji asumsi klasik yang dikemukakan oleh Ghozali yaitu sebagai berikut: (Ghozali, 2011)

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk memastikan apakah data yang diperoleh berdistribusi normal atau tidak. Uji *Kolmogorov Smirnov* satu arah dapat digunakan untuk melakukan uji normalitas. Menganalisis nilai signifikansi data memungkinkan seseorang menarik kesimpulan apakah data tersebut mengikuti distribusi normal atau tidak. Jika signifikan $> 0,05$ maka variabel berdistribusi normal dan sebaliknya jika signifikan $< 0,05$ maka variabel tidak berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas yaitu dengan menghitung koefisien korelasi antar variabel independen. Selanjutnya, kesalahan standar estimasi model dalam penelitian dipastikan menggunakan teknik ini. Jika nilai VIF > 10 maka terdapat multikolinieritas antar variabel bebas. Dan jika nilai VIF < 10 maka tidak terdapat multikolinieritas antar variabel bebas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas yaitu suatu keadaan di mana kesalahan dan varian pengganggu bervariasi menurut masing-masing variabel independen. Model regresi yang bebas heteroskedastisitas dianggap berkualitas tinggi. Penggunaan korelasi Spearman merupakan salah satu langkah yang harus dilakukan untuk mengetahui apakah hasil regresi mempunyai indikasi heteroskedastisitas.¹⁴³ Tujuan pengujian ini adalah untuk mencari nilai absolut unstandardized regresi tidak terstandar yang berfungsi sebagai variabel terikat, sebagai respons terhadap variabel bebas x . Jika hasil uji lebih dari signifikan ($r > 0,05$) berarti tidak terjadi heteroskedastisitas dan sebaliknya jika hasil uji dibawah signifikan ($r < 0,05$) berarti terjadi heteroskedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam regresi linear ada korelasi antarkesalahan pengganggu (residual) pada periode t dengan kesalahan pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada masalah autokorelasi. Uji Autokorelasi berkaitan dengan pengaruh observer atau

data dalam satu variabel yang saling berhubungan satu sama lain (Ghozali, 2011).

Dasar pengambilan keputusan untuk uji autokorelasi sebagai berikut:

1. Jika nilai dw (Durbin Watson) lebih kecil dari dL atau lebih besar dari (4-dL) maka hipotesis nol ditolak yang berarti terdapat autokorelasi.
2. Jika nilai dw (Durbin Watson) terletak antara dU dan (4-dU) maka hipotesis nol diterima yang berarti tidak ada autokorelasi.
3. Jika nilai dw (Durbin Watson) terletak antara dL dan dU atau diantara (4-dU) dan (4-dL) maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti.

2.2.6.2. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Selain itu digunakan untuk memverifikasi kebenaran teori yang dikemukakan dalam penelitian ini, modelnya adalah (Widarjono, 2017)

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \varepsilon$$

Keterangan :

a = Konstanta

Y = minat investasi

b1 = koefisien *influencer* media social

b2 = koefisien *quality of information*

b3 = koefisien *financial literacy*

ε = *error standard*

X1 = *Social media influencer*

X2 = *quality of information*

X3 = *financial literacy*

2.2.6.4 Metode of Succesive Internal (MSI)

Pada penelitian ini, data hasil jawaban kuisioner merupakan data ordinal. Pada instrumen penelitian ini skala pengukuran yang digunakan adalah skala ordinal dengan bentuk *Likert Scale* yang jawabannya terdiri dari yang sangat tidak setuju sampai dengan sangat setuju. Untuk itu, perlu dilakukan transformasi data dari ordinal ke interval menggunakan MSI (*Method of Succesive Internal*) (Sugiyono, 2018).

2.2.6.5. Pengujian Hipotesis

a. Uji f

Pengujian signifikansi model regresi secara simultan (Uji F) dilakukan dengan memeriksa nilai signifikansi (sig) yang menunjukkan apakah variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen apabila nilai sig kurang dari 0,05. Pengaruh simultan variabel independen dan variabel dependen ditunjukkan dengan uji F-statistik.

Kriteria

1. Jika $F_{hitung} > F_{Tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima begitu juga sebaliknya
2. Jika $p < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima begitu juga sebaliknya

b. Uji t

Uji t menunjukkan sejauh mana suatu variabel penjelas atau variabel independen memberikan kontribusi terhadap penjelasan variabel dependen. Suatu variabel independen mempunyai pengaruh yang besar terhadap variabel dependen apabila nilai probabilitas signifikansinya kurang dari 0,05. Apabila

tingkat signifikan (α) kurang dari 0,05 maka hipotesis diterima dan jika lebih dari 0,05 maka hipotesis ditolak.

Berikut adalah kriteria uji t (Sunyoto, 2011 : 229)

1. Jika $t_{hitung} > t_{Tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima begitu juga sebaliknya
2. Jika $p < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima begitu juga sebaliknya

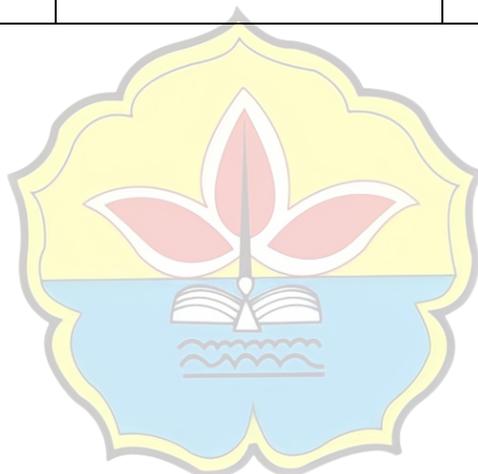
c. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) dalam model regresi linier berganda digunakan untuk menghitung kontribusi seluruh variabel independen terhadap variabel dependen. Korelasi yang lebih besar akan terjadi antara variabel independen dan dependen jika nilai R^2 mendekati 1. Sebaliknya, hubungan yang lebih lemah akan terjadi antara variabel independen dan dependen jika nilai yang dihasilkan (R^2) mendekati 0. Jika ada tambahan variabel independen dimasukkan dalam model, nilai (R^2) dapat naik atau turun (Ghozali, 2011)

Tabel 2.3
Tabel Operasional

No	Variabel	Definisi	Indikator	Pengukuran
1.	(Y) Minat Investasi	Minat investasi adalah kecenderungan seseorang untuk berinvestasi berdasarkan motivasi tertentu, seperti keuntungan finansial, keamanan dana, dan peluang pertumbuhan nilai investasi. (Fahmi,2014)	1. Ketertarikan 2. Minat Investasi 3. Keinginan 4. Keyakinan Nur Aini, dkk (2019 : 45)	Skala likert
2.	(X1) <i>Social media</i>	Media sosial adalah platform komunikasi berbasis internet yang memungkinkan individu dan komunitas berbagi, berinteraksi, serta menciptakan dan bertukar informasi dalam berbagai format. McQuail, (2011)	1. <i>Visibility</i> 2. <i>Credibility</i> 3. <i>Attractiveness</i> 4. <i>Power</i> Oseifuah, E.K (2010 : 172)	Skala likert

No	Variabel	Definisi	Indikator	Pengukuran
3.	(X2) <i>financial literacy</i>	Financial literacy adalah kemampuan untuk menggunakan pengetahuan dan keterampilan keuangan dalam mengelola sumber daya keuangan pribadi secara efektif untuk kesejahteraan jangka panjang. Huston, (2020)	1. <i>Accuracy</i> 2. <i>Timeliness</i> 3. <i>Relevancy</i> 4. Lengkap Deni Darmawan dan Kunkun Nur Fauzi, (2013 : 2)	Skala Likert
4.	(X3) <i>Quality of Information</i>	Informasi yang berkualitas memiliki tiga karakteristik utama: akurat (<i>accuracy</i>), tepat waktu (<i>timeliness</i>), dan relevan (<i>relevance</i>) Jogiyanto, (2005).	1. <i>Financial Knowledge</i> 2. <i>Financial Attitudes</i> 3. <i>Financial Behavior</i> Rositer dan Percy dalam Phoebe (2019 : 47)	Skala Likert



BAB III

GAMBARAN UMUM

3.1. Tentang Kelompok Studi Pasar Modal Universitas Jambi

3.1.1 Pengenalan KSPM UNJA

Demi meningkatkan inklusi dan literasi pasar modal di Indonesia bagi mahasiswa dan masyarakat, maka KSPM Universitas Jambi berdiri dan dinaungi oleh Galeri Investasi Universitas Jambi, yang merupakan kerja sama antara Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi dengan Phillip Sekuritas Indonesia.

Pada periode kepengurusan 2023-2024, KSPM Universitas Jambi memiliki visi “Menjadikan KSPM sebagai rumah untuk berproses menjadi investor yang berkualitas dan berkarakter di pasar modal.” Dengan misi sebagai berikut.

- a. Menjunjung tinggi nilai kekeluargaan dan menumbuhkan tanggung jawab
- b. Menjadikan anggota KSPM sebagai investor yang cerdas, terampil, dan berkarakter di bidang pasar modal
- c. Menjadikan KSPM sebagai wadah bagi Mahasiswa UNJA untuk mengembangkan wawasan di bidang pasar modal
- d. Menciptakan anggota KSPM yang berprestasi di berbagai bidang terkhusus di bidang pasar modal
- e. Menjadikan KSPM dikenal luas sebagai pusat informasi seputar pasar modal.

Wadah pelaksana ekstrakurikuler di bidang pasar modal, merupakan fungsi KSPM UNJA bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi. Dengan tugas KSPM UNJA adalah mendukung inklusi dan literasi pasar modal Indonesia; melakukan edukasi dan sosialisasi terkait pasar modal kepada mahasiswa

dan masyarakat umum; melayani pembukaan akun investasi di pasar modal; meningkatkan jumlah transaksi di pasar modal Indonesia.

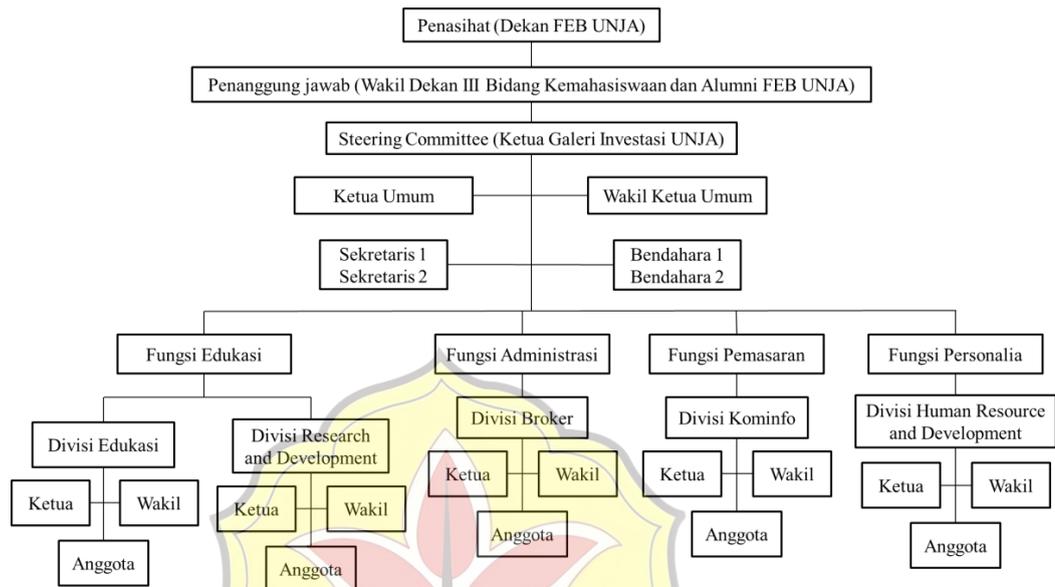
3.1.2. Program Unggulan KSPM Universitas Jambi

KSPM UNJA memiliki program kerja besar/unggulan dalam suatu periode kepengurusannya. Berikut program unggulan dari KSPM UNJA Periode 2023/2024.

1. Sekolah Pasar Modal Program diselenggarakan untuk meningkatkan pengetahuan dan menerapkan kompetensi mengenai pasar modal terutama menjadi seorang investor hebat, khususnya untuk mahasiswa yang sudah tergabung dalam KSPM maupun masyarakat umum.
2. *Jambi Financial Inclusion* Dalam rangka memperingati bulan inklusi keuangan, terdapat program berupa seminar/webinar/*talkshow* berikut kegiatan/*games*/perlombaan terkait. Program ini juga dilakukan untuk meningkatkan literasi keuangan atau melek investasi bagi masyarakat Jambi, khususnya mahasiswa.
3. *KSPM Goes To Campus* Bertujuan untuk mengenalkan dan mensosialisasikan pasar modal, pembukaan akun saham kepada seluruh mahasiswa Universitas Jambi, khususnya pada lingkup Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Kegiatan ini dilakukan dengan cara masuk ke kelas perkuliahan.
4. Seminar/webinar pasar modal Tentang pengenalan investasi pasar modal yang mendatangkan pemateri ahli. Peserta berasal dari mahasiswa dan masyarakat umum. Bertujuan untuk memperkenalkan dasar-dasar investasi beserta analisisnya.

5. Pembukaan rekening saham Sebagai fasilitator bagi calon investor, khususnya membantu mahasiswa dalam pembukaan rekening dana nasabah (akun investasi).

3.2. Devisi KSPM Universitas Jambi



Sumber : Kelompok studi pasar modal Jambi

Gambar 3.1. Struktur KSPM Universitas Jambi

Terlihat pada gambar 3.1, struktur KSPM UNJA yang terdiri atas lima divisi kerja, dengan penjelasan sebagai berikut.

1. Divisi Edukasi

Menjadi pelaksana kegiatan edukasi, berkontribusi dalam kegiatan terkait peningkatan prestasi anggota, memfasilitasi kegiatan edukasi seputar pasar modal. Tupoksi:

- a. Menyiapkan bahan materi untuk diajarkan kepada anggota
- b. Mengadakan pembelajaran pasar modal secara konsisten kepada seluruh anggota

- c. Menjadi pelaksana kegiatan edukasi, dengan pembicara internal maupun eksternal KSPM UNJA
- d. Mendukung anggota yang ingin mengikuti lomba terkait pasar modal

2. Divisi *Research & Development* (RnD)

Menjadi pusat pengimplementasian pengetahuan pasar modal dengan menghasilkan analisis seputar pasar modal. Tupoksi:

- a. Menjadi pusat kegiatan praktek hasil kegiatan Divisi Edukasi
- b. Menyiapkan analisis dan membagikannya ke sosial media, baik analisis fundamental perusahaan ataupun analisis pergerakan harga saham
- c. Menyiapkan bahan materi untuk dibagikan ke berbagai sosial media

3. Divisi Broker

Menjadi pusat otorisasi data nasabah, serta melayani calon nasabah terkait administrasi pembukaan rekening dana nasabah (RDN). Tupoksi:

- a. Menjadi garda terdepan dalam menangani administrasi nasabah Galeri Investasi UNJA
- b. Mengotorisasi data-data nasabah secara rapi dan teratur
- c. Menguasai tata cara pembukaan RDN dan pemakaiannya
- d. Mengatasi keluhan-keluhan nasabah terkait pembukaan RDN

4. Divisi Kominfo

Menjadi penghubung KSPM Universitas Jambi dengan pihak terkait dan mempublikasikan segala aktivitas organisasi kepada masyarakat umum melalui berbagai *platform digital*. Tupoksi:

- a. Menunjukkan keaktifan KSPM Universitas Jambi
- b. Mendokumentasikan berbagai kegiatan KSPM dan membagikan ke sosial media
- c. Bertanggung jawab membuat berbagai kebutuhan pamflet, spanduk, poster yang diperlukan
- d. Merayakan (bentuk kepedulian) semua hari-hari besar termasuk ulang tahun anggota, ucapan selamat, ucapan duka.

5. Divisi *Human Resources Development* (HRD)

Mengurus sumber daya manusia dalam organisasi, mulai dari *open recruitment* hingga pemberhentian keanggotaan, termasuk memotivasi anggota dalam peningkatan etos kerja. Tupoksi:

- a. Mengontrol dan mengevaluasi kinerja antar divisi
- b. Meningkatkan kualitas SDM dalam keorganisasian
- c. Mengatur kerapian dan kelengkapan seluruh data mengenai anggota

3.3. Gambaran Mahasiswa KSPM Universitas Jambi

Pengumpulan sampel pada penelitian ini dengan alternatif kuesioner yang mana akan didapatkan data identitas responden sebagai bahan informasi yang dibutuhkan peneliti. Karakteristik responden pada penelitian ini meliputi: Jenis Kelamin, Fakultas dan Angkatan, yang akan dijelaskan pada bagian berikut:

a. Jenis Kelamin

Tabel 3.1.
Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1.	Perempuan	54	62,07%
2.	Laki-laki	33	37,93%
Total		87	100%

Sumber : Dokumen KSPM Universitas Jambi 2023/2024

Terlihat dari tabel diatas bahwa anggota KSPM Universitas Jambi yang dikumpulkan sebagai sampel penelitian adalah sebanyak 87 sampel, yang mana didominasi oleh perempuan dengan jumlah persentase 62,07% atau sebanyak 54 orang dan sebagian lainnya adalah laki-laki dengan jumlah persentase 37% atau sebanyak dengan 33 orang.

b. Prodi

Tabel 3.2.
Deskripsi Responden Berdasarkan Prodi

No	Prodi	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1.	Akuntansi	45	51,72%
2.	Ekonomi Pembangunan	17	19,54%
3.	Manajemen Pemasaran	13	14,94%
4.	Ilmu Ekonomi	12	13,79%
Total		87	100%

Terlihat dari tabel 3.2. bahwa responden terbanyak berasal dari Program Studi Akuntansi dengan persentase sebesar 51,72% atau sebanyak 45 responden. Kemudian, diikuti oleh Program Studi Ekonomi Pembangunan dengan persentase sebesar 19,54% atau sebanyak 17 responden. Selanjutnya, Program Studi Manajemen Pemasaran

memiliki jumlah responden sebanyak 13 orang atau setara dengan 14,94%. Terakhir, Program Studi Ilmu Ekonomi memiliki jumlah responden sebanyak 12 orang atau 13,79%. Secara keseluruhan, total jumlah responden dalam penelitian ini adalah 87 orang atau 100%.

c. Angkatan

Tabel 3.3
Deskripsi Responden berdasarkan Angkatan

No	Angkatan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1.	2021	20	22,99%
2.	2022	22	25,29%
3.	2023	23	26,44%
4.	2024	22	25,29%
Total		87	100%

Sumber : Dokumen KSPM Universitas Jambi 2023/2024

Berdasarkan tabel di atas, jumlah mahasiswa anggota KSPM Universitas Jambi terbanyak berasal dari angkatan 2023 dengan jumlah 23 orang atau 26,44%. Selanjutnya, angkatan 2022 dan 2024 memiliki jumlah yang sama, yaitu 22 orang atau 25,29%. Sedangkan angkatan 2021 memiliki jumlah anggota 20 orang atau 22,99%. Secara keseluruhan, jumlah responden dalam penelitian ini adalah 87 mahasiswa yang tergabung dalam KSPM Universitas Jambi.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian uji validitas

4.1.1 Uji Instrumen Data

4.1.1.1 Uji Validitas

Uji validitas (uji ketepatan) digunakan untuk mengetahui apakah kuesioner yang disusun tersebut itu valid atau sah, maka perlu diuji dengan uji korelasi antara skor (nilai) tiap-tiap item pertanyaan dengan skor total kuesioner tersebut. Uji validitas digunakan untuk menguji sejauh mana ketepatan alat pengukur dapat mengungkapkan konsep gejala/kejadian yang diukur. Item kuesioner dinyatakan valid apabila nilai r hitung $>$ r tabel, jika angka korelasi yang diperoleh lebih besar daripada angka r tabel maka instrument valid. (Sugiyono, 2017).

Pada penelitian ini kuesioner diuji kepada 87 sampel ($n=87$, $df=83 \rightarrow n-k-1 = 87-3-1 = 83$) dengan tingkat signifikansi 5% dan tingkat signifikansi didapatkan r -tabel adalah 0,2133.

Didapatkan nilai r -hitung untuk seluruh pertanyaan pada kuesioner dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.1
Hasil Uji Validitas Kuesioner

Variabel	Item	r-hitung	r-tabel	Kesimpulan
	1	0,757	0,2133	Valid
	2	0,829	0,2133	Valid
	3	0,460	0,2133	Valid

Variabel	Item	r-hitung	r-tabel	Kesimpulan
<i>Social Media</i> (X ₁)	4	0,670	0,2133	Valid
	5	0,328	0,2133	Valid
	6	0,450	0,2133	Valid
	7	0,697	0,2133	Valid
	8	0,664	0,2133	Valid
	9	0,454	0,2133	Valid
	10	0,265	0,2133	Valid
<i>Financial Literacy</i> (X ₂)	1	0,428	0,2133	Valid
	2	0,754	0,2133	Valid
	3	0,505	0,2133	Valid
	4	0,288	0,2133	Valid
	5	0,286	0,2133	Valid
	6	0,407	0,2133	Valid
	7	0,829	0,2133	Valid
	8	0,800	0,2133	Valid
	9	0,377	0,2133	Valid
	10	0,240	0,2133	Valid
<i>Quality Of Information</i> (X ₃)	1	0,272	0,2133	Valid
	2	0,534	0,2133	Valid
	3	0,621	0,2133	Valid
	4	0,388	0,2133	Valid
	5	0,229	0,2133	Valid
	6	0,320	0,2133	Valid
	7	0,210	0,2133	Valid
	8	0,456	0,2133	Valid
	9	0,363	0,2133	Valid
	10	0,436	0,2133	Valid
Minat Investasi	1	0,538	0,2133	Valid

Variabel	Item	r-hitung	r-tabel	Kesimpulan
(Y)	2	0,535	0,2133	Valid
	3	0,606	0,2133	Valid
	4	0,273	0,2133	Valid
	5	0,725	0,2133	Valid
	6	0,376	0,2133	Valid
	7	0,356	0,2133	Valid
	8	0,535	0,2133	Valid
	9	0,673	0,2133	Valid

Berdasarkan tabel tersebut maka dapat dilihat keseluruhan indikator variabel anggaran *Social media, financial of literacy, quality of information* dan minat investasi yang terdiri dari pernyataan untuk masing-masing variabel dinyatakan valid karena nilai r hitung lebih besar dari pada r tabel 0,2133 dan diperoleh kesimpulan bahwa instrumen kuisioner layak dan dapat digunakan untuk penelitian. Setelah melalui tahap validasi oleh validator, selanjutnya responden mengisi dan menjawab kuisioner yang telah peneliti sebariskan lalu melakukan uji validitas menggunakan program SPSS versi 27.

4.1.1.2 Uji Reabilitas

Uji reliabilitas terkait dengan kendala alat ukur, seberapa jauh alat ukur dapat menghasilkan hasil yang kurang lebih sama ketika diterapkan pada sampel yang sama. Untuk reliabilitas dari data penelitian menggunakan *Cronbach's alpha coefficients* dengan bantuan software SPSS 27.0 for windows. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,60. Semakin nilai

alphanya mendekati satu maka nilai reliabilitas datanya semakin terpercaya. (Supriyanto dkk, 2013)

Tabel 4.2
Hasil Uji Reabilitas Kuesioner

Variabel	Jumlah Item	<i>Cronbach's Alpha</i>	Status
<i>Social Media</i> (X ₁)	10	0,739	Reliabel
<i>Quality of Information</i> (X ₂)	10	0,632	Reliabel
<i>Quality Of Information</i> (X ₃)	10	0,769	Reliabel
Minat Investasi (Y)	9	0,658	Reliabel

Berdasarkan tabel tersebut maka dapat dilihat bahwa variabel anggaran berbasis kinerja dan akuntabilitas kinerja memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel dalam penelitian ini berstatus reliabel dan layak dilakukan uji selanjutnya.

4.1.1.3 MSI

Data dari penelitian ini merupakan skala likert yang diperoleh dari hasil jawaban responden kemudian dilakukan skoring sehingga berbentuk data ordinal, maka digunakan *Method of Successive Internal* atau MSI, yang merupakan suatu metode untuk mentransformasikan data ordinal menjadi interval agar dapat dilakukan analisis secara parametrik. Hasil MSI data penelitian ini untuk variabel *Social media* dapat dilihat pada lampiran 7 pada halaman 104, untuk data MSI variabel *Financial Literation* dapat dilihat pada halaman 107, untuk data MSI variabel *Quality of Information* dapat dilihat pada halaman 110 dan untuk data MSI variabel minat investasi dapat dilihat pada halaman 113.

4.1.2 Uji Asumsi Klasik

4.1.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas berfungsi untuk memastikan data yang telah terkumpul berdistribusi normal atau tidak. Uji *Kolmogrov Smirnov* digunakan untuk melakukan uji normalitas. Variabel berdistribusi normal jika nilai signifikan $> 0,05$, sebaliknya jika nilai signifikan $< 0,05$ maka variabel tersebut tidak terdistribusi normal (Wiratna,2015). Hasil uji normalitas pada penelitian ini yaitu :

Tabel 4.3
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	21,2680412
	Std. Deviation	5,02079189
Most Extreme Differences	Absolute	,084
	Positive	,077
	Negative	-,095
Test Statistic		,095
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		,268 ^{e,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,268, artinya telah memenuhi syarat asumsi normalitas dikarenakan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 yaitu $0,268 > 0,05$. Dengan demikian model regresi berdistribusi normal atau memenuhi syarat asumsi normalitas.

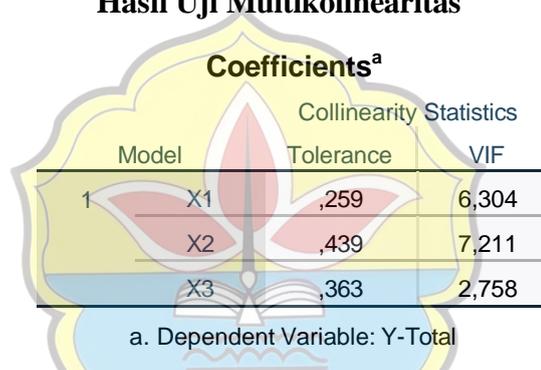
4.1.2.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui tidak adanya korelasi antar variabel bebas yaitu *Social media*, *financial literacy* dan *quality*

of information. Sehingga dengan uji ini dapat diketahui bahwa untuk masing-masing variabel bebas memang benar-benar bebas. Dalam penelitian ini, untuk melakukan uji multikolinearitas menggunakan program aplikasi SPSS. Adapun hipotesisnya adalah dengan dasar pengambilan keputusan:
 Jika skor VIF < 10 dan tolerance > 0,10 artinya tidak terjadi multikolinearitas
 Jika skor VIF > 10 dan tolerance < 0,10 artinya terjadi multikolinearitas
 (Rohmad,2016)

Berikut hasil uji multikolinearitas pada penelitian ini:

Tabel 4.4
Hasil Uji Multikolinearitas



Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X1	,259	6,304
	X2	,439	7,211
	X3	,363	2,758

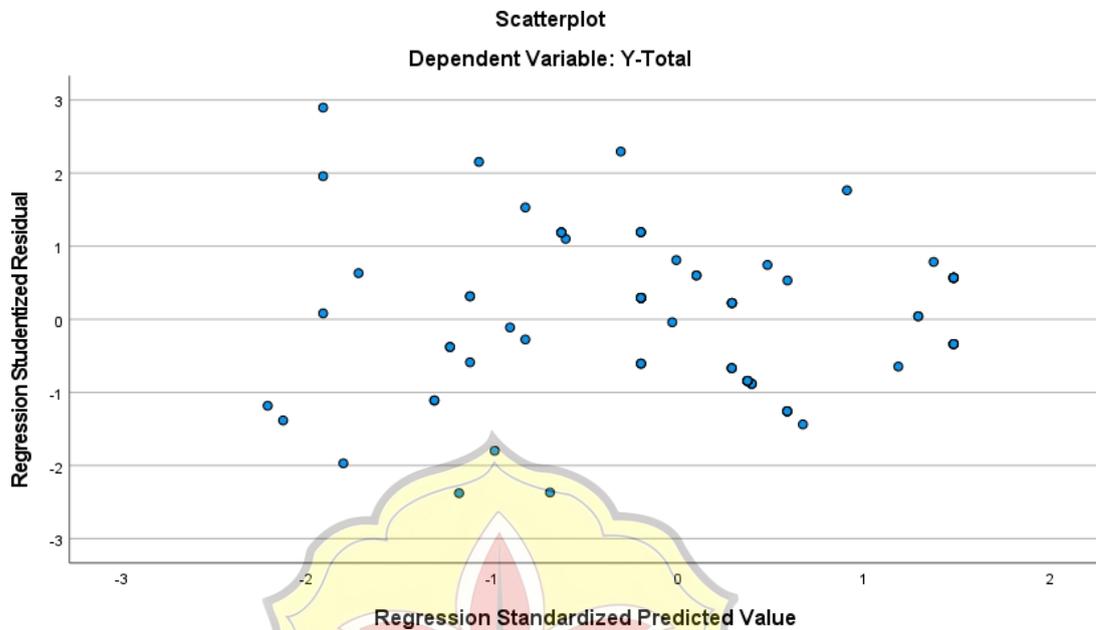
a. Dependent Variable: Y-Total

Berdasarkan tabel tersebut, terlihat bahwa nilai VIF jika dibandingkan maka nilai VIF < 10, selain itu jika dilihat pada nilai tolerance maka terlihat bahwa nilai tolerance > 0,10. Jadi dapat disimpulkan bahwa antara *social media*, *financial literacy* dan *quality of information* tidak terjadi multikolinearitas. Dengan tidak adanya multikolinieritas, maka menunjukkan bahwa hubungan yang tinggi antar variabel independen.

4.1.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke

pengamatan lain. Hasil uji heteroskedastisitas yang dilakukan dengan menggunakan grafik *scatterplot* dari pengolahan SPSS Statistics 27 pada penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar grafik *scatterplot* tersebut dapat terlihat bahwa model regresi tidak membentuk pola tertentu dalam grafik sehingga tidak mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. Terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak baik diatas maupun dibawah sumbu 0. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi dalam penelitian ini.

4.1.2.4 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dan kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya ($t - 1$). Apabila terjadi korelasi maka hal

tersebut menunjukkan adanya problem autokorelasi. Hasil uji autokorelasi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.5
Hasil Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,473 ^a	,328	,314	2,34482	1,734

a. Predictors: (Constant), X1,X2,X3

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui nilai *durbin watson* sebesar 1,734. Pada penelitian ini sampel berjumlah 87 dan jumlah variabel ada 4 variabel, sehingga setelah dilihat dari tabel *durbin watson* di Lampiran 14 maka diperoleh nilai *dL* sebesar 1,5808 dan nilai *dU* sebesar 1,7232. Nilai *durbin watson* penelitian ini termasuk pada kriteria nilai *durbin watson* terletak antara *dU* dan $(4-Du)$ yaitu $1,7232 < 1,5808 < 2,2678$. Artinya telah memenuhi syarat uji autokorelasi point nomor 2 pada halaman 48 dan dapat disimpulkan tidak ada terjadi autokorelasi.

4.1.3 Uji Regresi Linier Berganda

Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan program SPSS, diperoleh hasil analisis regresi berganda sebagai berikut:

Tabel 4.6
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	8,027	1,543	

X1Total	,237	,083	,355
X2Total	,421	,054	,558
X3 Total	,100	,074	,325

a. Dependent Variable: Pendapatan

Dari hasil analisis program SPSS maka dapat diketahui persamaan regresi yang terbentuk. Adapun persamaan regresi linier yang terbentuk adalah:

$$Y = 8,027 + 0,237 X_1 + 0,421 X_2 + 0,100 X_3$$

- 1) Konstanta (a) = **8,027**

Hal ini berarti jika semua variabel independent (*social media*, *financial literacy* dan *quality of information*) dianggap sama dengan nol (0) maka nilai variabel dependent (pendapatan) sebesar 8,027.

- 2) *Social media* (X_1) = + **0,237**

Nilai koefisien variabel *social media* bertanda positif terhadap pendapatan dengan nilai koefisien regresi sebesar + 0,237. Hal ini menunjukkan bahwa setiap nilai variabel *social media* dinaikkan 1 point atau satuan sementara, maka variabel pendapatan (Y) akan meningkat sebesar 0,237.

- 3) *Financial Literacy* (X_2) = + **0,421**.

Nilai koefisien variabel *Payment Gateway* bertanda positif terhadap pendapatan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,421. Hal ini menunjukkan bahwa setiap nilai variabel *financial literacy* dinaikkan 1 point atau satuan sementara, maka variabel pendapatan (Y) akan meningkat sebesar 0,421.

- 4) *Quality of Information* (X_3) = + **0,100**.

Nilai koefisien variabel *Quality of Information* bertanda positif terhadap pendapatan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,100. Hal ini menunjukkan bahwa setiap nilai variabel *quality of information* dinaikkan 1 point atau satuan sementara, maka variabel pendapatan (Y) akan meningkat sebesar 0,100.

4.1.4 Uji Hipotesis

4.1.4.1 Uji F

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel bebas *social media* (X_1), *financial literacy* (X_2), *quality of information* (X_3) berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat (minat investasi). Berikut merupakan hasil uji F yang disajikan pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.7
Hasil Uji F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	15.212	3	5.071	48,841	,000 ^b
	Residual	7.839	83	1,272		
	Total	23.051	86			

a. Dependent Variable: Y-Total
b. Predictors: (Constant), X1 Total, X2Total, X3Total

Berdasarkan hasil uji F dengan bantuan perhitungan dari program SPSS 27 maka diperoleh nilai F_{hitung} sebesar $48,841 > 2,715 F_{Tabel}$, ini berarti ada pengaruh dan didapatkan nilai signifikansi sebesar 0,000 kurang dari 0,05 yaitu $0,000 < 0,05$ sehingga tolak H_0 dan diterima H_a . Maka dapat disimpulkan bahwa variabel *social media*, *financial literacy* dan *quality of information* secara bersama-sama mempengaruhi secara positif dan signifikan mempengaruhi minat investasi.

4.1.4.2 Uji t

Uji *t* bertujuan untuk melihat secara parsial apakah pengaruh masing-masing variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) bermakna atau tidak. Uji *t* dapat dilihat dari nilai signifikansi dan nilai *t* hitung. Apabila nilai signifikansi < 0,05 maka ada pengaruh antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

Hasil pengujian uji *t* dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.8
Hasil Uji t
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.	
	B	Std. Error	Coefficients Beta			
1	(Constant)	6,027	3,543		3,147	,003
	X1Total	,237	,083	,355	2,860	,004
	X2Total	,243	,100	,558	4,204	,000
	X3 Total	,100	,074	,302	3,019	,003

a. Dependent Variable: Y-Total

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan diperoleh nilai:

1) *Social media* (X_1) terhadap pendapatan (Y)

Diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ $2,860 > 1.989$ yang berarti terdapat pengaruh.

Sedangkan nilai signifikansi hasil uji *t* sebesar 0,004. Hasil perhitungan tabel menyatakan bahwa *social media* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan ($0,004 < 0,05$) maka H_0 ditolak. Besarnya pengaruh *social media* secara parsial terhadap minat investasi, artinya *social media* mampu mempengaruhi minat investasi.

2) *Financial literacy* (X_2) terhadap pendapatan (Y)

Diperoleh nilai hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $4,204 > 1.989$ sedangkan hasil

nilai signifikansi uji t sebesar 0,000. Hasil perhitungan tabel menyatakan bahwa *financial literacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan ($0,000 < 0,05$). Besarnya pengaruh *financial literacy* secara parsial terhadap pendapatan artinya *financial literacy* mampu mempengaruhi minat investasi.

3) *Quality of information* (X_3) terhadap investasi (Y)

Diperoleh nilai hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3,019 > 1,989$. sedangkan hasil nilai signifikansi uji t diperoleh sebesar 0,003. Hasil perhitungan tabel menyatakan bahwa *Quality of information* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan ($0,003 < 0,05$). Besarnya pengaruh *quality of information* secara parsial terhadap pendapatan artinya *quality of information* mampu mempengaruhi minat investasi.

4.1.4.3 Koefisien Determinasi

Untuk melihat besarnya pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent secara keseluruhan dapat dilihat pada tabel model summary berikut ini:

Tabel 4.9
Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,393 ^a	,597	,421	1,12776

a. Predictors: (Constant), X3 Total, X2Total, X1Total

Berdasarkan tabel tersebut diperoleh nilai R sebesar 0,393 yang mengindikasikan korelasi sedang antara variabel independen (*social media*, *financial literacy*, dan *quality of information*) mempengaruhi variabel

dependen (minat investasi). Nilai *R square* sebesar 0,597 berarti 59,7% variasi dalam minat investasi dapat dijelaskan oleh variabel *media social*, *financial literacy* dan *quality of information*. Sementara itu 40,3% sisanya dijelaskan oleh faktor lain diluar metode penelitian ini. Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,421 menunjukkan bahwa setelah disesuaikan dengan jumlah variabel dalam model, proporsi variansi yang dijelaskan oleh model tetap cukup baik.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Pengaruh *Social media*, *financial literacy* dan *quality of information* secara simultan terhadap minat investasi

Hasil uji F simultan menunjukkan jika nilai $F_{hitung} 48,841 > 2,715 F_{Tabel}$, dan diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 kurang dari 0,05 sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka disimpulkan bahwa variabel *social media*, *financial literacy*, dan *quality of information* secara bersama-sama berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal.

Sedangkan nilai koefisien determinasi R^2 diperoleh sebesar 0,660 yang menunjukkan bahwa *social media*, *financial literacy* dan *quality of information* mampu menjelaskan variabel minat investasi mahasiswa sebesar 59,7% dan sisanya sebesar 40,3% dijelaskan oleh variabel lain diluar model yang digunakan pada penelitian ini.

Pada penelitian ini, minat mahasiswa untuk berinvestasi di pasar modal merupakan variabel terikat yang diteliti dan diuji. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Social Media*, *Financial Literacy*, dan *Quality of Information* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa untuk berinvestasi di pasar modal. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi peran media sosial, tingkat literasi keuangan, dan kualitas informasi yang

diperoleh, maka semakin meningkat pula minat mahasiswa untuk berinvestasi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Adirama (2024) yang menemukan bahwa literasi keuangan, social media influencer, dan kemajuan teknologi berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa untuk berinvestasi di pasar modal melalui aplikasi investasi. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi literasi keuangan dan eksposur terhadap informasi investasi yang berkualitas, semakin besar minat mahasiswa untuk berinvestasi.

Selain itu, hasil penelitian ini juga mengindikasikan bahwa perkembangan teknologi dan media sosial memainkan peran penting dalam meningkatkan minat investasi mahasiswa. Dengan adanya informasi yang mudah diakses melalui platform digital, mahasiswa lebih tertarik untuk mempelajari investasi dan mengambil keputusan keuangan yang lebih baik. Adirama (2024) juga menjelaskan bahwa *social media* dapat memberikan pengaruh besar terhadap pola pikir mahasiswa dalam memahami peluang investasi, sehingga meningkatkan kepercayaan diri mereka untuk mulai berinvestasi. Oleh karena itu, literasi keuangan yang baik, didukung oleh akses terhadap informasi berkualitas dari media sosial, dapat menjadi faktor utama dalam mendorong mahasiswa untuk aktif berinvestasi di pasar modal.

4.2.2 Pengaruh *social media* Secara Parsial terhadap minat investasi

Media sosial memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap investasi. Dengan semakin berkembangnya teknologi digital, platform media sosial menjadi sarana utama dalam menyebarkan informasi, mempromosikan produk, dan membangun interaksi dengan audiens. Dalam dunia investasi, media

sosial memberikan kemudahan bagi individu untuk mengakses berbagai informasi mengenai pasar modal, strategi investasi, serta pengalaman dari investor lain. Akses yang luas terhadap informasi ini dapat meningkatkan pemahaman masyarakat tentang investasi, sehingga berpotensi meningkatkan pendapatan mereka melalui keputusan investasi yang lebih baik.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh secara positif terhadap pendapatan, yang sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Setiawan (2023). Dalam penelitiannya, Setiawan menemukan bahwa penggunaan media sosial sebagai sumber informasi investasi dapat meningkatkan literasi keuangan dan mendorong individu untuk lebih aktif dalam pengelolaan keuangan mereka. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Putri dan Kurniawan (2022) juga membuktikan bahwa keberadaan influencer keuangan di media sosial berperan dalam meningkatkan minat individu untuk berinvestasi, sehingga berdampak pada peningkatan pendapatan. Dengan demikian, penggunaan media sosial yang efektif dapat meningkatkan literasi keuangan seseorang, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan pendapatan mereka.

Hal ini selaras dengan hasil pengujian hipotesis pada penelitian ini yaitu bahwa terdapat pengaruh dari variabel *social media* terhadap minat mahasiswa berinvestasi pada pasar modal. Hasil dari uji t yaitu nilai variabel *social media* terhadap minat investasi diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,860 > 1,989$ yang berarti terdapat pengaruh. Sedangkan nilai signifikansi hasil uji t sebesar $0,004 < 0,05$ maka H_0 ditolak yang berarti *media social* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa berinvestasi pada pasar modal.

Namun, meskipun media sosial memberikan banyak manfaat, pengguna juga harus tetap berhati-hati terhadap informasi yang tidak valid atau menyesatkan. Tidak semua konten yang beredar di media sosial dapat dijadikan acuan dalam mengambil keputusan finansial. Oleh karena itu, penting bagi individu untuk memilah informasi dengan bijak dan memastikan sumber yang digunakan berasal dari sumber terpercaya. Dengan demikian, pengaruh media sosial terhadap pendapatan dapat lebih optimal apabila didukung dengan pemahaman yang baik mengenai keuangan dan investasi.

4.2.3 Pengaruh *financial literacy* Secara Parsial Terhadap Minat Investasi

Dalam penelitian ini, *financial literacy* merupakan variabel bebas yang diteliti dan diuji. Hipotesis penelitian menunjukkan bahwa *financial literacy* berpengaruh secara parsial terhadap minat investasi. Hasil penelitian ini mengindikasikan adanya pengaruh positif dan signifikan antara *financial literacy* dan minat investasi. Literasi keuangan mencerminkan tingkat pemahaman individu terhadap konsep dasar keuangan, termasuk pengelolaan keuangan, investasi, serta manajemen risiko. Individu dengan tingkat literasi keuangan yang lebih tinggi cenderung memiliki pemahaman yang lebih baik mengenai potensi keuntungan dan risiko investasi, sehingga lebih termotivasi untuk berinvestasi. Dengan demikian, peningkatan literasi keuangan dapat berkontribusi dalam mendorong keputusan investasi yang lebih baik dan terinformasi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan yang dikemukakan oleh Rahmawati (2023), yang menyatakan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi mahasiswa. Dalam

studinya, Rahmawati menemukan bahwa individu yang memiliki pemahaman yang lebih baik mengenai instrumen investasi cenderung lebih percaya diri dalam mengambil keputusan investasi dibandingkan dengan mereka yang memiliki tingkat literasi keuangan rendah. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Nugroho dan Lestari (2022) juga menunjukkan bahwa peningkatan literasi keuangan secara langsung berdampak pada minat individu untuk berinvestasi di pasar modal. Hal ini menguatkan bahwa pemahaman yang baik mengenai aspek keuangan dapat menjadi faktor utama dalam membangun kesadaran dan ketertarikan terhadap investasi.

Hal ini selaras dengan hasil pengujian hipotesis pada penelitian ini yaitu bahwa terdapat pengaruh dari variabel *financial literacy* terhadap minat mahasiswa berinvestasi reksa dana syariah pada aplikasi Bibit. Hasil dari uji t yaitu nilai variabel *financial literacy* terhadap minat investasi diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $4,204 > 1,989$ yang berarti terdapat pengaruh. Sedangkan nilai signifikansi hasil uji t sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak yang berarti *financial literacy* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa berinvestasi pada pasar modal. Dengan kata lain, tingkat literasi keuangan yang lebih tinggi sering dikaitkan dengan pengetahuan mahasiswa yang lebih besar

Meskipun literasi keuangan memiliki dampak yang signifikan terhadap minat investasi, faktor lain seperti pengalaman investasi sebelumnya, pengaruh lingkungan sosial, serta kondisi ekonomi individu juga turut memengaruhi keputusan investasi. Seseorang dengan literasi keuangan yang baik mungkin masih merasa ragu untuk berinvestasi apabila memiliki pengalaman negatif atau ketidakpastian finansial. Oleh karena itu, peningkatan literasi keuangan

perlu diiringi dengan edukasi yang lebih komprehensif serta dukungan lingkungan yang mendorong individu untuk mengambil keputusan investasi yang lebih bijak dan strategis.

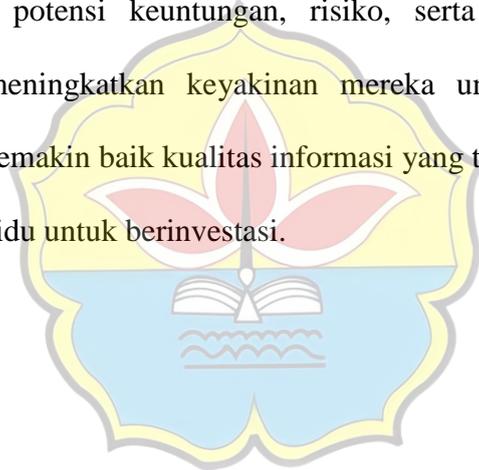
4.2.4 Pengaruh *quality of information* Secara Parsial Terhadap Minat Investasi

Quality of information dalam konteks investasi mahasiswa KSPM pada pasar modal merujuk pada sejauh mana informasi yang disediakan oleh Bursa Efek Indonesia sehingga dapat dipercaya, relevan, dan akurat bagi investor. *Quality of information* merujuk pada sejauh mana informasi yang diberikan atau tersedia memenuhi standar tertentu dan dapat diandalkan untuk digunakan dalam pengambilan keputusan atau minat. *Quality of information* juga mengacu pada seberapa baik dan akurat informasi yang disediakan.

hasil pengujian hipotesis pada penelitian ini yaitu bahwa terdapat pengaruh dari variabel *quality of information* terhadap minat mahasiswa berinvestasi reksa dana syariah pada aplikasi bibit. Hasil uji t berguna untuk mengukur pengaruh dari variabel *quality of information* terhadap minat investasi diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, yaitu $3,019 > 1,989$ yang berarti terdapat pengaruh. Sedangkan nilai signifikansi hasil uji t sebesar $0,003 < 0,05$ maka H_0 ditolak yang berarti *quality of information* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa berinvestasi pada pasar modal. Dengan kata lain, investor mahasiswa akan puas dengan sistem ini karena mereka yakin sistem informasi dari Kelompok Studi Pasar Modal dengan binaan langsung dari Bursa Efek Indonesia berkualitas tinggi dan terus memiliki minat untuk melakukan investasi pada pasar modal. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang

menyatakan bahwa variabel *quality of information* berpengaruh secara signifikan terhadap minat investasi mahasiswa.

Dalam penelitian ini, *quality of information* merupakan variabel bebas yang diteliti dan diuji. Hipotesis penelitian menunjukkan bahwa *quality of information* berpengaruh secara parsial terhadap minat investasi. Hasil penelitian ini mengindikasikan adanya pengaruh positif dan signifikan antara *quality of information* dan minat investasi. Kualitas informasi yang akurat, relevan, dan dapat dipercaya sangat penting dalam proses pengambilan keputusan investasi. Informasi yang baik dapat membantu investor dalam memahami potensi keuntungan, risiko, serta prospek suatu investasi, sehingga meningkatkan keyakinan mereka untuk berinvestasi. Dengan demikian, semakin baik kualitas informasi yang tersedia, semakin besar pula minat individu untuk berinvestasi.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh *Social media*, *financial literacy* dan *quality of information* terhadap minat mahasiswa KSPM Universitas Jambi dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel *social media*, *financial literacy* dan *quality of information* secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa Kelompok Studi Pasar Modal berinvestasi di pasar modal ditunjukkan dengan hasil yang diperoleh $F_{hitung} 48,841 > 2,715 F_{Tabel}$ dan nilai signifikansi sebesar 0,000 kurang dari 0,05 sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka disimpulkan bahwa variabel *social media*, *financial literacy* dan *quality of information* secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa KSPM Universitas Jambi berinvestasi di Pasar Modal.
2. *Social media* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa berinvestasi pada pasar modal ditunjukkan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,860 > 1,989$ yang berarti terdapat pengaruh. Sedangkan nilai signifikansi hasil uji t sebesar $0,004 < 0,05$ maka H_0 ditolak. Kesimpulannya yaitu bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa KSPM berinvestasi di Pasar modal
3. Financial Literacy berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa berinvestasi reksa dana syariah pada aplikasi Bibit ditunjukkan dengan nilai $t_{hitung} > t_{Tabel}$ yaitu $2,860 > 1,989$ yang berarti terdapat pengaruh.

Sedangkan nilai signifikansi hasil uji t sebesar $0,004 < 0,05$ maka H_0 ditolak. Kesimpulannya yaitu bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa KSPM Universitas Jambi berinvestasi pada Pasar Modal.

4. Quality of Information berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa berinvestasi reksa dana syariah pada aplikasi Bibit ditunjukkan dengan nilai $t_{hitung} > t_{Tabel}$ yaitu $3,019 > 1,989$ yang berarti terdapat pengaruh. Sedangkan nilai signifikansi hasil uji t sebesar $0,003 < 0,05$ maka H_0 ditolak. Kesimpulannya yaitu bahwa terdapat pengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa KSPM berinvestasi pasar modal.

5.2 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan maka diperoleh saran penelitian ini sebagai berikut:

1. Diharapkan mahasiswa yang tergabung dalam Kelompok Studi Pasar Modal (KSPM) dapat semakin meningkatkan literasi keuangan mereka. Edukasi mengenai konsep dasar investasi, manajemen risiko, serta pengelolaan keuangan yang baik dapat dilakukan melalui seminar, workshop, maupun program edukasi keuangan berbasis digital yang lebih intensif. Dengan pemahaman yang lebih baik, anggota KSPM dapat membantu menyebarkan informasi investasi yang benar dan mendorong mahasiswa lain untuk lebih memahami pentingnya investasi sejak dini.
2. Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sumbangsih pemikiran dan masukan bagi berbagai pihak, terutama bagi akademisi, praktisi keuangan, serta lembaga pendidikan dalam mengembangkan pemahaman tentang

faktor-faktor yang memengaruhi minat investasi. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang ingin mengkaji lebih dalam mengenai peran social media, financial literacy, dan quality of information dalam meningkatkan partisipasi investasi di kalangan mahasiswa.



DAFTAR PUSTAKA

- Afrida Auliaul Umamy, “Pengaruh Financial Literacy dan Financial Behavior terhadap Minat Investasi (Studi pada Dosen dan Tenaga Pendidik UISI)” Tesis, (Universitas Internasional Semen Indonesia, 2020).
- Ainun Padilah Siregar, et. al, “Pengaruh Literasi Keuangan, Keamanan, dan Kepercayaan Mahasiswa terhadap Minat Investasi Online (Studi Kasus Mahasiswa Tingkat Strata Satu)” *Student Research Journal*, Volume 1, Nomor 3, (2023), 395.
- Amanda Laily Yuniawati dan Binti Nur Asiyah, “Pengaruh Literasi Keuangan Dan Sosialisasi Terhadap Minat Berinvestasi Mahasiswa di Pasar Modal Syariah Melalui Galeri Invesasi Syariah” *Jurnal Economina*, Volume 1, Nomor ,4 2022: 830, 829-840
- Anastasya, F., & Retnosari. (2022). Pengaruh modal awal investasi, pengetahuan investasi, sosial media influencer terhadap minat investasi mahasiswa akuntansi Universitas Tidar. *Jurnal Sinar Manajemen*, 9(1).
- Anisa Evi Nurlaily, “Analisis Minat Mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo Untuk Berinvestasi Di Galeri Investasi BEI IAIN Ponorogo,” Skripsi (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2020): 74.
- Asmara, A. (2020). *Pengaruh pengetahuan investasi, kebijakan modal minimum, pelatihan pasar modal, motivasi investasi, return investasi, dan risiko investasi terhadap minat investasi mahasiswa* (Skripsi).
- Azura, D. A. N., dkk. (2021). *Pengaruh Pengumuman Stock Split Terhadap Harga Saham Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2021-2023*. MANTAP: Journal of Management Accounting, Tax and Production, 2(2), 377.
- Calista, D. C. (2021). *Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Minat Investasi di Pasar Modal*. Skripsi, Universitas Telkom.
- Dewati, R., & Marfuah, M. (2021). Pengaruh minat terhadap tindakan investasi pada masyarakat. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 15(1).
- Dewi, I. G. A. M., & Purbawangsa, I. B. A. (2018). Faktor-faktor yang memengaruhi minat investasi mahasiswa pada pasar modal. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(2).

- Dwidienawati, D., & Gandasari, D. (2018). Generasi Z dan preferensi investasi: Tantangan dan peluang. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 5(1).
- Emmanuel Oseifuah, "Financial Literacy and Youth Entrepreneurship in South Africa." *African Journal of Economic and Management Studies*, 1(2), pp. 172. 2010.
- Faidah, F. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan dan Faktor Demografi Terhadap Minat Investasi Mahasiswa. *Journal of Applied Business and Economics*, 5(3), 251–263.
- Fauzianti, A., & Retnosari. (2022). Pengaruh Modal Awal Investasi, Pengetahuan Investasi, Sosial Media Influencer terhadap Minat Investasi Mahasiswa Akuntansi Universitas Tidar. *Jurnal Sinar Manajemen*, 9(1), 26–35.
- Fioren Akbar Naufal, "Pengaruh Pengetahuan Investasi, Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Resiko Dan Social Influence Terhadap Minat Generasi Z Untuk Berinvestasi Melalui Aplikasi Bibit" Skripsi (Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia, 2023).
- Firdhaua., & Apriani, R. (2021). Pengaruh platform media sosial terhadap minat generasi milenial dalam berinvestasi di pasar modal. *journal Supremasi Hukum*, 17(2), 98.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25* (Edisi 9). Semarang: Universitas Diponegoro Semarang.
- Hati, S. W., & Harefa, W. S. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Berinvestasi di Pasar Modal bagi Generasi Milenial. *Journal of Business Administration*, 3(2), 281–295.
- Hasibuan M. S. P. (2018). *Manajemen sumber daya manusia* (Edisi Revisi). Jakarta: Bumi Aksara.
- Huston, S. J. (2010). Measuring financial literacy. *Journal of Consumer Affairs*, 44(2), 296–316. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2010.01170.x>
- Isticharoh, I., & Kardoyo, K. (2020). Minat Investasi Diprediksi dari Motivasi Diri, Pengetahuan Investasi, dan Teknologi Media Sosial. *Economic Education Analysis Journal*, 9(3), 904-919. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v9i3.42194> (2023). *Manajemen keuangan*.
- Jesti Susanto, "Pengaruh Kualitas Informasi, Kualitas Sistem, Dan Kualitas Layanan Aplikasi Bibit Terhadap Minat Berinvestasi Reksa Dana Mahasiswa" Skripsi, Universitas Negeri Malang, (2022).

- Junifa, N. (2019). Pengaruh penggunaan media sosial terhadap minat investasi: Studi kasus pada generasi milenial. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Retrieved from <https://journal.examplelink.com>
- Jogiyanto, H.M. (2005). *Sistem Informasi Manajemen*. Yogyakarta: Andi Offset.
- (2018). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. Yogyakarta: BPF. DOI: 10.13140/RG.2.2.14230.88642
- Kamilatur Ro'fati, "Pengaruh Pelatihan Pasar Modal, Return Investasi, Persepsi Resiko, Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Investasi Melalui Aplikasi Online Pada Generasi Z," *Journal of Student Research (JSR)* Volume 1, Nomor 2, (2023).
- Lubis, T. A. (2016). *Manajemen investasi dan perilaku keuangan*. Jambi: Salim Media Indonesia.
- Maghiszha, D. F. (2022, Juni 29). BEI lanjutkan program literasi pasar modal. Retrieved November 17, 2024, from <https://www.idxchannel.com>
- Mahendrayani, P. Y., & Musmini, L. S. (2021). Pengaruh Pemahaman Investasi, Penggunaan Teknologi Media Sosial Dan Hubungan Pertemanan Terhadap Minat Investasi Generasi Milenial Di Pasar Modal. *Jurnal Akuntansi Profesi*, 12(2), 294–305. <https://doi.org/10.23887/jap.v12i2.35618>
- Mcleod. (2011). *Experiencing management information system*. Yogyakarta: Yudhistira.
- Negara, A. K., & Febrianto, H. G. (2020). Pengaruh Kemajuan Teknologi Informasi dan Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Investasi Generasi Milenial di Pasar Modal. *Business Management Journal*, 16(2), 81–9
- Nur Aini, dkk, "Pengaruh Pengetahuan Dan Pemahaman Investasi, Modal Minimum Investasi, Return, Resiko Dan Motivasi Investasi Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi Di Pasar Modal (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Kota Malang)," *E-JRA*, Volume 8, Nomor 5, (2019), 45.
- Pangestika, D. A., & Ruslianti, E. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan dan Kualitas Informasi terhadap Minat Investasi Mahasiswa di Pasar Modal. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 7(2), 112–120.
- Pangestu, A. dan Batara D. B. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Investasi Generasi Milenial di Kota Semarang." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 15 (3), (2022): 212-220.

- Phoebe. (2019). *Pengaruh inovasi produk dan promosi platform media social melalau youtube* (Skripsi). Universitas Sanata Dharma.
- Putu, L. S. M. (2021). Pengaruh pemahaman investasi, penggunaan teknologi media sosial dan hubungan pertemanan terhadap minat investasi generasi milenial di pasar modal. *E-Journal Akuntansi Profesi*, 12(2).
- Putra, I. K. A. M., & Putra, I. M. P. D. (2016). Pengaruh efektivitas penggunaan, kepercayaan, keahlian pengguna, dan kualitas sistem informasi akuntansi terhadap kinerja karyawan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 17(2), 1516–1545. Diakses dari <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Akuntansi/article/view/17249>
- Pratama, D. (2019). *Pengaruh teknologi terhadap kualitas informasi dalam organisasi*. Surabaya: Pustaka Ilmu.
- Ridho, P. (2022). Determinan kepuasan penggunaan e-Filing masa pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Dharma Andalas*, 24(1), 184.
- Rohmad. *Pengantar Statistika*. Yogyakarta: Kalmedia, 2016.
- Saputra, R. F., Suyanto, S., & Japlani, A. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Berinvestasi di Pasar Modal dengan Perkembangan Teknologi Digital sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Mahasiswa Akuntansi Universitas Muhammadiyah Metro). *Jurnal Akuntansi AKTIVA*, 2(2), 196–203.
- Sari, A. W., Purwanto, B., & Viana, E. D. (2023). Literasi Keuangan dan Faktor yang Memengaruhi Minat Pelaku UMKM Berinvestasi di Pasar Modal: Analisis Theory of Planned Behavior. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 6(3), 314-326.
- Sartono, A. (2016). *Manajemen Keuangan: Teori dan Aplikasi* (Edisi 4). Yogyakarta: BPFY-Yogyakarta.
- Siagian, Sondang P. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi 1, Cetakan ke-13. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sriasih, & Wahyuni, A. (2021). Determinan minat berinvestasi mahasiswa di pasar modal. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 8(2), 191.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Penerbit Alfabeta, 2017.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

- Supriyanto, Achmad S. dan Vivin M. Metodologi Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia. Malang: UIN Maliki Press. 2013.
- Sutopo, S. (2014). *Pentingnya Tata Informasi Tentang Pelayanan Publik Bagi Masyarakat*. *Journal of Rural and Development*, 5(1), 15–26.
- Suyanti, E., & Hadi, N. U. (2019). Analisis Motivasi dan Pengetahuan Investasi terhadap Minat Investasi Mahasiswa di Pasar Modal. *Edunomic: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 7(2), 108-115.
- Tandelilin, E. (2010). *Portofolio dan Investasi: Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Kanisius. DOI: 10.13140/RG.2.2.22863.15525
- (2017). *Portofolio dan investasi: Teori dan aplikasi*. Kanisius.
- Tazkia, A., & Wijaya, R. (2022). Pengaruh influencer keuangan dan literasi keuangan terhadap minat investasi di pasar modal. Universitas Brawijaya.
- Terry, G. (2018). *Manajemen sumber daya manusia*. Jakarta: Kencana.
- Trisnaningsih, Sihabudin, dan Robby Fauji, “Pengaruh Influencer Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Investasi Mahasiswa,” *Journal of Business and Economics Research (JBE)* Volume 3, Nomor 2, (2022). 84.
- Upadana, I. B. P., & Herawati, N. T. (2020). Literasi keuangan dan pengaruhnya terhadap keputusan investasi mahasiswa. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis*, 15(1).
- Widiyanti, T. (2015). Literasi keuangan: Pemahaman dan peranannya dalam keberhasilan pengelolaan keuangan. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 3(1).
- Widarjono, Agus. *Ekonometrika Pengantar dan Aplikasinya Disertai Panduan Eviews*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2017.
- Sujarweni, V. Wiratna. *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015.

LAMPIRAN



LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner penelitian

Kepada Yth. Anggota Mahasiswa KSPM Universitas Jambi

Di Mendalo Darat

Dengan hormat

Saya yang bertanda tangan dibawah ini adalah Mahasiswa Universitas Batanghari Jambi

Nama : Rabia Surya Mauna Mutiqum

NIM 2100861201219

Fakultas : Manajemen Keuangan

Dalam rangka mencari data guna menyusun skripsi dengan judul **“Pengaruh Media Social, Financial Literacy dan Quality of Information terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi di Pasar Modal (Studi Kasus pada Anggota KSPM Universitas Jambi)”**, maka saya memohon bantuan serta kesediannya saudara/i untuk mengisi kuesioner ini. Kuesioner ini hanya bertujuan untuk kepentingan penelitian dan tidak disajikan kepihak luar serta kerahasiaan dalam mengisi kuesioner ini terjamin sepenuhnya. Oleh karena itu saya berharap jawaban yang saudara/i berikan dengan jujur dan terbuka akan sangat membantu dalam penelitian ini. Atas partisipasinya dan ketersediaan saudara/i dalam mengisi kuesioner ini saya ucapkan terimakasih.

Hormat Saya

Rabia Surya Mauna Mutiqum

Identitas Responden

- a. Nomor Responden :
- b. Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan
- c. Umur : < 19 tahun
 20 - 22 tahun
 23 - 24 tahun
 25-26 tahun
- d. Jurusan :
- e. Jenis Investasi :

Petunjuk Kuesioner

Berikan penilaian terhadap pernyataan dibawah ini yang menyangkut pengalaman yang anda rasakan selama menjadi pelaku UMKM Di Kota Jambi, berilah tanda ✓ (ceklis) pada kolom yang sesuai dengan pendapat anda.

1. Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Tidak Setuju (TS)
3. Netral (N)
4. Setuju (S)
5. Sangat Setuju (SS)

KUESIONER PENELITIAN

Kuesioner Minat Investasi

No	Pernyataan	Sangat Setuju (5)	Setuju (4)	Netral (3)	Tidak Setuju (2)	Sangat Tidak Setuju (1)
1.	Saya merasa tertarik dengan berbagai peluang investasi yang ditawarkan oleh pasar modal.					
2.	Saya mengikuti kegiatan atau seminar mengenai investasi di pasar modal yang diselenggarakan oleh KSPM Universitas Jambi.					
3.	Saya memiliki minat tinggi untuk memulai investasi di pasar modal sebagai upaya mengelola keuangan pribadi.					
4.	Saya ingin mengembangkan portofolio investasi sebagai salah satu strategi mencapai tujuan keuangan di masa depan.					
5.	Saya berambisi memanfaatkan pengetahuan dari KSPM untuk memulai investasi di pasar modal.					
6.	Saya merasa terdorong untuk mengikuti program atau simulasi investasi yang diadakan oleh KSPM sebagai langkah awal mengasah keterampilan investasi saya.					
7.	Saya yakin bahwa investasi di pasar modal memiliki potensi keuntungan jangka panjang.					
8.	Pengetahuan yang saya peroleh melalui KSPM membantu saya merasa lebih siap dalam mengambil keputusan investasi.					
9.	Saya percaya bahwa risiko di pasar modal dapat dikelola dengan baik melalui edukasi dan pengalaman yang saya peroleh di KSPM.					

Kuesioner Social Media

No	Pernyataan	Sangat Setuju (5)	Setuju (4)	Netral (3)	Tidak Setuju (2)	Sangat Tidak Setuju (1)
	Saya sering melihat konten mengenai investasi di pasar modal di platform sosial media.					
2.	Saya merasa informasi tentang investasi di pasar modal mudah diakses melalui sosial media.					
3.	Saya rutin mengikuti akun atau grup di sosial media yang membahas topik investasi.					
4.	Saya menganggap informasi investasi yang saya peroleh dari sosial media dapat dipercaya.					
5.	Saya percaya bahwa sumber informasi investasi di sosial media, seperti influencer atau akun resmi, memiliki kredibilitas tinggi.					
6.	Tampilan visual dan desain konten investasi di sosial media menarik perhatian saya.					
7.	Penyajian konten investasi yang kreatif di sosial media membuat saya tertarik untuk mengetahui lebih lanjut.					
8.	Informasi investasi yang saya lihat di sosial media mempengaruhi keputusan investasi saya.					
9.	Saya merasa tekanan sosial di sosial media mendorong saya untuk mempertimbangkan investasi di pasar modal.					
10.	Pendapat dan rekomendasi yang saya temui di sosial media mempengaruhi cara saya melihat peluang investasi.					

Kuesioner *Financial Literacy*

No	Pernyataan	Sangat Setuju (5)	Setuju (4)	Netral (3)	Tidak Setuju (2)	Sangat Tidak Setuju (1)
	Saya memahami konsep dasar pasar modal dan cara kerja investasi.					
2.	Saya mengetahui berbagai instrumen investasi yang tersedia di pasar modal.					
3.	Saya paham tentang hubungan antara risiko dan imbal hasil dalam investasi.					
4.	Saya percaya bahwa pengetahuan finansial sangat penting dalam mengambil keputusan investasi.					
5.	Saya memiliki sikap positif terhadap investasi sebagai salah satu strategi pengembangan kekayaan.					
6.	Saya yakin bahwa pengelolaan keuangan yang baik melalui peningkatan literasi finansial dapat membuka peluang investasi yang lebih menguntungkan.					
7.	Saya secara aktif mencari informasi dan edukasi tentang investasi di pasar modal.					
8.	Saya rutin mengikuti seminar, pelatihan, atau workshop tentang investasi dan manajemen keuangan.					
9.	Saya secara disiplin melakukan evaluasi terhadap kinerja investasi saya untuk meningkatkan strategi investasi di masa depan.					
10.	Saya mengatur anggaran dan melakukan diversifikasi investasi untuk meminimalkan risiko keuangan secara proaktif.					

Kuesioner *Quality of Information*

No	Pernyataan	Sangat Setuju (5)	Setuju (4)	Netral (3)	Tidak Setuju (2)	Sangat Tidak Setuju (1)
	Informasi yang saya peroleh tentang pasar modal selalu akurat dan bebas dari kesalahan.					
2.	Saya merasa data yang disajikan dalam informasi investasi dapat dipercaya karena keakuratannya.					
3.	Tingkat keakuratan informasi yang saya terima membantu saya membuat keputusan investasi yang tepat.					
4.	Informasi investasi yang saya terima selalu disajikan secara tepat waktu sesuai perkembangan pasar.					
5.	Saya mendapatkan informasi terbaru tentang pasar modal tepat pada waktunya.					
6.	Kecepatan penyampaian informasi investasi mempengaruhi keputusan investasi saya.					
7.	Informasi yang saya terima tentang pasar modal selalu relevan dengan kebutuhan dan minat investasi saya.					
8.	Informasi yang disajikan selalu sesuai dengan kondisi dan tren pasar saat ini.					
9.	Informasi investasi yang saya terima disajikan secara komprehensif dan mencakup semua aspek penting.					
10.	Informasi yang saya peroleh memberikan gambaran utuh tentang kondisi dan dinamika pasar modal.					

Kuesioner Minat Investasi

No	Pernyataan	Sangat Setuju (5)	Setuju (4)	Netral (3)	Tidak Setuju (2)	Sangat Tidak Setuju (1)
	Saya merasa tertarik dengan berbagai peluang investasi yang ditawarkan oleh pasar modal.					
2.	Saya mengikuti kegiatan atau seminar mengenai investasi di pasar modal yang diselenggarakan oleh KSPM Universitas Jambi.					
3.	Saya memiliki minat tinggi untuk memulai investasi di pasar modal sebagai upaya mengelola keuangan pribadi.					
4.	Saya secara aktif mencari informasi dan peluang investasi yang disajikan oleh KSPM Universitas Jambi.					
5.	Saya ingin mengembangkan portofolio investasi sebagai salah satu strategi mencapai tujuan keuangan di masa depan.					
6.	Saya berambisi memanfaatkan pengetahuan dari KSPM untuk memulai investasi di pasar modal.					
7.	Saya merasa terdorong untuk mengikuti program atau simulasi investasi yang diadakan oleh KSPM sebagai langkah awal mengasah keterampilan investasi saya.					
8.	Saya yakin bahwa investasi di pasar modal memiliki potensi keuntungan jangka panjang.					
9.	Pengetahuan yang saya peroleh melalui KSPM membantu saya merasa lebih siap dalam mengambil keputusan investasi.					
10.	Saya percaya bahwa risiko di pasar modal dapat dikelola dengan baik melalui edukasi dan pengalaman yang saya peroleh di KSPM.					

Lampiran 2. Data Responden

No	Nama Mahasiswa KSPM	Jenis Kelamin	Jurusan	Angkatan
1	Gusmayara Rahma Putri	Perempuan	Akuntansi	2023
2	Agustina Mutia	Perempuan	Akuntansi	2023
3	Nur Mukmilatul Ashari	Perempuan	Ekonomi Pembangunan	2021
4	Zulfa R	Perempuan	Ekonomi Pembangunan	2021
5	Linda	Perempuan	Akuntansi	2024
6	Wahidatul Islamia	Perempuan	Ilmu Ekonomi	2022
7	Ana Wahyuni Prasetya	Perempuan	Ekonomi Pembangunan	2024
8	Armianur	Perempuan	Akuntansi	2022
9	Dwi Purwati	Perempuan	Akuntansi	2024
10	Mellya Embun Bening	Perempuan	Akuntansi	2022
11	Femi Oktavia	Perempuan	Akuntansi	2023
12	Vidia Monisha Parbowati	Perempuan	Ilmu Ekonomi	2024
13	Egita Ciannika	Perempuan	Ekonomi Pembangunan	2021
14	Atika Barkia	Perempuan	Akuntansi	2023
15	Devleyzar Asarah	Perempuan	Ilmu Ekonomi	2024
16	Putri Azura	Perempuan	Ekonomi Pembangunan	2022
17	Elsa Jingga	Perempuan	Akuntansi	2023
18	Yanti Reshita	Perempuan	Akuntansi	2024
19	Anggi Anggraini	Perempuan	Manajemen Pemasaran	2022
20	Herlina Hana Putri	Perempuan	Ekonomi Pembangunan	2021
21	Rizki Amanda	Perempuan	Ekonomi Pembangunan	2024
22	Ega Mareta	Perempuan	Ilmu Ekonomi	2022
23	Windy Rahayu	Perempuan	Ekonomi Pembangunan	2023
24	Amelia Lubis	Perempuan	Akuntansi	2024
25	Enggia	Perempuan	Akuntansi	2021
26	Dara Hesti	Perempuan	Ilmu Ekonomi	2022
27	Maysela	Perempuan	Ekonomi Pembangunan	2024
28	Alin Arumi	Perempuan	Akuntansi	2021
29	Agnesia	Perempuan	Manajemen Pemasaran	2024
30	Natasya Putri P	Perempuan	Ekonomi Pembangunan	2022
31	Herlina	Perempuan	Akuntansi	2021
32	Ponikem Sari Wahyuni	Perempuan	Akuntansi	2023
33	Helza wahyuni	Perempuan	Akuntansi	2022
34	Lorenda Dwi Putri	Perempuan	Akuntansi	2021
35	Emalia	Perempuan	Akuntansi	2023
36	Arian Dwi Putri	Perempuan	Ekonomi Pembangunan	2022
37	Nuraini Anggun	Perempuan	Ekonomi Pembangunan	2021
38	Misra	Perempuan	Ilmu Ekonomi	2023

39	Belly Susani Ardi	Perempuan	Ekonomi Pembangunan	2021
40	Degita Wilza	Perempuan	Manajemen Pemasaran	2023
41	Indah	Perempuan	Akuntansi	2024
42	Laura	Perempuan	Manajemen Pemasaran	2021
43	Cindy Amini	Perempuan	Manajemen Pemasaran	2021
44	Afiyah	Perempuan	Ekonomi Pembangunan	2023
45	Nafeza	Perempuan	Akuntansi	2024
46	Neva Edmiwenti	Perempuan	Akuntansi	2022
47	Hana	Perempuan	Akuntansi	2023
48	Dini Sanita	Perempuan	Manajemen Pemasaran	2023
49	Vanessa	Perempuan	Manajemen Pemasaran	2024
50	Triani	Perempuan	Akuntansi	2023
51	Suci Pramesha	Perempuan	Ilmu Ekonomi	2022
52	Hafuzhah Nur Asy	Perempuan	Akuntansi	2023
53	Melly Dewi Yani	Perempuan	Akuntansi	2021
54	Arlita Jeneper	Perempuan	Akuntansi	2023
55	Dipo Aditama	Laki-laki	Manajemen Pemasaran	2024
56	Farid Meija	Laki-laki	Ilmu Ekonomi	2022
57	Ardi	Laki-laki	Akuntansi	2021
58	Aldi Mizwan	Laki-laki	Akuntansi	2024
59	Alfiqri Febriansyah HS	Laki-laki	Akuntansi	2022
60	Muhammad Tri Julyanda	Laki-laki	Akuntansi	2023
61	Zola Alpino	Laki-laki	Manajemen Pemasaran	2021
62	Abdil	Laki-laki	Ekonomi Pembangunan	2022
63	Ulhaq	Laki-laki	Akuntansi	2024
64	Ilpan Taruna	Laki-laki	Akuntansi	2024
65	Iqbal Demardi	Laki-laki	Akuntansi	2022
66	Andika	Laki-laki	Akuntansi	2024
67	Sulung Tangguh	Laki-laki	Ekonomi Pembangunan	2022
68	Ihsan	Laki-laki	Akuntansi	2022
69	Jevin A	Laki-laki	Akuntansi	2023
70	Fivtahul Fikri	Laki-laki	Manajemen Pemasaran	2022
71	Vigo	Laki-laki	Ilmu Ekonomi	2021
72	Irzal Wadi	Laki-laki	Ekonomi Pembangunan	2024
73	Muhammad Fiqri S	Laki-laki	Akuntansi	2022
74	Muhammad Ridho Alfath	Laki-laki	Akuntansi	2023
75	Noval Ulpa	Laki-laki	Akuntansi	2024
76	A A Miftah	Laki-laki	Manajemen Pemasaran	2022
77	Aditya	Laki-laki	Akuntansi	2024
78	Andre Safrizal	Laki-laki	Manajemen Pemasaran	2021
79	Evan Farambos	Laki-laki	Ilmu Ekonomi	2023

80	Kholid Alvin Fikri	Laki-laki	Akuntansi	2024
81	Bagas Septialdi	Laki-laki	Ilmu Ekonomi	2023
82	Pangestu Juliayan	Laki-laki	Manajemen Pemasaran	2024
83	Romi Sukma Apriansyah	Laki-laki	Ilmu Ekonomi	2021
84	Deni Purnama Rambe	Laki-laki	Akuntansi	2023
85	Andy Astra Wardana	Laki-laki	Akuntansi	2021
86	Muhammad Alpin Alqad	Laki-laki	Akuntansi	2024
87	Budi Pratama	Laki-laki	Manajemen Pemasaran	2023



Lampiran 3. Tabulasi Data Variabel *Social Media* (X₁)

No	Jawaban Variabel <i>Social Media</i> (X ₁)										XTotal
	X1 ₁	X1 ₂	X1 ₃	X1 ₄	X1 ₅	X1 ₆	X1 ₇	X1 ₈	X1 ₉	X1 ₁₀	
1	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	37
2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	38
3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	38
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	38
5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	38
6	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	38
7	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	38
8	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	38
9	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	38
10	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	38
11	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	38
12	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	38
13	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	38
14	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	38
15	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	38
16	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	38
17	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	38
18	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	37
19	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	35
20	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	34
21	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	34
22	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	34
23	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	34
24	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	34
25	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	34
26	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	34
27	4	4	4	3	4	3	3	3	3	2	33
28	4	4	4	3	4	3	3	3	3	2	33
29	4	4	4	3	4	3	3	3	3	2	33
30	4	4	4	3	4	3	3	3	3	2	33
31	4	4	4	3	4	3	3	3	3	2	33
32	4	4	4	3	4	3	3	3	3	2	33
33	4	4	4	3	4	3	3	3	3	2	33
34	4	4	4	3	4	3	3	3	3	2	33

35	4	4	4	3	4	3	3	3	3	2	33
36	4	4	4	3	4	3	3	3	3	2	33
37	4	4	4	3	4	3	3	3	3	2	33
38	4	4	4	3	4	3	3	3	3	2	33
39	4	4	4	3	4	3	3	3	3	2	33
40	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	35
41	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	35
42	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	35
43	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	35
44	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	35
45	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	35
46	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	35
47	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	34
48	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	34
49	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	34
50	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	34
51	4	3	4	3	4	3	3	3	2	4	33
52	4	3	4	3	4	3	3	3	2	4	33
53	4	3	4	3	4	3	3	3	2	4	33
54	4	3	4	3	4	3	3	3	2	4	33
55	4	3	4	3	4	3	3	3	2	4	33
56	4	3	4	3	4	3	3	3	2	4	33
57	4	3	4	3	4	3	3	3	2	4	33
58	4	3	4	3	4	3	3	3	2	4	33
59	4	3	4	3	4	3	3	3	2	4	33
60	4	3	4	3	4	3	3	3	2	3	32
61	3	3	4	3	3	3	2	3	2	3	29
62	3	3	4	3	3	3	2	3	2	3	29
63	3	2	4	3	3	3	2	3	2	3	28
64	3	2	4	3	3	3	2	3	2	3	28
65	3	2	4	3	3	3	2	2	2	3	27
66	3	2	4	3	3	3	2	2	2	3	27
67	3	2	4	3	3	3	2	2	2	2	26
68	3	2	4	3	3	3	2	2	2	2	26
69	3	2	4	3	3	3	2	2	2	2	26
70	3	2	4	3	3	3	2	2	2	2	26
71	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	24
72	3	2	2	3	3	3	2	2	2	3	25

73	3	2	3	3	2	3	2	2	4	3	27
74	3	2	3	3	2	4	2	2	4	3	28
75	3	2	3	3	2	4	2	2	4	3	28
76	3	2	3	3	2	4	2	2	4	3	28
77	3	2	3	3	2	4	4	2	4	3	30
78	3	2	3	3	2	4	4	4	4	3	32
79	3	2	2	3	2	4	4	4	4	3	31
80	3	2	2	3	2	4	4	4	4	3	31
81	4	2	2	3	2	4	4	4	4	3	32
82	4	2	2	2	2	4	4	4	4	3	31
83	4	2	2	2	2	4	4	4	4	3	31
84	4	2	2	2	2	2	4	4	4	3	29
85	4	2	2	2	2	2	4	4	4	3	29
86	4	2	2	2	2	2	4	4	4	3	29
87	4	2	2	2	2	2	4	4	4	3	29



Lampiran 4. Tabulasi variable *Financial Literacy* (X₂)

No	Jawaban Variabel Financial Literacy (X ₂)										XTotal
	X ₂ ₁	X ₂ ₂	X ₂ ₃	X ₂ ₄	X ₂ ₅	X ₂ ₆	X ₂ ₇	X ₂ ₈	X ₂ ₉	X ₂ ₁₀	
1	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
6	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
7	4	4	4	4		4	4	4	4	4	36
8	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
9	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
10	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
11	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
12	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
13	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
14	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
15	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	38
16	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	38
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
18	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	38
19	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	36
20	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	36
21	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	35
22	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	35
23	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	35
24	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	35
25	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	34
26	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	34
27	3	4	4	4	4	3	3	3	3	2	33
28	3	4	4	4	4	3	3	3	3	2	33
29	3	4	4	4	4	3	3	3	3	2	33
30	3	4	4	4	4	3	3	3	3	2	33
31	3	4	4	4	4	3	3	3	3	2	33
32	3	4	4	4	4	3	3	3	3	2	33
33	3	4	4	4	4	3	3	3	3	2	33
34	3	4	4	4	4	3	3	3	3	2	33

35	3	4	4	4	4	3	3	3	3	2	33
36	3	4	4	4	4	3	3	3	3	2	33
37	3	4	4	4	4	3	3	3	3	2	33
38	3	4	4	4	4	3	3	3	3	2	33
39	3	4	4	4	4	3	3	3	3	2	33
40	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	35
41	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	35
42	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	35
43	3	4	4	5	4	3	3	3	3	4	36
44	3	4	4	5	4	3	3	3	3	4	36
45	3	4	4	5	4	3	3	3	3	4	36
46	3	4	4	5	4	3	3	3	3	4	36
47	3	3	4	5	4	3	3	3	3	4	35
48	3	3	4	5	4	3	3	3	3	4	35
49	3	3	4	5	4	3	3	3	3	4	35
50	3	3	4	5	4	5	3	3	3	4	37
51	3	3	4	5	4	5	3	3	2	4	36
52	3	3	4	5	4	5	3	3	2	4	36
53	3	3	4	5	4	5	3	3	2	4	36
54	3	3	4	5	4	5	3	3	2	4	36
55	3	3	4	5	4	5	3	3	2	4	36
56	3	3	4	5	4	5	3	3	2	4	36
57	3	3	4	5	4	3	3	3	2	4	34
58	3	3	4	4	4	3	3	3	2	4	33
59	3	3	4	4	4	3	3	3	2	4	33
60	3	3	4	4	4	3	3	3	2	4	33
61	3	3	4	4	4	3	2	3	2	4	32
62	3	3	4	4	4	3	2	3	2	4	32
63	3	2	4	4	4	3	2	3	2	4	31
64	3	2	4	4	4	3	2	3	2	4	31
65	3	2	4	4	4	3	2	3	2	4	31
66	3	2	4	4	4	3	2	3	2	4	31
67	3	2	4	4	2	3	2	3	2	4	29
68	3	2	4	4	2	3	2	2	2	4	28
69	3	2	4	4	2	3	2	2	2	4	28
70	3	2	4	4	2	3	2	2	2	4	28
71	3	2	4	4	2	3	2	2	2	4	28
72	3	2	3	4	2	3	2	2	2	4	27

73	3	2	3	4	2	3	2	2	4	3	28
74	3	2	3	4	3	4	2	2	4	3	30
75	3	2	3	4	3	4	2	2	4	3	30
76	4	2	3	4	3	4	2	2	4	3	31
77	4	2	3	4	3	4	2	2	4	3	31
78	4	2	3	4	3	4	2	2	4	3	31
79	4	2	3	3	3	4	2	2	4	3	30
80	4	2	3	2	3	4	2	2	4	3	29
81	4	2	3	2	3	4	2	2	4	3	29
82	4	3	3	2	3	4	4	2	4	3	32
83	4	3	4	2	3	4	4	4	4	3	35
84	4	3	4	2	3	2	4	4	4	3	33
85	4	3	4	2	3	2	4	4	4	3	33
86	4	3	4	2	3	2	4	4	4	3	33
87	4	3	4	2	3	2	4	4	4	3	33



Lampiran 5. Tabulasi Data Variabel *Quality Of Information* (X₃)

No	Jawaban Variabel <i>Quality of Information</i> (X ₃)										X3 Total
	X3 ₁	X3 ₂	X3 ₃	X3 ₄	X3 ₅	X3 ₆	X3 ₇	X3 ₈	X3 ₉	X3 ₁₀	
1	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	38
2	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	38
3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	38
4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	38
5	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	38
6	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	38
7	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	38
8	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	38
9	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	38
10	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	38
11	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	38
12	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	38
13	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	38
14	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	38
15	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	37
16	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	37
17	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	38
18	2	4	4	4	4	4	4	3	4	3	36
19	2	4	4	4	4	3	4	3	3	3	34
20	2	4	4	4	4	3	4	3	3	3	34
21	2	4	4	4	4	3	3	3	3	3	33
22	2	4	4	4	4	3	3	3	3	3	33
23	2	4	4	4	4	3	3	3	3	3	33
24	2	4	4	4	4	3	3	3	3	3	33
25	2	4	4	4	4	3	3	3	3	3	33
26	2	4	4	4	4	3	3	3	3	3	33
27	2	4	4	4	4	3	3	3	3	2	32
28	2	4	4	4	4	3	3	3	3	2	32
29	2	4	4	4	4	3	3	3	3	2	32
30	2	4	4	4	4	3	3	3	3	2	32
31	2	4	4	4	4	3	3	3	3	2	32
32	2	4	4	4	4	3	3	3	3	2	32
33	2	4	4	4	4	3	3	3	3	2	32
34	2	4	4	4	4	2	3	3	3	2	31

35	2	4	4	4	4	2	3	3	3	2	31
36	2	4	4	4	4	2	3	3	3	2	31
37	2	4	4	4	4	2	3	3	3	2	31
38	2	4	4	4	4	2	3	3	3	2	31
39	4	4	4	4	4	2	3	3	3	2	33
40	4	4	4	4	4	2	3	3	3	4	35
41	4	4	4	4	4	2	3	3	3	4	35
42	4	4	4	4	4	2	3	3	3	4	35
43	4	4	4	5	4	2	3	3	3	4	36
44	4	4	4	5	4	2	3	3	3	4	36
45	4	4	4	5	4	2	3	3	3	4	36
46	4	4	4	5	4	2	3	3	3	4	36
47	4	3	4	5	4	2	3	3	3	4	35
48	4	3	4	5	4	2	3	3	3	4	35
49	4	3	4	5	4	2	3	3	3	4	35
50	4	3	4	5	4	2	3	3	3	4	35
51	4	3	4	5	4	2	3	3	2	4	34
52	4	3	4	5	4	2	3	3	2	4	34
53	4	3	4	5	4	2	3	3	2	4	34
54	4	3	4	5	4	2	3	3	2	4	34
55	4	3	4	5	4	2	3	3	2	4	34
56	4	3	4	5	4	2	3	3	2	4	34
57	4	3	4	5	4	2	3	3	2	4	34
58	4	3	4	5	4	2	3	3	2	4	34
59	4	3	4	5	4	2	3	3	2	4	34
60	4	3	4	5	4	2	3	3	2	4	34
61	4	3	4	5	4	2	2	3	2	4	33
62	4	3	4	5	4	2	2	3	2	4	33
63	3	2	4	5	4	2	2	3	2	4	31
64	3	2	4	5	4	2	2	3	2	4	31
65	3	2	4	5	4	2	2	3	2	4	31
66	3	2	3	5	3	2	2	3	3	5	31
67	3	2	3	5	3	3	4	3	3	5	34
68	3	2	3	5	3	3	4	2	3	5	33
69	3	2	3	5	3	3	4	2	3	5	33
70	3	2	3	5	3	3	4	2	3	5	33
71	3	2	3	5	3	3	4	2	3	5	33
72	3	2	3	4	3	3	4	2	3	5	32

73	3	2	3	4	3	3	4	2	4	3	31
74	3	2	3	4	3	4	4	2	4	3	32
75	3	2	2	4	2	4	4	3	4	3	31
76	3	2	2	4	2	4	4	3	4	3	31
77	3	2	2	4	2	4	4	3	4	3	31
78	3	2	2	4	2	4	4	3	4	3	31
79	3	2	2	2	2	4	4	3	4	3	29
80	3	2	2	2	2	4	4	3	4	3	29
81	3	2	2	3	2	4	4	3	4	3	30
82	3	3	2	2	2	4	4	3	4	3	30
83	3	3	2	2	2	4	4	4	4	3	31
84	3	3	2	2	2	2	4	4	4	3	29
85	3	3	2	2	2	2	4	4	4	3	29
86	3	3	2	2	2	2	4	4	4	3	29
87	3	3	2	2	2	2	4	4	4	3	29



Lampiran 6. Tabulasi Data Variabel Minat Investasi (Y)

No	Jawaban Varibel Mnat Investasi (Y)									
	Y ₁	Y ₂	Y ₃	Y ₅	Y ₆	Y ₇	Y ₈	Y ₉	Y ₁₀	Y-Total
1	4	4	5	3	5	4	4	4	4	37
2	4	4	5	3	5	4	4	4	4	37
3	4	4	5	3	5	4	4	4	4	37
4	4	4	5	3	5	4	4	4	4	37
5	4	4	5	3	5	4	4	4	4	37
6	4	4	5	3	5	4	4	4	4	37
7	4	4	5	3	5	4	4	4	4	37
8	4	4	5	3	5	4	4	4	4	37
9	4	4	5	3	5	4	4	4	4	37
10	4	4	5	3	5	4	4	4	4	37
11	4	3	5	3	5	4	4	4	4	36
12	4	3	5	3	5	4	4	4	4	36
13	4	3	5	3	5	4	4	4	4	36
14	4	3	5	3	5	4	4	4	4	36
15	4	3	5	3	5	4	4	4	4	36
16	4	3	5	3	5	4	4	4	4	36
17	4	3	5	3	5	4	4	4	4	36
18	4	3	5	3	5	3	4	4	4	35
19	4	3	5	3	5	3	4	4	4	35
20	4	3	5	3	5	3	4	4	4	35
21	4	3	5	3	4	3	4	4	4	34
22	4	3	5	3	4	3	4	4	4	34
23	4	3	5	3	4	3	4	4	4	34
24	4	3	5	3	4	3	4	4	4	34
25	4	3	5	3	4	3	4	4	4	34
26	4	3	5	3	4	3	4	4	4	34
27	4	3	5	3	4	3	4	4	4	34
28	4	3	4	3	4	3	4	4	4	33
29	4	3	4	3	4	3	4	4	4	33
30	4	3	4	3	4	3	4	4	4	33
31	4	3	4	3	4	3	4	4	3	32
32	4	3	4	3	4	3	4	4	3	32

33	4	3	4	3	4	3	4	4	3	32
34	4	3	4	3	4	4	4	4	3	33
35	4	3	4	3	4	4	4	4	3	33
36	4	3	4	3	4	4	4	4	3	33
37	4	3	4	3	4	4	4	4	3	33
38	4	3	4	3	4	4	4	4	3	33
39	4	3	4	3	4	4	4	4	3	33
40	4	3	4	3	4	4	4	4	3	33
41	4	3	4	3	4	4	4	4	3	33
42	4	3	4	3	4	4	4	4	3	33
43	4	3	4	3	4	4	4	4	3	33
44	4	3	4	3	4	4	4	4	3	33
45	4	3	4	3	4	4	4	4	3	33
46	4	3	4	3	4	4	4	4	3	33
47	4	3	4	3	4	4	4	4	3	33
48	4	3	4	3	4	4	4	4	3	33
49	4	3	4	3	4	4	4	4	3	33
50	4	3	4	3	4	4	4	4	3	33
51	3	3	4	3	4	4	4	4	4	33
52	3	3	4	3	4	4	4	4	4	33
53	3	3	4	3	4	4	4	4	4	33
54	3	3	4	3	4	4	4	4	4	33
55	3	3	4	3	4	4	4	4	4	33
56	3	3	4	3	4	4	4	4	4	33
57	3	3	4	3	4	4	4	4	5	34
58	3	3	4	3	4	4	4	4	5	34
59	3	3	4	3	4	4	4	4	5	34
60	4	3	4	3	4	4	4	4	5	35
61	4	3	4	2	4	4	3	4	5	33
62	4	3	4	2	4	4	3	4	3	31
63	4	3	4	2	4	4	3	4	3	31
64	3	3	4	2	4	4	3	4	3	30
65	3	3	4	2	4	4	3	4	3	30
66	3	3	4	2	4	4	3	4	3	30
67	3	3	4	2	4	4	3	4	3	30
68	5	3	4	2	4	4	3	4	3	32

69	5	3	4	2	4	4	3	4	2	31
70	3	3	4	2	4	4	3	4	2	29
71	3	3	4	2	4	2	4	3	2	27
72	3	3	4	2	4	2	4	3	2	27
73	3	3	4	2	3	2	4	3	3	27
74	3	3	4	2	3	4	4	3	3	29
75	3	3	4	2	3	4	4	3	3	29
76	3	3	4	4	3	4	4	3	3	31
77	3	3	4	4	3	4	4	3	3	31
78	3	2	4	4	3	3	4	3	3	29
79	3	2	4	4	3	3	4	3	3	29
80	3	2	3	4	3	3	4	3	3	28
81	4	4	3	4	3	4	4	3	4	33
82	4	4	3	4	3	4	4	3	4	33
83	4	4	3	4	3	4	4	3	4	33
84	4	4	3	4	3	4	4	3	4	33
85	4	4	3	4	3	4	4	3	4	33
86	4	4	3	4	3	4	4	3	4	33
87	4	4	3	4	3	4	4	3	4	33



Lampiran 7. Data MSI Variabel Social Media (X₁)

No	Sucessive Interval									
	X ₁₁	X ₁₂	X ₁₃	X ₁₄	X ₁₅	X ₁₆	X ₁₇	X ₁₈	X ₁₉	X ₁₁₀
1	2,715	2,939	1,669	4,275	2,096	4,211	3,492	3,694	3,268	2,349
2	2,715	2,939	3,001	4,275	2,096	4,211	3,492	3,694	3,268	2,349
3	2,715	2,939	3,001	4,275	2,096	4,211	3,492	3,694	3,268	2,349
4	2,715	2,939	3,001	4,275	2,096	4,211	3,492	3,694	3,268	2,349
5	2,715	2,939	3,001	4,275	2,096	4,211	3,492	3,694	3,268	2,349
6	2,715	2,939	3,001	4,275	2,096	4,211	3,492	3,694	3,268	2,349
7	2,715	2,939	3,001	4,275	2,096	4,211	3,492	3,694	3,268	2,349
8	2,715	2,939	3,001	4,275	2,096	4,211	3,492	3,694	3,268	2,349
9	2,715	2,939	3,001	4,275	2,096	4,211	3,492	3,694	3,268	2,349
10	2,715	2,939	3,001	4,275	2,096	4,211	3,492	3,694	3,268	2,349
11	2,715	2,939	3,001	4,275	2,096	4,211	3,492	3,694	3,268	2,349
12	2,715	2,939	3,001	4,275	2,096	4,211	3,492	3,694	3,268	2,349
13	2,715	2,939	3,001	4,275	2,096	4,211	3,492	3,694	3,268	2,349
14	2,715	2,939	3,001	4,275	2,096	4,211	3,492	3,694	3,268	2,349
15	2,715	2,939	3,001	4,275	2,096	4,211	3,492	3,694	3,268	2,349
16	2,715	2,939	3,001	4,275	2,096	4,211	3,492	3,694	3,268	2,349
17	2,715	2,939	3,001	4,275	2,096	4,211	3,492	3,694	3,268	2,349
18	2,715	2,939	3,001	4,275	2,096	4,211	3,492	2,334	3,268	2,349
19	2,715	2,939	3,001	4,275	2,096	2,683	3,492	2,334	2,099	2,349
20	2,715	2,939	3,001	2,697	2,096	2,683	3,492	2,334	2,099	2,349
21	2,715	2,939	3,001	2,697	3,344	2,683	2,214	2,334	2,099	2,349
22	2,715	2,939	3,001	2,697	3,344	2,683	2,214	2,334	2,099	2,349
23	2,715	2,939	3,001	2,697	3,344	2,683	2,214	2,334	2,099	2,349
24	2,715	2,939	3,001	2,697	3,344	2,683	2,214	2,334	2,099	2,349
25	2,715	2,939	3,001	2,697	3,344	2,683	2,214	2,334	2,099	2,349
26	2,715	2,939	3,001	2,697	3,344	2,683	2,214	2,334	2,099	2,349
27	2,715	2,939	3,001	2,697	3,344	2,683	2,214	2,334	2,099	1,000
28	2,715	2,939	3,001	2,697	3,344	2,683	2,214	2,334	2,099	1,000
29	2,715	2,939	3,001	2,697	3,344	2,683	2,214	2,334	2,099	1,000
30	2,715	2,939	3,001	2,697	3,344	2,683	2,214	2,334	2,099	1,000
31	2,715	2,939	3,001	2,697	3,344	2,683	2,214	2,334	2,099	1,000
32	2,715	2,939	3,001	2,697	3,344	2,683	2,214	2,334	2,099	1,000
33	2,715	2,939	3,001	2,697	3,344	2,683	2,214	2,334	2,099	1,000
34	2,715	2,939	3,001	2,697	3,344	2,683	2,214	2,334	2,099	1,000
35	2,715	2,939	3,001	2,697	3,344	2,683	2,214	2,334	2,099	1,000
36	2,715	2,939	3,001	2,697	3,344	2,683	2,214	2,334	2,099	1,000
37	2,715	2,939	3,001	2,697	3,344	2,683	2,214	2,334	2,099	1,000
38	2,715	2,939	3,001	2,697	3,344	2,683	2,214	2,334	2,099	1,000

81	2,715	1,000	1,000	2,697	1,000	4,211	3,492	3,694	3,268	2,349
82	2,715	1,000	1,000	1,000	1,000	4,211	3,492	3,694	3,268	2,349
83	2,715	1,000	1,000	1,000	1,000	4,211	3,492	3,694	3,268	2,349
84	2,715	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	3,492	3,694	3,268	2,349
85	2,715	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	3,492	3,694	3,268	2,349
86	2,715	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	3,492	3,694	3,268	2,349
87	2,715	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	3,492	3,694	3,268	2,349



Data MSI Variabel *Financial Literacy* (X₂)

No	Sucesive Interval									
	X ₂₁	X ₂₂	X ₂₃	X ₂₄	X ₂₅	X ₂₆	X ₂₇	X ₂₈	X ₂₉	X ₂₁₀
1	2,606	3,103	2,879	2,690	2,139	3,836	3,453	3,745	3,268	3,291
2	2,606	3,103	2,879	2,690	2,139	3,836	3,453	3,745	3,268	3,291
3	2,606	3,103	2,879	2,690	2,139	3,836	3,453	3,745	3,268	3,291
4	2,606	3,103	2,879	2,690	2,139	3,836	3,453	3,745	3,268	3,291
5	2,606	3,103	2,879	2,690	2,139	3,836	3,453	3,745	3,268	3,291
6	2,606	3,103	2,879	2,690	2,139	3,836	3,453	3,745	3,268	3,291
7	2,606	3,103	2,879	2,690	0,000	3,836	3,453	3,745	3,268	3,291
8	2,606	3,103	2,879	2,690	2,139	3,836	3,453	3,745	3,268	3,291
9	2,606	3,103	2,879	2,690	2,139	3,836	3,453	3,745	3,268	3,291
10	2,606	3,103	2,879	2,690	2,139	3,836	3,453	3,745	3,268	3,291
11	2,606	3,103	2,879	2,690	2,139	3,836	3,453	3,745	3,268	3,291
12	2,606	3,103	2,879	2,690	2,139	3,836	3,453	3,745	3,268	3,291
13	2,606	3,103	2,879	2,690	2,139	3,836	3,453	3,745	3,268	3,291
14	2,606	3,103	2,879	2,690	2,139	3,836	3,453	3,745	3,268	3,291
15	2,606	3,103	2,879	2,690	2,139	3,836	3,453	3,745	3,268	2,027
16	2,606	3,103	2,879	2,690	2,139	3,836	3,453	3,745	3,268	2,027
17	2,606	3,103	2,879	2,690	3,522	3,836	3,453	3,745	3,268	2,027
18	2,606	3,103	2,879	2,690	3,522	3,836	3,453	2,369	3,268	2,027
19	2,606	3,103	2,879	2,690	3,522	2,571	3,453	2,369	2,099	2,027
20	2,606	3,103	2,879	2,690	3,522	2,571	3,453	2,369	2,099	2,027
21	2,606	3,103	2,879	2,690	3,522	2,571	2,215	2,369	2,099	2,027
22	2,606	3,103	2,879	2,690	3,522	2,571	2,215	2,369	2,099	2,027
23	2,606	3,103	2,879	2,690	3,522	2,571	2,215	2,369	2,099	2,027
24	2,606	3,103	2,879	2,690	3,522	2,571	2,215	2,369	2,099	2,027
25	1,000	3,103	2,879	2,690	3,522	2,571	2,215	2,369	2,099	2,027
26	1,000	3,103	2,879	2,690	3,522	2,571	2,215	2,369	2,099	2,027
27	1,000	3,103	2,879	2,690	3,522	2,571	2,215	2,369	2,099	1,000
28	1,000	3,103	2,879	2,690	3,522	2,571	2,215	2,369	2,099	1,000
29	1,000	3,103	2,879	2,690	3,522	2,571	2,215	2,369	2,099	1,000
30	1,000	3,103	2,879	2,690	3,522	2,571	2,215	2,369	2,099	1,000
31	1,000	3,103	2,879	2,690	3,522	2,571	2,215	2,369	2,099	1,000
32	1,000	3,103	2,879	2,690	3,522	2,571	2,215	2,369	2,099	1,000
33	1,000	3,103	2,879	2,690	3,522	2,571	2,215	2,369	2,099	1,000
34	1,000	3,103	2,879	2,690	3,522	2,571	2,215	2,369	2,099	1,000
35	1,000	3,103	2,879	2,690	3,522	2,571	2,215	2,369	2,099	1,000
36	1,000	3,103	2,879	2,690	3,522	2,571	2,215	2,369	2,099	1,000
37	1,000	3,103	2,879	2,690	3,522	2,571	2,215	2,369	2,099	1,000
38	1,000	3,103	2,879	2,690	3,522	2,571	2,215	2,369	2,099	1,000

39	1,000	3,103	2,879	2,690	3,522	2,571	2,215	2,369	2,099	1,000
40	1,000	3,103	2,879	2,690	3,522	2,571	2,215	2,369	2,099	3,291
41	1,000	3,103	2,879	2,690	3,522	2,571	2,215	2,369	2,099	3,291
42	1,000	3,103	2,879	2,690	3,522	2,571	2,215	2,369	2,099	3,291
43	1,000	3,103	2,879	4,275	3,522	2,571	2,215	2,369	2,099	3,291
44	1,000	3,103	2,879	4,275	3,522	2,571	2,215	2,369	2,099	3,291
45	1,000	3,103	2,879	4,275	3,522	2,571	2,215	2,369	2,099	3,291
46	1,000	3,103	2,879	4,275	3,522	2,571	2,215	2,369	2,099	3,291
47	1,000	1,943	2,879	4,275	3,522	2,571	2,215	2,369	2,099	3,291
48	1,000	1,943	2,879	4,275	3,522	2,571	2,215	2,369	2,099	3,291
49	1,000	1,943	2,879	4,275	3,522	2,571	2,215	2,369	2,099	3,291
50	1,000	1,943	2,879	4,275	3,522	4,953	2,215	2,369	2,099	3,291
51	1,000	1,943	2,879	4,275	3,522	4,953	2,215	2,369	1,000	3,291
52	1,000	1,943	2,879	4,275	3,522	4,953	2,215	2,369	1,000	3,291
53	1,000	1,943	2,879	4,275	3,522	4,953	2,215	2,369	1,000	3,291
54	1,000	1,943	2,879	4,275	3,522	4,953	2,215	2,369	1,000	3,291
55	1,000	1,943	2,879	4,275	3,522	4,953	2,215	2,369	1,000	3,291
56	1,000	1,943	2,879	4,275	3,522	4,953	2,215	2,369	1,000	3,291
57	1,000	1,943	2,879	4,275	3,522	2,571	2,215	2,369	1,000	3,291
58	1,000	1,943	2,879	2,690	3,522	2,571	2,215	2,369	1,000	3,291
59	1,000	1,943	2,879	2,690	3,522	2,571	2,215	2,369	1,000	3,291
60	1,000	1,943	2,879	2,690	3,522	2,571	2,215	2,369	1,000	3,291
61	1,000	1,943	2,879	2,690	3,522	2,571	1,000	2,369	1,000	3,291
62	1,000	1,943	2,879	2,690	3,522	2,571	1,000	2,369	1,000	3,291
63	1,000	1,000	2,879	2,690	3,522	2,571	1,000	2,369	1,000	3,291
64	1,000	1,000	2,879	2,690	3,522	2,571	1,000	2,369	1,000	3,291
65	1,000	1,000	2,879	2,690	3,522	2,571	1,000	2,369	1,000	3,291
66	1,000	1,000	2,879	2,690	3,522	2,571	1,000	2,369	1,000	3,291
67	1,000	1,000	2,879	2,690	1,000	2,571	1,000	2,369	1,000	3,291
68	1,000	1,000	2,879	2,690	1,000	2,571	1,000	1,000	1,000	3,291
69	1,000	1,000	2,879	2,690	1,000	2,571	1,000	1,000	1,000	3,291
70	1,000	1,000	2,879	2,690	1,000	2,571	1,000	1,000	1,000	3,291
71	1,000	1,000	2,879	2,690	1,000	2,571	1,000	1,000	1,000	3,291
72	1,000	1,000	1,000	2,690	1,000	2,571	1,000	1,000	1,000	3,291
73	1,000	1,000	1,000	2,690	1,000	2,571	1,000	1,000	3,268	2,027
74	1,000	1,000	1,000	2,690	2,139	3,836	1,000	1,000	3,268	2,027
75	1,000	1,000	1,000	2,690	2,139	3,836	1,000	1,000	3,268	2,027
76	2,606	1,000	1,000	2,690	2,139	3,836	1,000	1,000	3,268	2,027
77	2,606	1,000	1,000	2,690	2,139	3,836	1,000	1,000	3,268	2,027
78	2,606	1,000	1,000	2,690	2,139	3,836	1,000	1,000	3,268	2,027
79	2,606	1,000	1,000	1,499	2,139	3,836	1,000	1,000	3,268	2,027
80	2,606	1,000	1,000	1,000	2,139	3,836	1,000	1,000	3,268	2,027

81	2,606	1,000	1,000	1,000	2,139	3,836	1,000	1,000	3,268	2,027
82	2,606	1,943	1,000	1,000	2,139	3,836	3,453	1,000	3,268	2,027
83	2,606	1,943	2,879	1,000	2,139	3,836	3,453	3,745	3,268	2,027
84	2,606	1,943	2,879	1,000	2,139	1,000	3,453	3,745	3,268	2,027
85	2,606	1,943	2,879	1,000	2,139	1,000	3,453	3,745	3,268	2,027
86	2,606	1,943	2,879	1,000	2,139	1,000	3,453	3,745	3,268	2,027
87	2,606	1,943	2,879	1,000	2,139	1,000	3,453	3,745	3,268	2,027



Data MSI Variabel *Quality of Information* (X₃)

No	Successive Interval									
	X ₃₁	X ₃₂	X ₃₃	X ₃₄	X ₃₅	X ₃₆	X ₃₇	X ₃₈	X ₃₉	X ₃₁₀
1	2,246	3,103	2,984	2,468	1,995	3,035	3,769	4,120	3,484	3,095
2	2,246	3,103	2,984	2,468	1,995	3,035	3,769	4,120	3,484	3,095
3	2,246	3,103	2,984	2,468	1,995	3,035	3,769	4,120	3,484	3,095
4	2,246	3,103	2,984	2,468	1,995	3,035	3,769	4,120	3,484	3,095
5	2,246	3,103	2,984	2,468	1,995	3,035	3,769	4,120	3,484	3,095
6	2,246	3,103	2,984	2,468	1,995	3,035	3,769	4,120	3,484	3,095
7	2,246	3,103	2,984	2,468	1,995	3,035	3,769	4,120	3,484	3,095
8	2,246	3,103	2,984	2,468	1,995	3,035	3,769	4,120	3,484	3,095
9	2,246	3,103	2,984	2,468	1,995	3,035	3,769	4,120	3,484	3,095
10	2,246	3,103	2,984	2,468	1,995	3,035	3,769	4,120	3,484	3,095
11	2,246	3,103	2,984	2,468	1,995	3,035	3,769	4,120	3,484	3,095
12	2,246	3,103	2,984	2,468	1,995	3,035	3,769	4,120	3,484	3,095
13	2,246	3,103	2,984	2,468	1,995	3,035	3,769	4,120	3,484	3,095
14	2,246	3,103	2,984	2,468	1,995	3,035	3,769	4,120	3,484	3,095
15	2,246	3,103	2,984	2,468	1,995	3,035	3,769	4,120	3,484	2,027
16	2,246	3,103	2,984	2,468	1,995	3,035	3,769	4,120	3,484	2,027
17	2,246	3,103	2,984	2,468	3,256	3,035	3,769	4,120	3,484	2,027
18	1,000	3,103	2,984	2,468	3,256	3,035	3,769	2,600	3,484	2,027
19	1,000	3,103	2,984	2,468	3,256	2,054	3,769	2,600	2,202	2,027
20	1,000	3,103	2,984	2,468	3,256	2,054	3,769	2,600	2,202	2,027
21	1,000	3,103	2,984	2,468	3,256	2,054	2,348	2,600	2,202	2,027
22	1,000	3,103	2,984	2,468	3,256	2,054	2,348	2,600	2,202	2,027
23	1,000	3,103	2,984	2,468	3,256	2,054	2,348	2,600	2,202	2,027
24	1,000	3,103	2,984	2,468	3,256	2,054	2,348	2,600	2,202	2,027
25	1,000	3,103	2,984	2,468	3,256	2,054	2,348	2,600	2,202	2,027
26	1,000	3,103	2,984	2,468	3,256	2,054	2,348	2,600	2,202	2,027
27	1,000	3,103	2,984	2,468	3,256	2,054	2,348	2,600	2,202	1,000
28	1,000	3,103	2,984	2,468	3,256	2,054	2,348	2,600	2,202	1,000
29	1,000	3,103	2,984	2,468	3,256	2,054	2,348	2,600	2,202	1,000
30	1,000	3,103	2,984	2,468	3,256	2,054	2,348	2,600	2,202	1,000
31	1,000	3,103	2,984	2,468	3,256	2,054	2,348	2,600	2,202	1,000
32	1,000	3,103	2,984	2,468	3,256	2,054	2,348	2,600	2,202	1,000
33	1,000	3,103	2,984	2,468	3,256	2,054	2,348	2,600	2,202	1,000
34	1,000	3,103	2,984	2,468	3,256	1,000	2,348	2,600	2,202	1,000
35	1,000	3,103	2,984	2,468	3,256	1,000	2,348	2,600	2,202	1,000
36	1,000	3,103	2,984	2,468	3,256	1,000	2,348	2,600	2,202	1,000
37	1,000	3,103	2,984	2,468	3,256	1,000	2,348	2,600	2,202	1,000

38	1,000	3,103	2,984	2,468	3,256	1,000	2,348	2,600	2,202	1,000
39	3,503	3,103	2,984	2,468	3,256	1,000	2,348	2,600	2,202	1,000
40	3,503	3,103	2,984	2,468	3,256	1,000	2,348	2,600	2,202	3,095
41	3,503	3,103	2,984	2,468	3,256	1,000	2,348	2,600	2,202	3,095
42	3,503	3,103	2,984	2,468	3,256	1,000	2,348	2,600	2,202	3,095
43	3,503	3,103	2,984	3,885	3,256	1,000	2,348	2,600	2,202	3,095
44	3,503	3,103	2,984	3,885	3,256	1,000	2,348	2,600	2,202	3,095
45	3,503	3,103	2,984	3,885	3,256	1,000	2,348	2,600	2,202	3,095
46	3,503	3,103	2,984	3,885	3,256	1,000	2,348	2,600	2,202	3,095
47	3,503	1,943	2,984	3,885	3,256	1,000	2,348	2,600	2,202	3,095
48	3,503	1,943	2,984	3,885	3,256	1,000	2,348	2,600	2,202	3,095
49	3,503	1,943	2,984	3,885	3,256	1,000	2,348	2,600	2,202	3,095
50	3,503	1,943	2,984	3,885	3,256	1,000	2,348	2,600	2,202	3,095
51	3,503	1,943	2,984	3,885	3,256	1,000	2,348	2,600	1,000	3,095
52	3,503	1,943	2,984	3,885	3,256	1,000	2,348	2,600	1,000	3,095
53	3,503	1,943	2,984	3,885	3,256	1,000	2,348	2,600	1,000	3,095
54	3,503	1,943	2,984	3,885	3,256	1,000	2,348	2,600	1,000	3,095
55	3,503	1,943	2,984	3,885	3,256	1,000	2,348	2,600	1,000	3,095
56	3,503	1,943	2,984	3,885	3,256	1,000	2,348	2,600	1,000	3,095
57	3,503	1,943	2,984	3,885	3,256	1,000	2,348	2,600	1,000	3,095
58	3,503	1,943	2,984	3,885	3,256	1,000	2,348	2,600	1,000	3,095
59	3,503	1,943	2,984	3,885	3,256	1,000	2,348	2,600	1,000	3,095
60	3,503	1,943	2,984	3,885	3,256	1,000	2,348	2,600	1,000	3,095
61	3,503	1,943	2,984	3,885	3,256	1,000	1,000	2,600	1,000	3,095
62	3,503	1,943	2,984	3,885	3,256	1,000	1,000	2,600	1,000	3,095
63	2,246	1,000	2,984	3,885	3,256	1,000	1,000	2,600	1,000	3,095
64	2,246	1,000	2,984	3,885	3,256	1,000	1,000	2,600	1,000	3,095
65	2,246	1,000	2,984	3,885	3,256	1,000	1,000	2,600	1,000	3,095
66	2,246	1,000	1,714	3,885	1,995	1,000	1,000	2,600	2,202	4,412
67	2,246	1,000	1,714	3,885	1,995	2,054	3,769	2,600	2,202	4,412
68	2,246	1,000	1,714	3,885	1,995	2,054	3,769	1,000	2,202	4,412
69	2,246	1,000	1,714	3,885	1,995	2,054	3,769	1,000	2,202	4,412
70	2,246	1,000	1,714	3,885	1,995	2,054	3,769	1,000	2,202	4,412
71	2,246	1,000	1,714	3,885	1,995	2,054	3,769	1,000	2,202	4,412
72	2,246	1,000	1,714	2,468	1,995	2,054	3,769	1,000	2,202	4,412
73	2,246	1,000	1,714	2,468	1,995	2,054	3,769	1,000	3,484	2,027
74	2,246	1,000	1,714	2,468	1,995	3,035	3,769	1,000	3,484	2,027
75	2,246	1,000	1,000	2,468	1,000	3,035	3,769	2,600	3,484	2,027
76	2,246	1,000	1,000	2,468	1,000	3,035	3,769	2,600	3,484	2,027
77	2,246	1,000	1,000	2,468	1,000	3,035	3,769	2,600	3,484	2,027
78	2,246	1,000	1,000	2,468	1,000	3,035	3,769	2,600	3,484	2,027
79	2,246	1,000	1,000	1,000	1,000	3,035	3,769	2,600	3,484	2,027

80	2,246	1,000	1,000	1,000	1,000	3,035	3,769	2,600	3,484	2,027
81	2,246	1,000	1,000	1,499	1,000	3,035	3,769	2,600	3,484	2,027
82	2,246	1,943	1,000	1,000	1,000	3,035	3,769	2,600	3,484	2,027
83	2,246	1,943	1,000	1,000	1,000	3,035	3,769	4,120	3,484	2,027
84	2,246	1,943	1,000	1,000	1,000	1,000	3,769	4,120	3,484	2,027
85	2,246	1,943	1,000	1,000	1,000	1,000	3,769	4,120	3,484	2,027
86	2,246	1,943	1,000	1,000	1,000	1,000	3,769	4,120	3,484	2,027
87	2,246	1,943	1,000	1,000	1,000	1,000	3,769	4,120	3,484	2,027



Data MSI Variabel Minat Investasi (Y)

Successive Interval									
No	Y₁	Y₂	Y₃	Y₅	Y₆	Y₇	Y₈	Y₉	Y₁₀
1	2,610	4,626	3,932	2,532	3,802	3,642	2,907	2,756	3,665
2	2,610	4,626	3,932	2,532	3,802	3,642	2,907	2,756	3,665
3	2,610	4,626	3,932	2,532	3,802	3,642	2,907	2,756	3,665
4	2,610	4,626	3,932	2,532	3,802	3,642	2,907	2,756	3,665
5	2,610	4,626	3,932	2,532	3,802	3,642	2,907	2,756	3,665
6	2,610	4,626	3,932	2,532	3,802	3,642	2,907	2,756	3,665
7	2,610	4,626	3,932	2,532	3,802	3,642	2,907	2,756	3,665
8	2,610	4,626	3,932	2,532	3,802	3,642	2,907	2,756	3,665
9	2,610	4,626	3,932	2,532	3,802	3,642	2,907	2,756	3,665
10	2,610	4,626	3,932	2,532	3,802	3,642	2,907	2,756	3,665
11	2,610	2,954	3,932	2,532	3,802	3,642	2,907	2,756	3,665
12	2,610	2,954	3,932	2,532	3,802	3,642	2,907	2,756	3,665
13	2,610	2,954	3,932	2,532	3,802	3,642	2,907	2,756	3,665
14	2,610	2,954	3,932	2,532	3,802	3,642	2,907	2,756	3,665
15	2,610	2,954	3,932	2,532	3,802	3,642	2,907	2,756	3,665
16	2,610	2,954	3,932	2,532	3,802	3,642	2,907	2,756	3,665
17	2,610	2,954	3,932	2,532	3,802	3,642	2,907	2,756	3,665
18	2,610	2,954	3,932	2,532	3,802	2,099	2,907	2,756	3,665
19	2,610	2,954	3,932	2,532	3,802	2,099	2,907	2,756	3,665
20	2,610	2,954	3,932	2,532	3,802	2,099	2,907	2,756	3,665
21	2,610	2,954	3,932	2,532	2,400	2,099	2,907	2,756	3,665
22	2,610	2,954	3,932	2,532	2,400	2,099	2,907	2,756	3,665
23	2,610	2,954	3,932	2,532	2,400	2,099	2,907	2,756	3,665
24	2,610	2,954	3,932	2,532	2,400	2,099	2,907	2,756	3,665
25	2,610	2,954	3,932	2,532	2,400	2,099	2,907	2,756	3,665
26	2,610	2,954	3,932	2,532	2,400	2,099	2,907	2,756	3,665
27	2,610	2,954	3,932	2,532	2,400	2,099	2,907	2,756	3,665
28	2,610	2,954	2,480	2,532	2,400	2,099	2,907	2,756	3,665
29	2,610	2,954	2,480	2,532	2,400	2,099	2,907	2,756	3,665
30	2,610	2,954	2,480	2,532	2,400	2,099	2,907	2,756	3,665
31	2,610	2,954	2,480	2,532	2,400	2,099	2,907	2,756	2,354
32	2,610	2,954	2,480	2,532	2,400	2,099	2,907	2,756	2,354
33	2,610	2,954	2,480	2,532	2,400	2,099	2,907	2,756	2,354
34	2,610	2,954	2,480	2,532	2,400	3,642	2,907	2,756	2,354
35	2,610	2,954	2,480	2,532	2,400	3,642	2,907	2,756	2,354
36	2,610	2,954	2,480	2,532	2,400	3,642	2,907	2,756	2,354
37	2,610	2,954	2,480	2,532	2,400	3,642	2,907	2,756	2,354

38	2,610	2,954	2,480	2,532	2,400	3,642	2,907	2,756	2,354
39	2,610	2,954	2,480	2,532	2,400	3,642	2,907	2,756	2,354
40	2,610	2,954	2,480	2,532	2,400	3,642	2,907	2,756	2,354
41	2,610	2,954	2,480	2,532	2,400	3,642	2,907	2,756	2,354
42	2,610	2,954	2,480	2,532	2,400	3,642	2,907	2,756	2,354
43	2,610	2,954	2,480	2,532	2,400	3,642	2,907	2,756	2,354
44	2,610	2,954	2,480	2,532	2,400	3,642	2,907	2,756	2,354
45	2,610	2,954	2,480	2,532	2,400	3,642	2,907	2,756	2,354
46	2,610	2,954	2,480	2,532	2,400	3,642	2,907	2,756	2,354
47	2,610	2,954	2,480	2,532	2,400	3,642	2,907	2,756	2,354
48	2,610	2,954	2,480	2,532	2,400	3,642	2,907	2,756	2,354
49	2,610	2,954	2,480	2,532	2,400	3,642	2,907	2,756	2,354
50	2,610	2,954	2,480	2,532	2,400	3,642	2,907	2,756	2,354
51	1,000	2,954	2,480	2,532	2,400	3,642	2,907	2,756	3,665
52	1,000	2,954	2,480	2,532	2,400	3,642	2,907	2,756	3,665
53	1,000	2,954	2,480	2,532	2,400	3,642	2,907	2,756	3,665
54	1,000	2,954	2,480	2,532	2,400	3,642	2,907	2,756	3,665
55	1,000	2,954	2,480	2,532	2,400	3,642	2,907	2,756	3,665
56	1,000	2,954	2,480	2,532	2,400	3,642	2,907	2,756	3,665
57	1,000	2,954	2,480	2,532	2,400	3,642	2,907	2,756	5,101
58	1,000	2,954	2,480	2,532	2,400	3,642	2,907	2,756	5,101
59	1,000	2,954	2,480	2,532	2,400	3,642	2,907	2,756	5,101
60	2,610	2,954	2,480	2,532	2,400	3,642	2,907	2,756	5,101
61	2,610	2,954	2,480	1,000	2,400	3,642	1,000	2,756	5,101
62	2,610	2,954	2,480	1,000	2,400	3,642	1,000	2,756	2,354
63	2,610	2,954	2,480	1,000	2,400	3,642	1,000	2,756	2,354
64	1,000	2,954	2,480	1,000	2,400	3,642	1,000	2,756	2,354
65	1,000	2,954	2,480	1,000	2,400	3,642	1,000	2,756	2,354
66	1,000	2,954	2,480	1,000	2,400	3,642	1,000	2,756	2,354
67	1,000	2,954	2,480	1,000	2,400	3,642	1,000	2,756	2,354
68	4,581	2,954	2,480	1,000	2,400	3,642	1,000	2,756	2,354
69	4,581	2,954	2,480	1,000	2,400	3,642	1,000	2,756	1,000
70	1,000	2,954	2,480	1,000	2,400	3,642	1,000	2,756	1,000
71	1,000	2,954	2,480	1,000	2,400	1,000	2,907	1,000	1,000
72	1,000	2,954	2,480	1,000	2,400	1,000	2,907	1,000	1,000
73	1,000	2,954	2,480	1,000	1,000	1,000	2,907	1,000	2,354
74	1,000	2,954	2,480	1,000	1,000	3,642	2,907	1,000	2,354
75	1,000	2,954	2,480	1,000	1,000	3,642	2,907	1,000	2,354
76	1,000	2,954	2,480	4,078	1,000	3,642	2,907	1,000	2,354
77	1,000	2,954	2,480	4,078	1,000	3,642	2,907	1,000	2,354
78	1,000	1,000	2,480	4,078	1,000	2,099	2,907	1,000	2,354
79	1,000	1,000	2,480	4,078	1,000	2,099	2,907	1,000	2,354

80	1,000	1,000	1,000	4,078	1,000	2,099	2,907	1,000	2,354
81	2,610	4,626	1,000	4,078	1,000	3,642	2,907	1,000	3,665
82	2,610	4,626	1,000	4,078	1,000	3,642	2,907	1,000	3,665
83	2,610	4,626	1,000	4,078	1,000	3,642	2,907	1,000	3,665
84	2,610	4,626	1,000	4,078	1,000	3,642	2,907	1,000	3,665
85	2,610	4,626	1,000	4,078	1,000	3,642	2,907	1,000	3,665
86	2,610	4,626	1,000	4,078	1,000	3,642	2,907	1,000	3,665
87	2,610	4,626	1,000	4,078	1,000	3,642	2,907	1,000	3,665



Lampiran 8. Hasil Output Hasil Uji SPSS Validitas

Variabel *Social Media* (X₁)

		Correlations										
		Item	Item	Item	Item	Item	Item	Item	Item	Item	Item	X
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Total
Item 1	Pearson Correlation	1	,716**	,291**	,159	,507**	-,075	,591**	,548**	,227*	,226*	,755**
	Sig. (2-tailed)		,000	,006	,142	,000	,490	,000	,000	,034	,035	,000
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87
Item 2	Pearson Correlation	,716**	1	,651**	,561**	,623**	,152	,358**	,333**	,174	-,030	,830**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,161	,001	,002	,107	,785	,000
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87
Item 3	Pearson Correlation	,291**	,651**	1	,497**	,727**	,000	-,187	-,160	-	,067	,460**
	Sig. (2-tailed)	,006	,000		,000	,000	1,000	,083	,138	,000	,368**	,000
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87
Item 4	Pearson Correlation	,159	,561**	,497**	1	,068	,679**	,336**	,302**	,295**	-,010	,679**
	Sig. (2-tailed)	,142	,000	,000		,530	,000	,001	,004	,006	,926	,000
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87
Item 5	Pearson Correlation	,507**	,623**	,727**	,068	1	-	-	-	-	,151	,322**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,530		,370**	,245*	,212*	,556**		,002
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87
Item 6	Pearson Correlation	-,075	,152	,000	,679**	-	1	,413**	,360**	,568**	-,018	,458**
	Sig. (2-tailed)	,490	,161	1,000	,000	,000		,000	,001	,000	,870	,000
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87

	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87
Item 7	Pearson Correlation	,591**	,358**	-,187	,336**	-,245*	,413**	1	,869**	,719**	,113	,701**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,083	,001	,022	,000		,000	,000	,296	,000
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87
Item 8	Pearson Correlation	,548**	,333**	-,160	,302**	-,212*	,360**	,869**	1	,628**	,124	,669**
	Sig. (2-tailed)	,000	,002	,138	,004	,048	,001	,000		,000	,254	,000
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87
Item 9	Pearson Correlation	,227*	,174	-,368**	,295**	-,556**	,568**	,719**	,628**	1	-,094	,460**
	Sig. (2-tailed)	,034	,107	,000	,006	,000	,000	,000	,000		,385	,000
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87
Item 10	Pearson Correlation	,226*	-,030	,067	-,010	,151	-,018	,113	,124	-,094	1	,262*
	Sig. (2-tailed)	,035	,785	,536	,926	,163	,870	,296	,254	,385		,004
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87
XTotal	Pearson Correlation	,755**	,830**	,460**	,679**	,322**	,458**	,701**	,669**	,460**	,262*	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,002	,000	,000	,000	,000	,014	
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 8. Variabel *Financial Literacy* (X₂)

Correlations

		Item	X									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Total
Item 1	Pearson Correlation	1	,198	-,172	-	-	,207	,571**	,436**	,757**	-,002	,428**
	Sig. (2-tailed)		,067	,111	,000	,001	,054	,000	,000	,000	,984	,000
	N	87	87	87	87	86	87	87	87	87	87	87
Item 2	Pearson Correlation	,198	1	,575**	,185	,448**	-,036	,728**	,635**	,283**	-,244*	,754**
	Sig. (2-tailed)	,067		,000	,087	,000	,739	,000	,000	,008	,023	,000
	N	87	87	87	87	86	87	87	87	87	87	87
Item 3	Pearson Correlation	-,172	,575**	1	,314**	,406**	-,205	,455**	,635**	-	,156	,505**
	Sig. (2-tailed)	,111	,000		,003	,000	,056	,000	,000	,002	,150	,000
	N	87	87	87	87	86	87	87	87	87	87	87
Item 4	Pearson Correlation	-	,185	,314**	1	,388**	,304**	-,145	-,068	-	,333**	,288**
	Sig. (2-tailed)	,508**	,000	,087	,003	,000	,004	,179	,532	,000	,468**	,007
	N	87	87	87	87	86	87	87	87	87	87	87
Item 5	Pearson Correlation	-	,448**	,406**	,388**	1	-,064	,074	,113	-	-,210	,286**
	Sig. (2-tailed)	,350**	,001	,000	,000		,559	,496	,302	,002	,053	,008
	N	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86	86
Item 6	Pearson Correlation	,207	-,036	-,205	,304**	-,064	1	,129	,049	,149	,292**	,407**
	Sig. (2-tailed)	,054	,739	,056	,004	,559		,233	,653	,168	,006	,000
	N	87	87	87	87	86	87	87	87	87	87	87
Item 7	Pearson Correlation	,571**	,728**	,455**	-,145	,074	,129	1	,839**	,527**	,001	,829**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,179	,496	,233		,000	,000	,993	,000
	N	87	87	87	87	86	87	87	87	87	87	87

Item 8	Pearson Correlation	,436**	,635**	,635**	-,068	,113	,049	,839**	1	,365**	,152	,800**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,532	,302	,653	,000		,001	,160	,000
	N	87	87	87	87	86	87	87	87	87	87	87
Item 9	Pearson Correlation	,757**	,283**	-	-	-	,149	,527**	,365**	1	-,246*	,377**
	Sig. (2-tailed)	,000	,008	,002	,000	,002	,168	,000	,001		,022	,000
	N	87	87	87	87	86	87	87	87	87	87	87
Item 10	Pearson Correlation	-,002	-,244*	,156	,333**	-,210	,292**	,001	,152	-,246*	1	,240*
	Sig. (2-tailed)	,984	,023	,150	,002	,053	,006	,993	,160	,022		,005
	N	87	87	87	87	86	87	87	87	87	87	87
XTotal	Pearson Correlation	,428**	,754**	,505**	,288**	,286**	,407**	,829**	,800**	,377**	,240*	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,007	,008	,000	,000	,000	,000	,025	
	N	87	87	87	87	86	87	87	87	87	87	87

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 9. Data Variabel *Quality of Information* (X₃)

Correlations

		Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Item 7	Item 8	Item 9	Item 10	X Total
Item 1	Pearson Correlation	1	-	,026	,376**	,038	-	-,161	-,015	-	,619**	,272*
	Sig. (2-tailed)		,276**	,809	,000	,725	,000	,135	,890	,004	,000	,001
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87
Item 2	Pearson Correlation	-	1	,657**	-,064	,442**	,063	-,043	,500**	,128	-	,534**
	Sig. (2-tailed)	,276**		,000	,558	,000	,562	,692	,000	,237	,000	,000
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87

Item 3	Pearson Correlation	,026	,657**	1	,617**	,861**	-,248*	-	,086	-	,046	,621**
	Sig. (2-tailed)	,809	,000		,000	,000	,020	,000	,427	,000	,670	,000
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87
Item 4	Pearson Correlation	,376**	-,064	,617**	1	,657**	-,382**	-,512**	-,402**	-,667**	-,481**	,388**
	Sig. (2-tailed)	,000	,558	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87
Item 5	Pearson Correlation	,038	,442**	,861**	,657**	1	-,569**	-,723**	-,289**	-,732**	-,074	,229*
	Sig. (2-tailed)	,725	,000	,000	,000		,000	,000	,007	,000	,498	,003
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87
Item 6	Pearson Correlation	-,367**	-,063	-,248*	-,382**	-,569**	1	-,732**	-,354**	-,767**	-,060	,320**
	Sig. (2-tailed)	,000	,562	,020	,000	,000		,000	,001	,000	,582	,003
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87
Item 7	Pearson Correlation	-,161	-,043	-,481**	-,512**	-,723**	-,732**	1	,304**	,806**	,056	,250
	Sig. (2-tailed)	,135	,692	,000	,000	,000	,000		,004	,000	,609	,004
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87
Item 8	Pearson Correlation	-,015	,500**	,086	-,402**	-,289**	-,354**	,304**	1	,494**	-,076	,456**
	Sig. (2-tailed)	,890	,000	,427	,000	,007	,001	,004		,000	,484	,000
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87
Item 9	Pearson Correlation	-,305**	-,128	-,455**	-,667**	-,732**	-,767**	,806**	,494**	1	-,181	,363
	Sig. (2-tailed)	,004	,237	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,093	,002
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87
Item 10	Pearson Correlation	,619**	-,368**	,046	,481**	-,074	-,060	,056	-,076	-,181	1	,436**
	Sig. (2-tailed)											

	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,670	,000	,498	,582	,609	,484	,093		,000
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87
X3	Pearson	,272*	,534**	,621**	,388**	,229*	,320**	,210	,456**	,163	,436**	1
Total	Correlation											
	Sig. (2-tailed)	,011	,000	,000	,000	,033	,003	,051	,000	,132	,000	
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).



Lampiran 11. Data Variabel Minat Investasi (Y)

		Correlations									
		Item 1	Item 2	Item 3	Item 5	Item 6	Item 7	Item 8	Item 9	Item10	Y-Total
Item 1	Pearson Correlation	1	,343**	,231*	,096	,348**	,121	,035	,341**	,084	,538**
	Sig. (2-tailed)		,001	,031	,378	,001	,263	,747	,001	,438	,000
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87
Item 2	Pearson Correlation	,343**	1	,040	,205	,209	,342**	,128	-,081	,345**	,535**
	Sig. (2-tailed)	,001		,711	,057	,052	,001	,236	,455	,001	,000
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87
Item 3	Pearson Correlation	,231*	,040	1	-,255*	,822**	-,131	,132	,570**	,267*	,606**
	Sig. (2-tailed)	,031	,711		,017	,000	,228	,222	,000	,013	,000
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87
Item 5	Pearson Correlation	,096	,205	-,255*	1	-,289**	,084	,626**	-,396**	,328**	,273*
	Sig. (2-tailed)	,378	,057	,017		,007	,437	,000	,000	,002	,000
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87
Item 6	Pearson Correlation	,348**	,209	,822**	-,289**	1	,120	,033	,733**	,275**	,725**
	Sig. (2-tailed)	,001	,052	,000	,007		,270	,763	,000	,010	,000
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87
Item 7	Pearson Correlation	,121	,342**	-,131	,084	,120	1	-,198	,228*	,166	,376**
	Sig. (2-tailed)	,263	,001	,228	,437	,270		,066	,034	,125	,000
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87
Item 8	Pearson Correlation	,035	,128	,132	,626**	,033	-,198	1	-,178	,302**	,356**
	Sig. (2-tailed)	,747	,236	,222	,000	,763	,066		,100	,005	,001
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87
Item 9	Pearson Correlation	,341**	-,081	,570**	-,396**	,733**	,228*	-,178	1	,197	,533**
	Sig. (2-tailed)	,001	,455	,000	,000	,000	,034	,100		,067	,000
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87
Item 10	Pearson Correlation	,084	,345**	,267*	,328**	,275**	,166	,302**	,197	1	,673**
	Sig. (2-tailed)										

	Sig. (2-tailed)	,438	,001	,013	,002	,010	,125	,005	,067		,000
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87
Y- Total	Pearson Correlation	,538**	,535**	,606**	,273*	,725**	,376**	,356**	,533**	,673**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,010	,000	,000	,001	,000	,000	
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).



Lampiran 12. Data Hasil Output Uji SPSS Reabilitas

Variabel *Social Media* (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,739	10

Variabel *Financial Literacy* (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,632	10

Variabel *Quality Of Information* (X3)

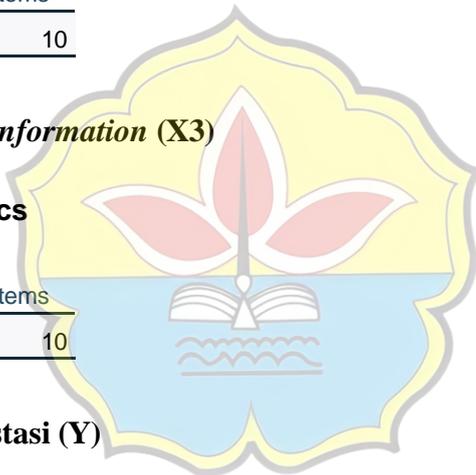
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,769	10

Variabel *Minat Investasi* (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,658	9



Lampiran13. Hasil Output SPSS Uji Asumsi Klasik

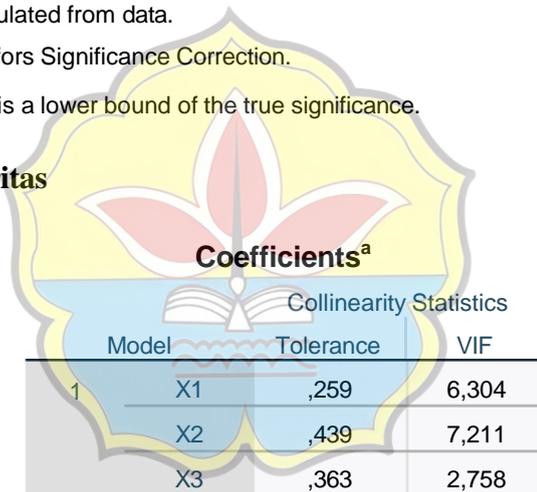
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	21,2680412
	Std. Deviation	5,02079189
Most Extreme Differences	Absolute	,084
	Positive	,077
	Negative	-,095
Test Statistic		,095
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		,268 ^{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.

Uji Multikolinearitas



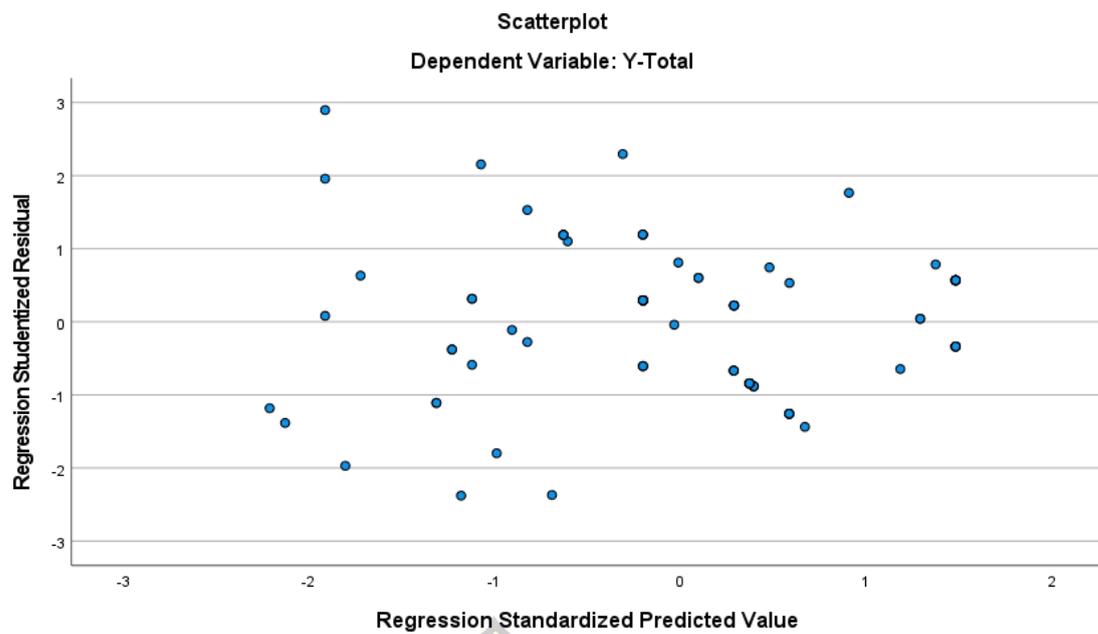
Coefficients^a

Collinearity Statistics

Model		Tolerance	VIF
1	X1	,259	6,304
	X2	,439	7,211
	X3	,363	2,758

a. Dependent Variable: Y-Total

Uji Heteroskedastisitas



Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,473 ^a	,328	,314	2,34482	1,734

Lampiran 14 . Hasil Output SPSS Uji Hipotesis

Uji Regresi Linier Berganda

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients		
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	8,027	1,543	
X1Total	,237	,083	,355
X2Total	,421	,054	,558
X3 Total	,100	,074	,325

a. Dependent Variable: Pendapatan

Uji F

Hasil Uji F						
ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	15.212	3	5.071	48,841	,000 ^b
	Residual	7.839	83	1,272		
	Total	23.051	86			

a. Dependent Variable: Y-Total
b. Predictors: (Constant), X1 Total, X2Total, X3Total

Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,027	3,543		3,147	,003
	X1Total	,237	,083	,355	2,860	,004
	X2Total	,243	,100	,558	4,204	,000
	X3 Total	,100	,074	,302	3,019	,003

a. Dependent Variable: Y-Total

Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,593 ^a	,397	,421	1,12776

a. Predictors: (Constant), X3 Total, X2Total, X1Total



Lampiran14 . Tabel r

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468

Lampiran 15. Tabel Durbin Watson

r	k=1		k=2		k=3		k=4		k=5	
	dL	dU								
71	1.5865	1.6435	1.5577	1.6733	1.5284	1.7041	1.4987	1.7358	1.4685	1.7685
72	1.5895	1.6457	1.5611	1.6751	1.5323	1.7054	1.5029	1.7366	1.4732	1.7688
73	1.5924	1.6479	1.5645	1.6768	1.5360	1.7067	1.5071	1.7375	1.4778	1.7691
74	1.5953	1.6500	1.5677	1.6785	1.5397	1.7079	1.5112	1.7383	1.4822	1.7694
75	1.5981	1.6521	1.5709	1.6802	1.5432	1.7092	1.5151	1.7390	1.4866	1.7698
76	1.6009	1.6541	1.5740	1.6819	1.5467	1.7104	1.5190	1.7399	1.4909	1.7701
77	1.6036	1.6561	1.5771	1.6835	1.5502	1.7117	1.5228	1.7407	1.4950	1.7704
78	1.6063	1.6581	1.5801	1.6851	1.5535	1.7129	1.5265	1.7415	1.4991	1.7708
79	1.6089	1.6601	1.5830	1.6867	1.5568	1.7141	1.5302	1.7423	1.5031	1.7712
80	1.6114	1.6620	1.5859	1.6882	1.5600	1.7153	1.5337	1.7430	1.5070	1.7716
81	1.6139	1.6639	1.5888	1.6898	1.5632	1.7164	1.5372	1.7438	1.5109	1.7720
82	1.6164	1.6657	1.5915	1.6913	1.5663	1.7176	1.5406	1.7446	1.5146	1.7724
83	1.6188	1.6675	1.5942	1.6928	1.5693	1.7187	1.5440	1.7454	1.5183	1.7728
84	1.6212	1.6693	1.5969	1.6942	1.5723	1.7199	1.5472	1.7462	1.5219	1.7732
85	1.6235	1.6711	1.5995	1.6957	1.5752	1.7210	1.5505	1.7470	1.5254	1.7736
86	1.6258	1.6728	1.6021	1.6971	1.5780	1.7221	1.5536	1.7478	1.5289	1.7740
87	1.6280	1.6745	1.6046	1.6985	1.5808	1.7232	1.5567	1.7485	1.5322	1.7745
88	1.6302	1.6762	1.6071	1.6999	1.5836	1.7243	1.5597	1.7493	1.5356	1.7749
89	1.6324	1.6778	1.6095	1.7013	1.5863	1.7254	1.5627	1.7501	1.5388	1.7754
90	1.6345	1.6794	1.6119	1.7026	1.5889	1.7264	1.5656	1.7508	1.5420	1.7758
91	1.6366	1.6810	1.6143	1.7040	1.5915	1.7275	1.5685	1.7516	1.5452	1.7763
92	1.6387	1.6826	1.6166	1.7053	1.5941	1.7285	1.5713	1.7523	1.5482	1.7767
93	1.6407	1.6841	1.6188	1.7066	1.5966	1.7295	1.5741	1.7531	1.5513	1.7772
94	1.6427	1.6857	1.6211	1.7078	1.5991	1.7306	1.5768	1.7538	1.5542	1.7776
95	1.6447	1.6872	1.6233	1.7091	1.6015	1.7316	1.5795	1.7546	1.5572	1.7781
96	1.6466	1.6887	1.6254	1.7103	1.6039	1.7326	1.5821	1.7553	1.5600	1.7785
97	1.6485	1.6901	1.6275	1.7116	1.6063	1.7335	1.5847	1.7560	1.5628	1.7790
98	1.6504	1.6916	1.6296	1.7128	1.6086	1.7345	1.5872	1.7567	1.5656	1.7795
99	1.6522	1.6930	1.6317	1.7140	1.6108	1.7355	1.5897	1.7575	1.5683	1.7799
100	1.6540	1.6944	1.6337	1.7152	1.6131	1.7364	1.5922	1.7582	1.5710	1.7804
101	1.6558	1.6958	1.6357	1.7163	1.6153	1.7374	1.5946	1.7589	1.5736	1.7809
102	1.6576	1.6971	1.6376	1.7175	1.6174	1.7383	1.5969	1.7596	1.5762	1.7813
103	1.6593	1.6985	1.6396	1.7186	1.6196	1.7392	1.5993	1.7603	1.5788	1.7818
104	1.6610	1.6998	1.6415	1.7198	1.6217	1.7402	1.6016	1.7610	1.5813	1.7823
105	1.6627	1.7011	1.6433	1.7209	1.6237	1.7411	1.6038	1.7617	1.5837	1.7827
106	1.6644	1.7024	1.6452	1.7220	1.6258	1.7420	1.6061	1.7624	1.5861	1.7832
107	1.6660	1.7037	1.6470	1.7231	1.6277	1.7428	1.6083	1.7631	1.5885	1.7837
108	1.6676	1.7050	1.6488	1.7241	1.6297	1.7437	1.6104	1.7637	1.5909	1.7841
109	1.6692	1.7062	1.6505	1.7252	1.6317	1.7446	1.6125	1.7644	1.5932	1.7846
110	1.6708	1.7074	1.6523	1.7262	1.6336	1.7455	1.6146	1.7651	1.5955	1.7851
111	1.6723	1.7086	1.6540	1.7273	1.6355	1.7463	1.6167	1.7657	1.5977	1.7855
112	1.6738	1.7098	1.6557	1.7283	1.6373	1.7472	1.6187	1.7664	1.5999	1.7860
113	1.6753	1.7110	1.6574	1.7293	1.6391	1.7480	1.6207	1.7670	1.6021	1.7864
114	1.6768	1.7122	1.6590	1.7303	1.6410	1.7488	1.6227	1.7677	1.6042	1.7869

