

**PENGARUH APLIKASI BIBIT, *BRAND AMBASSADOR*, DAN
PENGETAHUAN INVESTASI TERHADAP MINAT
BERINVESTASI MAHASISWA PENDIDIKAN
EKONOMI UNIVERSITAS LAMPUNG**

(Skripsi)

Oleh

**INGGA ARDITHA
NPM 1913031032**



**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2023**

ABSTRAK

PENGARUH APLIKASI BIBIT, *BRAND AMBASSADOR*, DAN PENGETAHUAN INVESTASI TERHADAP MINAT BERINVESTASI MAHASISWA PENDIDIKAN EKONOMI UNIVERSITAS LAMPUNG

Oleh

INGGA ARDITHA

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh aplikasi Bibit, *brand ambassador*, dan pengetahuan investasi terhadap minat berinvestasi mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung. Metode dalam penelitian ini menggunakan deskriptif verifikatif dengan jenis penelitian kuantitatif. Populasi pada penelitian ini merupakan mahasiswa aktif Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung angkatan 2019, 2020, dan 2021 dengan jumlah 240 mahasiswa. Teknik pengambilan sampel menggunakan *probability sampling* dengan jenis metode *simple random sampling* sehingga sampel yang diperoleh sebanyak 71 responden. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dan dokumentasi. Pengujian data melalui SPSS menggunakan uji regresi linear sederhana (uji T) dan uji regresi linear berganda (uji F). Berdasarkan hasil analisis, ditemukan bahwa minat berinvestasi mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung dipengaruhi sebesar 59,2% oleh aplikasi Bibit, *brand ambassador*, dan pengetahuan investasi. Korelasi antar aplikasi Bibit, *brand ambassador*, dan pengetahuan investasi terhadap minat berinvestasi termasuk ke dalam kategori yang kuat dengan nilai R sebesar 0,769

Kata kunci: Aplikasi Bibit, *Brand Ambassador*, Pengetahuan Investasi

ABSTRACT

THE EFFECT OF BIBIT APPLICATIONS, BRAND AMBASSADOR, AND INVESTMENT KNOWLEDGE OF INTEREST INVEST IN ECONOMIC EDUCATION STUDENTS AT LAMPUNG UNIVERSITY

By

INGGA ARDITHA

This study aims to determine the effect of the Bibit application, brand ambassadors, and investment knowledge on the interest in investing in Economics Education students at the University of Lampung. The method in this study uses descriptive verification with a quantitative research type. The population in this study are active students of Economics Education at the University of Lampung in 2019, 2020 and 2021 with a total of 240 students. The sampling technique used probability sampling with the type of simple random sampling method so that the sample obtained was 71 respondents. Data collection using questionnaires and documentation. Data testing through SPSS uses a simple linear regression test (T test) and multiple linear regression tests (F test). Based on the results of the analysis, it was found that the investment interest of Lampung University Economics Education students was influenced by 59.2% by the Bibit application, brand ambassadors, and investment knowledge. The correlation between Bibit applications, brand ambassadors, and investment knowledge on investment interest is included in a strong category with an R value of 0.769

Keywords: Bibit Application, Brand Ambassador, Investment Knowledge

**PENGARUH APLIKASI BIBIT, *BRAND AMBASSADOR*, DAN
PENGETAHUAN INVESTASI TERHADAP MINAT
BERINVESTASI MAHASISWA PENDIDIKAN
EKONOMI UNIVERSITAS LAMPUNG**

Oleh

INGGA ARDITHA

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA PENDIDIKAN**

Pada

**Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan**



**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2023**

Judul Skripsi : **PENGARUH APLIKASI BIBIT, *BRAND AMBASSADOR*, DAN PENGETAHUAN INVESTASI TERHADAP MINAT BERINVESTASI MAHASISWA PENDIDIKAN EKONOMI UNIVERSITAS LAMPUNG**

Nama Mahasiswa : **Ingga Arditha**

Nomor Pokok Mahasiswa : **1913031032**

Program Studi : **Pendidikan Ekonomi**

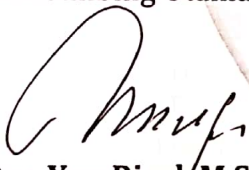
Jurusan : **Pendidikan IPS**

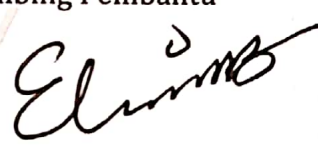
Fakultas : **Keguruan dan Ilmu Pendidikan**



Pembimbing Utama

Pembimbing Pembantu

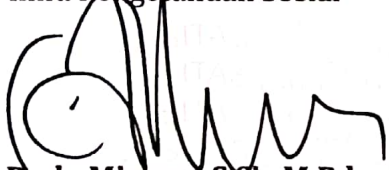

Drs. Yon Rizal, M.Si.
NIP 19600818 198603 1 005

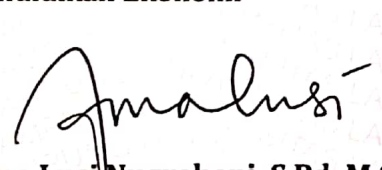

Dr. Erlina Rufaidah, M.Si.
NIP 19580828 198601 2 001

2. Mengetahui

Ketua Jurusan Pendidikan
Ilmu Pengetahuan Sosial

Plt. Ketua Program Studi
Pendidikan Ekonomi


Dedy Miswar, S.Si., M.Pd.
NIP 19741108 200501 1 003


Irma Lusi Nugraheni, S.Pd. M.Si.
NIP 19800727 200604 2 001

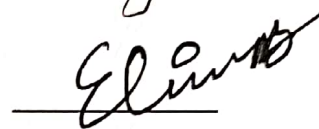
MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

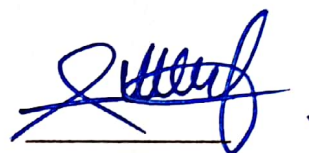
Ketua : Drs. Yon Rizal, M.Si.



Sekretaris : Dr. Erlina Rufaidah, M.Si.



**Penguji
Bukan Pembimbing : Albet Maydiantoro, S.Pd., M.Pd.**



Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan



Prof. Dr. Sunyono, M.Si.
NIP. 19651230 199111 1 001

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 12 April 2023



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, TEKNOLOGI
DAN PERGURUAN TINGGI
UNIVERSITAS LAMPUNG**

JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL

Jl. Prof. Dr. Sumantri Brojonegoro No.1 Gedong Meneng - Bandar Lampung 35145

Telepon (0721) 704624, Faximile (0721) 704624

e-mail: fkip@unila.ac.id, laman: <http://fkip.unila.ac.id>

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ingga Arditha
NPM : 1913031032
Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Jurusan/ Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali disebutkan di dalam daftar pustaka.

Bandar Lampung, 12 April 2023


Ingga Arditha
1913031032

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama Ingga Arditha, yang biasa disapa dengan panggilan Ingga. Penulis dilahirkan di Kota Bandar Lampung, 23 Juni 2001. Penulis merupakan anak kedua dari pasangan Bapak Khoirum dan Ibu Jusmiati. Penulis hidup dan besar di Kota Bandar Lampung.

Berikut pendidikan formal yang ditempuh:

1. Pendidikan dasar di SD Negeri 1 Beringin Raya pada 2007-2013.
2. Pendidikan menengah pertama di SMP Negeri 14 Bandar Lampung pada 2013-2016.
3. Pendidikan menengah atas di SMA Negeri 7 Bandar Lampung pada 2016-2019.
4. Tahun 2019 penulis diterima sebagai mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi, Jurusan Pendidikan IPS, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Lampung melalui jalur Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SBMPTN).

Selama di perguruan tinggi, penulis mengikuti berbagai kegiatan akademik dan non akademik. Kegiatan akademik yang dilakukan penulis adalah mengikuti Kuliah Kerja Nyata (KKN) tahun 2022 di Kelurahan Labuhan Dalam, Bandar Lampung. Kegiatan non akademik yang diikuti penulis adalah Organisasi *Association of Economic Education Students* (Assets), Organisasi Himpunan Mahasiswa Pendidikan IPS (Himapis), dan Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Koperasi Mahasiswa Universitas Lampung. Penulis diamanahkan menjadi Sekertaris Bidang Media Center Himapis tahun 2020 dan Ketua Bidang Media Center Himapis tahun 2021.

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillahilahi rabbil 'alamin, puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan kekuatan, kemudahan, serta petunjuk kepada penulis sehingga dapat mempersembahkan karya ini sebagai tanda cinta dan kasih sayang kepada:

Kedua Orang Tuaku

Terima kasih atas rasa cinta, kasih sayang, didikan, kesabaran, nasihat, pengorbanan serta doa-doa yang senantiasa selalu mengiringi perjalananku.

Kakakku

Terima kasih atas semangat dan dukungannya.

Bapak Ibu Guru dan Dosen Pengajar

Terima kasih telah membimbingku dengan sabar. Semoga senantiasa dalam lindungan Allah SWT.

Sahabat-sahabatku

*Terima kasih telah menemaniku dalam suka dan duka.
Terima kasih atas kebersamaannya.*

Almamater

Universitas Lampung

MOTTO

**“Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”
(Q.S. Al-Insyirah: 5-6)**

**“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”
(Q.S. Al-Baqarah: 286)**

**“Melangkah di jalan terang, selalu sadari yang kau miliki”
(Noah)**

**“Berusahalah semampumu, kuatlah semampumu. Allah selalu bersamamu.
Jika terjatuh, bangkitlah. Tak apa walaupun tertatih. Waktu akan menyembuhkan lukanya, meski kemungkinan terburuknya menyisakan bekas”
(Ingga Arditha)**

SANWACANA

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah, serta ridho-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Aplikasi Bibit, Brand Ambassador, dan Pengetahuan Investasi terhadap Minat Berinvestasi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung”** sebagai salah satu syarat mendapatkan gelar sarjana pendidikan di Universitas Lampung. Sholawat serta salam tak lupa penulis ucapkan kepada Nabi Muhammad SAW. yang dinantikan syafaatnya di hari akhir kelak.

Penulis menyadari dalam pengerjaan skripsi ini tak lepas dari doa, bantuan, saran, dan motivasi dari berbagai pihak. Maka dari itu, penulis mengucapkan terima kasih dengan tulus kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Ir. Lusmeilia Afriani, D.E.A., I.P.M. selaku Rektor Universitas Lampung, Wakil Rektor, segenap Pimpinan dan jajaran Universitas Lampung.
2. Bapak Prof. Dr. Sunyono, M.Si., selaku Dekan FKIP Universitas Lampung.
3. Bapak Drs. Riswandi, M.Pd., selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kerjasama FKIP Universitas Lampung.
4. Bapak Albet Maydiantoro, S.Pd., M.Pd., selaku Wakil Dekan Bidang Umum dan Keuangan FKIP Universitas Lampung.
5. Bapak Hermi Yanzi, S.Pd., M.Pd., selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Alumni FKIP Universitas Lampung.
6. Bapak Dedy Miswar, S.Si., M.Pd., selaku Ketua Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial FKIP Universitas Lampung.
7. Ibu Dr. Pujiati, S.Pd., M.Pd., selaku Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Lampung. Terima kasih atas segala arahan dan dukungan yang telah diberikan. Semoga Ibu serta keluarga senantiasa dirahmati oleh Allah SWT.

8. Bapak Drs. Yon Rizal, M.Si. selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis dalam penyelesaian skripsi. Terima kasih atas segala bimbingan dan waktu yang telah diluangkan bapak. Semoga Bapak serta keluarga senantiasa dirahmati oleh Allah SWT.
9. Ibu Dr. Erlina Rufaidah, M.Si. selaku dosen pembimbing II serta dosen pembimbing akademik yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta motivasi kepada penulis. Terima kasih atas segala bimbingan, waktu yang telah diberikan, serta kebaikan lainnya kepada penulis. Semoga Bunda serta keluarga dirahmati oleh Allah SWT.
10. Bapak Albet Maydiantoro, S.Pd., M.Pd. selaku dosen pembahas yang telah memberikan kritik, saran, bimbingan, serta motivasi kepada penulis. Terima kasih atas segala bimbingan dan waktu yang telah diluangkan bapak. Semoga kebaikan Bapak dibalas oleh Tuhan Yang Maha Esa.
11. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Pendidikan Ekonomi yaitu Drs. I Komang Winatha, M.Si., Drs. Nurdin, M.Si., Drs. Tedi Rusman, M.Si., Rahmah Dianti Putri, S.E., M.Pd., Widya Hestingtyas, S.Pd., M.Pd., Suroto, S.Pd., M.Pd., Fanni Rahmawati, S.Pd., M.Pd., Rahmawati, S.Pd., M.Pd., dan Atik Rusdiani, S.Pd., M.Pd.I. Semoga Bapak dan Ibu Dosen selalu dirahmati Allah SWT.
12. Kedua orang tuaku, Ibu Jusmiati dan Bapak Khoirum yang telah membesarkanku hingga saat ini. Terima kasih atas segala yang diberikan kepadaku, terima kasih atas perjuangan yang dilakukan untukku. Semoga Allah memberikan kasih sayang yang tak terhingga, dan menyatukan kita kembali sekeluarga di surga-Nya.
13. Kakakku, Ditho Sanjaya. Terima kasih atas bantuan, nasihat, dan candaannya. Semoga Allah memberikan kasih sayang yang tak terhingga kepadamu.
14. Tanteku, Cik Tengah dan Sepupuku, Mas Bayu, Wo Anggi, Ngah Tata, dan Wo Ayu. Terima kasih atas bantuannya baik berupa moril dan materiil. Semoga Allah membalas kebaikan tante dan sepupuku, dilimpahkan rejekinya oleh Allah SWT.
15. Grup SMP-ku, Amugrup Squad. Terima kasih kepada Andine Dwi Aprilina, Sabrina Jasriyani Putri, Auliya Rizqita Putri, dan Mauli Apriliyanti atas segala bantuan dan warna-warni yang diberikan kepadaku. Tak lupa

kuucapkan terima kasih kepada *bestie* yang satu ini, almh. Saradina Mariyah Redman. Terima kasih atas segalanya yang kamu berikan kepadaku. Dengan kepergianmu, aku belajar untuk kuat untuk menghadapi perpisahan. Aku sangat merindukanmu, teman sefrekuensiku. Aku beruntung dan bersyukur kenal dengan Amugrup Squad. Semoga kalian semua dirahmati oleh Allah SWT. dan kita dipersatukan kembali di surga-Nya.

16. *Bestie* SMA-ku, Annisa Mithasodieni. Terima kasih atas segala bantuan, nasihat, cerita dan warna-warni yang kamu berikan kepadaku. Aku beruntung dan bersyukur bisa kenal denganmu. Semoga kamu dan keluarga dirahmati oleh Allah SWT. dan kita dipersatukan kembali di surga-Nya.
17. Grup kuliahku, *To The World BCTZen*. Terima kasih Yulia Hexa Kurnia, Nurul Sharina Alifiantoro, dan Putri Mauli atas segala bantuannya dan warna-warni yang kalian ukir kepadaku. Terkhusus kepada Yulia, terima kasih atas waktunya, kebersamaannya, kursus kehidupannya, pemberiannya, *jokes*-nya dan hal lain yang masih banyak lagi. Benar-benar tidak menyangka, doa di 2019 menjadi kenyataan. Sempro bareng, semhas bareng, kompre pun waktunya berdekatan. Beruntung dan bersyukur bisa kenal kalian. Semoga Allah membalas kebaikan kalian dan kita dipersatukan kembali di surga-Nya.
18. Grup kuliahku, Geng Bolot. Terima kasih Kalista Maria Magdalena Sinaga, Sri Yulianti, Amelia Putri, Salwa Ghina Fasya, dan Aisya Zakia Fadillah. Terima kasih atas segala bantuannya dan warna-warni yang kalian ukir kepadaku. Terkhusus kepada Kalista, terima kasih atas waktunya, kebersamaannya, pemberiannya, ke-spontan-annya, dan hal lain yang masih banyak lagi. Beruntung dan bersyukur bisa kenal kalian. Semoga Allah membalas kebaikan kalian dan kita dipersatukan kembali di surga-Nya.
19. Terima kasih untuk kucing-kucingku. Item, Abu-abu, Suram, Badung, Mbem, Rus, Kuning, dan Cokelat yang telah menghiburku, menemaniku disaat kuliah daring hingga proses penyusunan skripsi ini.
20. Teman seperbimbingan akademik. Terima kasih atas kebersamaannya serta informasi yang diberikan. Sukses selalu untuk kalian semua.

21. Teman-teman angkatan 2019. Terima kasih atas kebersamaannya, bertukar informasi, cerita yang diukir selama masa perkuliahan, serta membantu dalam penyelesaian skripsi ini. Semoga Allah memudahkan kegiatan kalian.
22. Kakak tingkat angkatan 2018 yang tak dapat saya sebutkan satu per satu namanya. Terima kasih telah membimbing kami dari awal masuk kuliah baik akademik maupun non akademik, bersedia menjadi tempat bertanya, pemberi arahan dan tips. Sukses selalu untuk kakak-kakak angkatan 2018.
23. Angkatan 2020 dan 2021. Terima kasih sudah membantu penyelesaian skripsi ini. Semoga Allah memudahkan kegiatan kalian.
24. Semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung. Semoga Allah membalas kebaikan yang telah diberikan.

Bandar Lampung, 12 April 2023

Penulis,

Ingga Arditha

DAFTAR ISI

Halaman

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR LAMPIRAN

I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah.....	12
C. Batasan Masalah	12
D. Rumusan Masalah.....	13
E. Tujuan Penelitian	13
F. Manfaat Penelitian	13
G. Ruang Lingkup Penelitian.....	14
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	16
A. Konsep Teori.....	16
1. Minat Berinvestasi	16
2. Aplikasi Bibit.....	17
3. <i>Brand Ambassador</i>	20
4. Pengetahuan Investasi.....	21
B. Hasil Penelitian yang Relevan	24
C. Kerangka Berpikir.....	28
D. Hipotesis	29

III. METODE PENELITIAN	30
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	30
B. Populasi dan Sampel.....	31
1. Populasi.....	31
2. Sampel	31
C. Teknik Pengambilan Sampel	32
D. Variabel Penelitian.....	33
E. Definisi Konseptual Variabel.....	33
F. Definisi Operasional Variabel.....	34
G. Teknik Pengumpulan Data.....	36
1. Angket (Kuesioner).....	36
2. Dokumentasi	36
H. Uji Persyaratan Instrumen.....	37
1. Uji Validitas	37
2. Uji Reliabilitas	40
I. Uji Persyaratan Analisis Data	43
1. Uji Normalitas.....	43
2. Uji Homogenitas	43
J. Uji Asumsi Klasik.....	44
1. Uji Linearitas	44
2. Uji Multikolinearitas	45
3. Uji Autokorelasi.....	45
4. Uji Heteroskedastisitas	46
K. Pengujian Hipotesis	46
1. Uji Regresi Linear Sederhana	46
2. Uji Regresi Linear Berganda.....	47
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	49
A. Deskripsi Lokasi Penelitian	49
1. Sejarah Singkat Berdirinya Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung	49
2. Visi dan Misi, Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung	50

3.	Tujuan dan Sasaran Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung	51
B.	Gambaran Umum Penelitian.....	52
C.	Deskripsi Data Penelitian.....	52
1.	Deskripsi Data Variabel Aplikasi Bibit (X_1)	53
2.	Deskripsi Data Variabel <i>Brand Ambassador</i> (X_2)	55
3.	Deskripsi Data Variabel Pengetahuan Investasi (X_3)	57
4.	Deskripsi Data Variabel Minat Berinvestasi (Y)	59
D.	Uji Persyaratan Analisis Data	61
1.	Uji Normalitas.....	61
2.	Uji Homogenitas	62
E.	Uji Asumsi Klasik.....	63
1.	Uji Linearitas	63
2.	Uji Multikolinearitas	64
3.	Uji Autokorelasi.....	65
4.	Uji Heterokedastisitas	65
F.	Pengujian Hipotesis	67
1.	Uji Regresi Linear Sederhana	67
2.	Uji Regresi Linear Berganda	73
G.	Pembahasan.....	77
H.	Keterbatasan Penelitian.....	83
V.	SIMPULAN DAN SARAN	84
A.	Simpulan	84
B.	Saran	84
	DAFTAR PUSTAKA	86
	LAMPIRAN.....	92

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Usia Investor Reksa Dana di Indonesia September 2022	4
2. Jenis Pekerjaan Investor Reksa Dana di Indonesia September 2022.....	4
3. Hasil Kuesioner Mengenai Minat Investasi di Pasar Modal	5
4. Hasil Kuesioner Mengenai Aplikasi Investasi di Pasar Modal	6
5. Hasil Kuesioner Mengenai <i>Brand Ambassador</i>	9
6. Hasil Kuesioner Mengenai Pengetahuan Investasi	11
7. Hasil Penelitian yang Relevan	24
8. Data Jumlah Mahasiswa Aktif Pendidikan Ekonomi	31
9. Perhitungan Jumlah Sampel Mahasiswa Aktif Pendidikan	32
10. Definisi Operasional Variabel.....	35
11. Hasil Uji Validitas Aplikasi (X_1)	38
12. Hasil Uji Validitas <i>Brand Ambassador</i> (X_2).....	38
13. Hasil Uji Validitas Pengetahuan Investasi (X_3)	39
14. Hasil Uji Validitas Minat Berinvestasi (Y).....	40
15. Daftar Interpretasi Koefisien r	41
16. Hasil Uji Reliabilitas Aplikasi (X_1).....	41
17. Hasil Uji Reliabilitas <i>Brand Ambassador</i> (X_2)	41
18. Hasil Uji Reliabilitas Pengetahuan Investasi (X_3)	42
19. Hasil Uji Reliabilitas Minat Berinvestasi (Y)	42
20. Daftar Rekapitulasi Uji Reliabilitas	42
21. Daftar Nama Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi.....	50
22. Distribusi Frekuensi Variabel Aplikasi Bibit (X_1).....	54
23. Kategori Variabel Aplikasi Bibit (X_1).....	55
24. Distribusi Frekuensi Variabel <i>Brand Ambassador</i> (X_2)	56
25. Kategori Variabel <i>Brand Ambassador</i> (X_2)	57
26. Distribusi Frekuensi Variabel Pengetahuan Investasi (X_3).....	58
27. Kategori Variabel Pengetahuan Investasi (X_3)	59

28. Distribusi Frekuensi Variabel Minat Berinvestasi (Y).....	60
29. Kategori Variabel Minat Berinvestasi (Y)	61
30. Hasil Uji Normalitas	62
31. Hasil Uji Homogenitas.....	62
32. Hasil Uji Linearitas	63
33. Hasil Uji Multikolinearitas.....	64
34. Hasil Uji Autokorelasi.....	65
35. Hasil Uji Heterokedastisitas	66
36. Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial Variabel Aplikasi	68
37. Koefisien Regresi Aplikasi Bibit (X_1) Terhadap Minat Berinvestasi	68
38. Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial Variabel <i>Brand Ambassador</i> (X_2).....	70
39. Koefisien Regresi <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Minat Berinvestasi (Y).....	70
40. Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial Variabel Pengetahuan Investasi (X_3)	72
41. Koefisien Regresi Pengetahuan Investasi (X_3) Terhadap Minat Berinvestasi (Y)	72
42. Hasil Uji Pengaruh Aplikasi Bibit (X_1), <i>Brand Ambassador</i> (X_2), dan Pengetahuan Investasi (X_3) Terhadap Minat Berinvestasi (Y)	74
43. Koefisien Regresi Aplikasi Bibit (X_1), <i>Brand Ambassador</i> (X_2), dan Pengetahuan Investasi (X_3) Terhadap Minat Berinvestasi (Y)	74
44. ANOVA untuk Uji Hipotesis Aplikasi Bibit (X_1), <i>Brand Ambassador</i> (X_2), dan Pengetahuan Investasi (X_3) Terhadap Minat Berinvestasi (Y)	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Jumlah Investor Reksa Dana di Indonesia 2019-September 2022.....	3
2. Literasi Keuangan Tahun 2019.....	10
3. Skema Penelitian.....	29

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Butir Pertanyaan Kuesioner Pra-Penelitian.....	93
2. Dokumentasi Penyebaran Kuesioner Pra-Penelitian.....	94
3. Surat Izin Penelitian.....	95
4. Surat Balasan Izin Penelitian	96
5. Dokumentasi Penyebaran Kuesioner Penelitian	97
6. Kisi-Kisi Angket	98
7. Angket Penelitian.....	99
8. Data Uji Validitas Instrumen	106
9. Uji Reliabilitas	110
10. Uji Normalitas.....	112
11. Uji Homogenitas	112
12. Uji Regresi Linear.....	113
13. Uji Multikolinearitas	114
14. Uji Autokorelasi.....	114
15. Uji Heterokedastisitas	115
16. Uji Hipotesis	115

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Investasi merupakan kegiatan menyerahkan uang atau modal kepada pihak atau lembaga pengelola. Investasi bisa disebut dengan penanaman modal dan seseorang yang menanamkan modalnya disebut dengan investor. Kegiatan penanaman modal ini diharapkan oleh investor akan menerima keuntungan setelah jangka waktu tertentu. Kegiatan investasi memiliki banyak jenis pilihan dengan tingkat risiko kerugian yang beragam, mulai risiko rendah, menengah, ataupun tinggi. Terkait dengan risiko dan imbalan, keduanya memiliki perbandingan yang sejalan. Jika investor memilih jenis investasi dengan tingkat risiko yang besar (*big risk*), maka ia akan mendapatkan imbalan yang tinggi pula (*high return*) dan begitupun sebaliknya (Susanto, 2012). Oleh karena itu, penting sekali mengetahui jenis investasi beserta risikonya. Tinggi rendahnya imbalan yang didapatkan seorang investor pun tergantung dengan jumlah dana yang diinvestasikan. Semakin banyak investor menginvestasikan dana, maka semakin besar juga imbalan yang didupakannya. Hal ini mengartikan bahwa antara besaran imbalan dengan besaran dana investasi memiliki kaitan yang berbanding lurus.

Investasi dengan pendapatan negara memiliki hubungan yang positif. Semakin mudah cara investasi, semakin banyak yang melakukan kegiatan investasi, sehingga tingkat pendapatan negara akan naik (Ain, 2021). Berdasarkan penjelasan tersebut, maka investasi dan pendapatan negara memiliki hubungan yang positif atau berbanding lurus. Investasi berguna untuk memperbesar kapasitas produksi ekonomi dengan cara meningkatkan stok modal. Pembentukan modal ini dianggap sebagai pengeluaran yang akan menambah permintaan kebutuhan masyarakat (Ain, 2021).

Berinvestasi memiliki manfaat secara akademik terkhususnya mahasiswa Pendidikan Ekonomi seperti menambah wawasan tentang ilmu ekonomi, menerapkan ilmu ekonomi yang sudah diajarkan melalui proses perkuliahan, dan mengasah *soft skill* seperti manajemen uang, analisis keuangan. Lalu terdapat manfaat di masa mendatang untuk investor. Manfaat yang didapat oleh investor adalah penghasilan menjadi bertambah, mempersiapkan kebutuhan masa depan, dan merdeka secara finansial. Selain bagi investor sendiri, juga memiliki manfaat terhadap negara yaitu mendukung pertumbuhan ekonomi. Karena investasi berdampak luas, maka ada upaya yang harus diupayakan untuk meningkatkan jumlah investor di Indonesia.

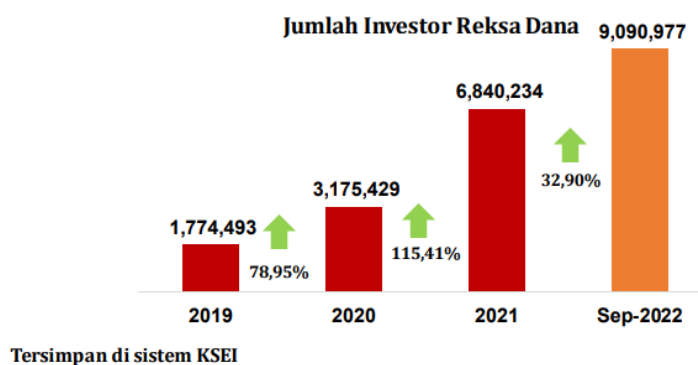
Jeffrey Hendrik selaku Direktur Pengembangan Bursa Efek Indonesia (BEI) akan melanjutkan program literasi keuangan dengan melakukan kerja sama dengan galeri investasi, perguruan tinggi, juga semua *stakeholders* (Maghiszha, 2022). Selain itu, dengan adanya inovasi teknologi membuat jumlah investor semakin meningkat. Sejak 2015, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang bekerjasama dengan BEI 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 2022 ini, kegiatan tersebut masih dilaksanakan.

Pasar modal memiliki beberapa jenis tempat untuk memiliki suatu aset yang dapat diperjualbelikan dengan harapan mendapatkan keuntungan. Tempat yang dimaksud dinamakan instrumen (Zahroh, 2015). Beberapa instrumen pada pasar modal yaitu saham, obligasi, *warrant*, *right*, dan reksa dana (Zahroh, 2015). Saham, obligasi, dan reksa dana merupakan instrumen yang cocok bagi pemula (Yusuf, 2022), namun reksa dana adalah instrumen yang pengelolaannya dilakukan oleh manajer investasi sehingga pemula tidak bersusah payah untuk mengelolanya. Hal ini juga diperkuat oleh (Sakinah & Silalahi, 2022) yang menyebutkan bahwa reksa dana termasuk jenis investasi yang minim risiko.

Reksa Dana merupakan salah satu jenis investasi yang memiliki tingkat risiko rendah. Reksa Dana merupakan salah satu dari instrumen pasar modal (Pinem, 2021). Reksa Dana merupakan wadah yang digunakan untuk menghimpun dana dari masyarakat pemodal yang selanjutnya diinvestasikan dalam portofolio efek oleh manajer investasi (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1995 Tentang Pasar Modal). Reksa Dana telah diatur dalam Undang-undang Republik Indonesia nomor 8 tahun 1995 tentang Pasar Modal. Reksa Dana dijelaskan pada bagian Bab IV yang terdiri dari bentuk hukum dan perizinan, serta pengelolaan.

Portofolio efek Reksa Dana memiliki tiga bagian yang dapat kita pilih untuk berinvestasi, yaitu produk pasar uang, obligasi, dan saham. Dana yang dihimpun akan dikelola oleh manajer investasi, ditempatkan pada surat berharga. Dana tersebut akan disimpan oleh bank kustodian. Bank kustodian ialah lembaga yang bertanggungjawab dalam hal administrasi, keamanan, dan pengawasan aset keuangan dari suatu perusahaan atau perorangan.

Berikut adalah gambar pertumbuhan investor Reksa Dana dari tahun 2019 hingga Juli 2022.



Sumber: www.ksei.co.id

Gambar 1. Jumlah Investor Reksa Dana di Indonesia 2019-September 2022.

Tahun 2019 Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) mencatat jumlah investor Reksa Dana sebanyak 1.774.493 orang, lalu ditahun 2020 jumlah investor meningkat sebesar 78,95% yang menjadi 3.175.429 orang. Pada tahun 2021 jumlah investor mengalami kenaikan lagi sebesar 115,41% dengan jumlah 6.8440.234 orang. Kemudian data terakhir yang dicatat oleh KSEI yaitu pada bulan September 2022, kenaikan investor sebesar 32,90% hingga jumlahnya menjadi 9.090.977 orang. Melihat data pada gambar di atas menunjukkan bahwa minat berinvestasi pada Reksa Dana di Indonesia semakin tinggi.

Tabel 1. Usia Investor Reksa Dana di Indonesia September 2022

Usia	Persentase (%)
< 30 tahun	59,08
31-40 tahun	22,23
41-50 tahun	10,74
51-60 tahun	5,18
> 60 tahun	2,77

Sumber: www.ksei.co.id

Jumlah investor di Indonesia per September 2022 ini didominasi oleh masyarakat dengan umur kurang dari 30 tahun dengan presentase 59,08%. Orang yang terlahir pada tahun 1995-2010 disebut dengan generasi Z (Wijoyo & dkk, 2020).

Tabel 2. Jenis Pekerjaan Investor Reksa Dana di Indonesia September 2022

Pekerjaan	Persentase (%)
Pegawai (Swasta, Negeri, Guru)	32,44
Pelajar	27,64
Lainnya	19,44
Pengusaha	13,99
Ibu Rumah Tangga	6,49

Sumber: www.ksei.co.id

Jenis pekerjaan investor reksa dana per September 2022 menunjukkan bahwa pegawai (swasta, negeri, dan guru) menempati posisi teratas dengan persentas sebesar 32,44%. Lalu diikuti oleh pelajar dengan persentase sebesar 27,64%. Dapat disimpulkan bahwa pelajar dan sejenisnya seperti mahasiswa dapat berpotensi untuk melakukan investasi

Anak muda generasi Z seperti mahasiswa berpeluang untuk mengoptimalkan bonus demografi di Indonesia dengan berkontribusi menjadi investor muda. Mahasiswa diharapkan menjadi investor muda karena kemampuan psikologisnya sudah memasuki fase dewasa. Wajar bila mahasiswa sudah memikirkan pengelolaan uangnya.

Berikut adalah hasil pra-penelitian terhadap mahasiswa angkatan 2019, 2020, dan 2021 Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung, sebanyak 84 Mahasiswa menjawab pertanyaan mengenai minat berinvestasi.

Tabel 3. Hasil Kuesioner Mengenai Minat Investasi di Pasar Modal

No.	Indikator	Kriteria Jawaban		Persentase (%)	
		Ya	Tidak	Ya	Tidak
1	Saya pernah berkeinginan untuk berinvestasi di pasar modal	80	4	95,2	4,8
2	Saya tertarik dengan investasi di pasar modal setelah mendapatkan mata kuliah ekonomi makro dan ekonomi moneter.	77	7	91,6	8,3

Sumber: Hasil Kuesioner Penelitian Pendahuluan, 2022.

Berdasarkan hasil pra-penelitian, sebanyak 95,2% ingin untuk berinvestasi di pasar modal. Lalu, sebanyak 91,6% tertarik dengan investasi di pasar modal setelah mendapatkan mata kuliah ekonomi makro dan ekonomi moneter. Hal tersebut mengartikan bahwa sebagian besar mahasiswa memiliki minat untuk melakukan investasi di pasar modal.

Seiring berjalannya waktu, segala aktivitas yang dilakukan semakin canggih. Kecanggihan itu berkat adanya pengembangan teknologi yang terus dilakukan. Kecanggihan inilah yang membuat segala aktivitas atau pelayanan menjadi efisien dan mudah. Berpindahannya segala aktivitas dari semua aspek kehidupan dalam masyarakat yang manual ke digital dinamakan transformasi digital. Saat ini kegiatan ekonomi sudah bertransformasi ke digital, salah satunya adalah kegiatan investasi. Perusahaan bidang keuangan saat ini telah bertransformasi ke digital dengan menerapkan *Financial Technology (Fintech)*. *Fintech* diartikan sebagai sebuah inovasi teknologi dalam layanan transaksi keuangan (Narastri & Kafabih, 2020).

Pelayanan aktivitas investasi yang efisien dan mudah dikemas dalam suatu sarana yang dinamakan aplikasi. Saat ini banyak berbagai perusahaan yang menghadirkan aplikasi investasi agar memudahkan para investor untuk berinvestasi. Perkembangan investasi di pasar modal berbasis aplikasi juga mengalami peningkatan semenjak pandemi Covid-19 (Affifatusholihah & Putri, 2021). Aplikasi investasi ini mencakup berbagai instrumen, seperti aplikasi dengan instrumen reksa dana yang bernama Bibit, Bareksa, Ajaib, Tanamduit. Lalu ada aplikasi dengan instrumen saham seperti Stockbit dan IPOT.

Setelah melakukan pra-penelitian terhadap angkatan 2019, 2020, dan 2021 Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung, sebanyak 84 Mahasiswa menjawab pertanyaan mengenai aplikasi investasi.

Tabel 4. Hasil Kuesioner Mengenai Aplikasi Investasi di Pasar Modal

No.	Indikator	Kriteria Jawaban		Persentase (%)	
		Ya	Tidak	Ya	Tidak
1	Saya mengetahui bahwa ada aplikasi untuk berinvestasi di pasar modal.	78	6	92,9	7,1
2	Saya meyakini bahwa	80	4	95,2	4,8

Tabel 4. (Lanjutan)

	aplikasi investasi di pasar modal dibuat untuk memudahkan investor berinvestasi.				
3	Saya tertarik untuk investasi di pasar modal melalui aplikasi setelah menerima mata kuliah pembelajaran ekonomi digital.	80	4	95,2	4,8
4	Saya telah melakukan investasi di pasar modal melalui aplikasi	7	77	8,3	91,7

Sumber: Hasil Kuesioner Penelitian Pendahuluan, 2022.

Berdasarkan hasil pra-penelitian, sebanyak 92,9% mahasiswa tau ada aplikasi untuk berinvestasi di pasar modal, dan sebanyak 95,2% mahasiswa meyakini bahwa aplikasi investasi di pasar modal dibuat dengan tujuan untuk memudahkan penggunaannya. Artinya, mahasiswa percaya bahwa hadirnya aplikasi untuk investasi di pasar modal dapat membuat berinvestasi menjadi lebih efektif dan efisien. Selanjutnya sebanyak 95,2% mahasiswa merasa tertarik untuk melakukan investasi di pasar modal melalui aplikasi setelah menerima mata kuliah pembelajaran ekonomi digital. Namun, terdapat permasalahan yaitu masih sedikit mahasiswa yang berinvestasi di pasar modal melalui aplikasi. Hal ini ditandai pada hasil kuesioner sebanyak 96,4% responden memilih jawaban “Tidak” pada butir pertanyaan ketiga.

Berdasarkan sumber databoks.co.id, aplikasi Bibit merupakan aplikasi yang paling banyak digunakan dengan perolehan persentase 71,9 persen. Hal ini menunjukkan bahwa aplikasi Bibit banyak diminati oleh masyarakat sebagai sarana untuk berinvestasi.

PT Bibit Tumbuh Bersama adalah agen penjual efek Reksa Dana yang terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan dengan nomor STTD/SK: KEP-14/PM.21/2017 (Otoritas Jasa Keuangan). Perusahaan ini memiliki aplikasi bernama Bibit yang hadir untuk membantu investor pemula untuk memulai investasi dengan optimal sesuai dengan tingkat risiko.

Penggunaannya sangat mudah yaitu mulai dari pembukaan rekening, pembelian sampai pencairan dilakukan secara daring serta desain aplikasi yang sederhana. Bibit dinobatkan sebagai *The Best Fintech Company* dalam ajang CNBC Indonesia Awards 2021 (Gunawan & Syahputra). Ajang ini bertujuan sebagai bentuk apresiasi juga kinerja yang diraih para pelaku ekonomi dan dunia usaha. Bibit terpilih dalam kategori tersebut karena fiturnya yang mendemokratisasikan layanan investasi.

Merek Bibit telah didaftarkan ke Pangkalan Data Kekayaan Intelektual (PDKI) oleh PT Bibit Tumbuh Bersama. Bibit adalah salah satu merek dari beberapa aplikasi investasi lainnya. Untuk bersaing dengan beberapa merek lainnya, salah satu strategi yang digunakan oleh Bibit adalah dengan menggunakan *brand ambassador*.

Brand ambassador merupakan seseorang yang diajak bekerja sama oleh suatu perusahaan dengan tugas memperkenalkan dan mempromosikan suatu merek. Penggunaan *brand ambassador* ini bertujuan agar menarik masyarakat untuk mau membeli produk suatu merek. Brand ambassador berperan bagi produk bisnis karena ramai orang yang mempercayai suatu produk bila dipromosikan oleh orang yang langsung menggunakan merek tersebut (Wijayanti, 2022). Bibit menggunakan *brand ambassador* diharapkan agar masyarakat dapat teredukasi tentang investasi pada Reksa Dana, mengetahui merek Bibit sebagai aplikasi investasi pada Reksa Dana, sehingga kemudian berminat untuk berinvestasi melalui Bibit. Saat ini, Bibit menggandeng Jerome Polin sebagai *brand ambassador* Bibit.

Jerome Polin adalah seorang yang cukup dikenal oleh masyarakat Indonesia khususnya dikalangan generasi Z. Jerome dikenal sebagai *YouTuber* dan selebriti internet yang kemudian mengembangkan diri sebagai pengusaha. Jerome terkenal bermula dari kanal *YouTube* nya yang bernama *Nihongo Mantappu*, ia membagikan kehidupannya di Jepang saat dirinya menjadi mahasiswa di Program Studi Matematika Terapan Universitas Waseda. Saat ini, konten *YouTube* Jerome berisi pendidikan, hiburan, dan kuliner. Ia

membuat buku yang berjudul Buku Latihan Soal Mantappu Jiwa yang terbit pada tahun 2019. Selain membuat buku, ia mempunyai beberapa prestasi seperti menerima beasiswa dari Perusahaan Jepang Mitsui-Bussan, mendapat penghargaan dari Ikatan Penerbit Indonesia (IKAPI) *Award 2020* untuk kategori *Rookie of the Year*, dan masuk ke dalam *Forbes 30 Under 30 Asia* pada April 2021.

Setelah melakukan pra-penelitian terhadap angkatan 2019, 2020, dan 2021 Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung, sebanyak 84 Mahasiswa menjawab pertanyaan mengenai *brand ambassador*.

Tabel 5. Hasil Kuesioner Mengenai *Brand Ambassador*

No.	Indikator	Kriteria Jawaban		Persentase (%)	
		Ya	Tidak	Ya	Tidak
1	Saya mengetahui bahwa Jerome Polin adalah <i>brand ambassador</i> dari Aplikasi Investasi bernama Bibit.	45	39	53,6	46,4
2	Saya setuju bahwa Jerome Polin adalah orang yang terkenal di kalangan anak muda.	79	5	94	6
3	Saya setuju bahwa Jerome Polin adalah orang yang dapat menginspirasi anak muda.	78	6	92,9	7,1

Sumber: Hasil Kuesioner Penelitian Pendahuluan, 2022.

Berdasarkan hasil pra-penelitian, sebanyak 94% mahasiswa setuju bahwa Jerome Polin adalah orang yang terkenal dan sebanyak 92,9% mahasiswa setuju bahwa Jerome Polin dapat menginspirasi anak muda. Artinya, sebagian besar mahasiswa percaya jika Jerome Polin adalah orang terkenal dan percaya dapat menginspirasi anak muda dengan membagikan kehidupannya sehari-hari di *YouTube* dan beberapa prestasi yang dimilikinya. Namun, hampir separuh mahasiswa yang belum mengetahui bahwa Jerome adalah *brand ambassador* dari salah satu aplikasi investasi di pasar modal.

Sebelum berinvestasi, ada baiknya bila kita 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, dll. Adanya perkembangan teknologi pun membuat semakin mudah untuk mencari informasi mengenai investasi di pasar modal. Namun, berdasarkan Survey Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) yang diselenggarakan oleh OJK pada tahun 2019, menunjukkan bahwa pertumbuhan literasi keuangan pada sektor pasar uang masih terlalu rendah.



Sumber: www.ojk.go.id

Gambar 2. Literasi Keuangan Tahun 2019.

SNLIK diadakan setiap tiga tahun sekali. Otoritas Jasa Keuangan menyebutkan bahwa literasi keuangan baru mencapai 38,03%. Meskipun meningkat dari 3 tahun sebelumnya, namun tingkat literasi ini tergolong rendah. Pada gambar terdapat bagian pasar modal yang menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan sebesar 4,92%. Jumlah persentase pasar modal masih sedikit.

Setelah melakukan pra-penelitian terhadap angkatan 2019, 2020, dan 2021 Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung, sebanyak 84 Mahasiswa menjawab pertanyaan mengenai pengetahuan investasi.

Tabel 6. Hasil Kuesioner Mengenai Pengetahuan Investasi

No.	Indikator	Kriteria Jawaban		Persentase (%)	
		Ya	Tidak	Ya	Tidak
1	Saya pernah meluangkan waktu untuk mempelajari tentang investasi di pasar modal.	60	24	71,4	28,6
2	Saya merasa sudah memiliki pengetahuan yang luas tentang investasi.	15	69	17,9	82,1
3	Saya takut untuk memulai investasi di pasar modal karena masih bingung.	72	12	85,7	14,3

Sumber: Hasil Kuesioner Penelitian Pendahuluan, 2022.

Hasil pra-penelitian menunjukkan bahwa sebanyak 71,4% mahasiswa pernah meluangkan waktunya untuk mempelajari investasi, namun sebanyak 82,1% mahasiswa belum merasa bahwa dirinya sudah memiliki pengetahuan yang luas tentang investasi. Hal ini mengartikan bahwa masih banyak mahasiswa yang belum mengetahui secara mendalam tentang ilmu investasi. Karena belum merasa memiliki pengetahuan yang luas, maka sebagian besar mahasiswa belum berani melakukan investasi. Hal ini terlihat pada hasil kuesioner, sebanyak 85,7% mahasiswa memilih jawaban “Ya” pada butir pertanyaan ketiga.

Mahasiswa berkeinginan investasi dengan alasan ingin menjadi orang yang berwawasan luas, intelektual, belajar mengatur keuangan, juga sebagai bentuk implementasi setelah mempelajari mata kuliah yang berhubungan dengan investasi yaitu ekonomi moneter. Namun terdapat permasalahan yaitu mereka belum melakukan investasi karena masih bingung seperti cara pendaftarannya, biaya investasi, dan takut uang tidak bisa diambil.

Berdasarkan latar belakang serta hasil pra-penelitian yang telah dilakukan terhadap Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung, terdapat beberapa permasalahan yang timbul. Maka dari itu, saya tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"Pengaruh Aplikasi Bibit, *Brand Ambassador*, dan Pengetahuan Investasi terhadap Minat Berinvestasi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung"**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, berikut adalah beberapa masalah yang terjadi.

1. Mahasiswa tidak memiliki keberanian untuk melakukan investasi.
2. Terdapat mahasiswa yang belum memiliki pengetahuan investasi secara luas.
3. Mahasiswa masih kurang dalam pemanfaatan teknologi untuk melakukan investasi
4. Terdapat mahasiswa yang belum mengetahui bahwa adanya brand ambassador dalam merek suatu aplikasi reksa dana.
5. Adanya mahasiswa yang tidak meluangkan waktu untuk mempelajari investasi.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang bersumber dari latar belakang dan hasil pra-penelitian terhadap Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung, maka masalah dibatasi pada kajian pengaruh Aplikasi Bibit (X_1), *Brand Ambassador* (X_2), dan Pengetahuan Investasi (X_3) terhadap Minat Berinvestasi (Y) Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung.

D. Rumusan Masalah

1. Adakah pengaruh aplikasi Bibit (X_1) terhadap minat berinvestasi (Y) mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung?
2. Adakah pengaruh *brand ambassador* (X_2) terhadap minat berinvestasi (Y) mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung?
3. Adakah pengaruh pengetahuan investasi (X_3) terhadap minat berinvestasi (Y) mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung?
4. Adakah pengaruh secara simultan aplikasi Bibit (X_1), *brand ambassador* (X_2), dan pengetahuan investasi (X_3) terhadap minat berinvestasi (Y) mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan dilakukannya penelitian ini untuk mengetahui:

1. Pengaruh aplikasi Bibit (X_1) terhadap minat berinvestasi (Y) mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung,
2. Pengaruh *brand ambassador* (X_2) terhadap Minat Berinvestasi (Y) mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung,
3. Pengaruh pengetahuan investasi (X_3) terhadap minat berinvestasi (Y) mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung,
4. Pengaruh secara simultan aplikasi Bibit (X_1), *brand ambassador* (X_2), dan pengetahuan investasi (X_3) terhadap minat berinvestasi (Y) mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung.

F. Manfaat Penelitian

Berikut adalah manfaat penelitian baik secara teoritis maupun praktis.

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas ilmu pengetahuan di bidang ekonomi terkhususnya tentang investasi yang berkaitan dengan aplikasi Bibit, *brand ambassador*, dan pengetahuan investasi.

2. Secara Praktis

- a. Bagi peneliti, penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan yang berkaitan dengan yang mempengaruhi minat berinvestasi, serta peneliti dapat mengimplementasikan ilmu pengetahuan tentang penelitian yang sudah didapatkan selama duduk di bangku kuliah.
- b. Bagi mahasiswa, adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi motivasi bagi mahasiswa agar terdorong untuk melakukan investasi di reksa dana, serta berguna sebagai referensi kepustakaan yang berkaitan dengan investasi di reksa dana.
- c. Bagi instansi, penelitian ini diharapkan dapat menjadi inspirasi dan motivasi bagi Universitas Lampung khususnya organisasi Assets Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung untuk mengadakan kegiatan yang bertemakan investasi di reksa dana.

G. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian yang akan dilakukan ialah sebagai berikut.

1. Objek Penelitian

Objek penelitian yang difokuskan adalah Aplikasi Bibit (X_1), *Brand Ambassador* (X_2), dan Pengetahuan Investasi (X_3) terhadap Minat Berinvestasi (Y) Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung.

2. Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung angkatan 2019, 2020, dan 2021.

3. Tempat Penelitian

Penelitian ini bertempat pada Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung.

4. Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan pada tahun 2022/2023.

5. Ilmu Penelitian

Ruang lingkup ilmu penelitian ini adalah ilmu ekonomi dengan topik investasi.

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Konsep Teori

1. Minat Berinvestasi

a. Pengertian Minat Berinvestasi

Minat merupakan rasa senang dan tertarik pada suatu hal tanpa adanya pemaksaan (Suralaga, 2021). Berdasarkan kalimat tersebut, minat timbul dari gabungan antara kesenangan dan ketertarikan dari individu. Minat seseorang perlu diketahui dengan melakukan asesmen (Nastiti & Laili, 2020). Berminat atau tidaknya seseorang pada suatu hal diperlukan deskripsi yang jelas (Dewati & Marfuah, 2021). Minat juga dapat memotivasi individu agar tujuan atau capaian yang diinginkan dapat terwujud.

Seseorang yang memiliki perasaan senang terhadap suatu hal akan membuat timbul dorongan pada dalam diri untuk bergegas melakukan hal tersebut (Soraya, 2015). 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). 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, 2018).

b. Faktor-faktor yang Memengaruhi Minat Berinvestasi

Nagy dan Robert mengemukakan enam faktor yang memengaruhi minat berinvestasi (Raditya, Budiarta, & Suardikha, 2014).

- 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.

c. Indikator Minat Berinvestasi

Indikator minat berinvestasi dapat diukur melalui ciri-ciri seseorang yang berminat melakukan investasi. Berikut adalah indikator minat berinvestasi (Suyanti & Hadi, 2019).

- 1) Keinginan mencari tahu mengenai jenis investasi,
- 2) Meluangkan waktu mempelajari lebih lanjut tentang investasi seperti ikut pelatihan atau seminar
- 3) Mencoba melakukan investasi

2. Aplikasi Bibit

a. Pengertian Aplikasi

Aplikasi adalah suatu perangkat lunak yang berupa pembelajaran, hiburan, maupun membantu kehidupan pengguna sehari-hari (STMIK STIKOM INDONESIA, 2018). Melalui penggunaan aplikasi, kebutuhan pengguna dapat memungkinkan terpenuhi dengan bermacam fitur yang ada (Bakhta, 2017). Pengertian aplikasi merupakan suatu alat terapan yang berfungsi sesuai kemampuan yang

telah dirancang dan siap pakai bagi pengguna sesuai dengan kebutuhannya (Widarma & Rahayu, 2017). Aplikasi adalah suatu program yang dapat digunakan pada perangkat elektronik seperti ponsel pintar, laptop, ataupun komputer.

Aplikasi terbagi kedalam beberapa bagian sesuai dengan penggunaannya, bagian-bagian tersebut yaitu aplikasi multimedia, aplikasi utilitas, aplikasi komunikasi, aplikasi media sosial, aplikasi produktifitas, aplikasi *enterprise*, aplikasi berbasis lokasi, aplikasi perjalanan, dan aplikasi permainan. Untuk kebutuhan investasi di pasar modal sendiri termasuk ke dalam aplikasi produktifitas, karena produktifitas adalah kegiatan yang kegiatannya mengatur sumber daya yang ada untuk mencapai suatu hasil optimal, contohnya adalah pengelolaan keuangan.

Manuel mengemukakan bahwa individu tertarik melakukan investasi di pasar modal melalui aplikasi dengan alasan mudahnya cara penggunaan dan informasi tentang investasi mudah dijangkau (Affifatusholihah & Putri, 2021). Penggunaan aplikasi juga dapat memudahkan investor untuk melakukan pembelian dan penjualan kapanpun dan dimanapun (Manuel, 2019).

Konana dan Balasubramanian menyebut sistem aplikasi untuk investasi di pasar modal dengan istilah *e-brokerages* karena fungsi dari sistem ini adalah menghubungkan antara investor dan perusahaan. Aplikasi investasi membutuhkan sambungan koneksi internet dalam penggunaannya.

Aplikasi untuk investasi di pasar modal ini termasuk ke dalam aplikasi *mobile*. Aplikasi *mobile* adalah suatu program yang dapat digunakan pada perangkat elektronik seperti ponsel pintar, laptop, ataupun komputer.

b. Indikator Aplikasi

Berikut adalah indikator yang dapat digunakan untuk mengukur penggunaan aplikasi (Chuang, Liu, & Kao, 2016).

1. Persepsi efisiensi
2. Persepsi efektifitas
3. Persepsi kegunaan dalam meningkatkan kinerja
4. Persepsi kegunaan dalam menjawab kebutuhan informasi

Aplikasi Bibit merupakan suatu aplikasi investasi dengan instrumen reksa dana yang termasuk ke dalam jenis aplikasi produktivitas. Aplikasi Bibit bertujuan untuk membantu investor pemula untuk memulai berinvestasi. Dalam menjalin kerja sama, PT. Bibit Tumbuh Bersama akan memilih manajer investasi dengan performa yang konsisten serta reputasi yang baik.

Aplikasi Bibit menggunakan teknologi *Robo Advisor* yang dapat membantu investor pemula dengan optimal sesuai dengan tingkat atau level risiko. Cara kerja *Robo Advisor* terbagi menjadi tiga, yaitu (Bibit.id, 2022):

1. Auto Risk Profilling. Pada tahap awal, investor pemula akan disajikan enam pertanyaan agar dapat menentukan level risiko dengan algoritma tanpa bias.
2. Auto Financial Plan. Setelah mengetahui level risiko berdasarkan enam pertanyaan, Bibit akan mengarahkan alokasi portofolio reksa dana investor pemula.
3. Auto Rebalancing. Pada tahap ini, Bibit akan mempertahankan alokasi portofolio dengan optimal seiring dengan perubahan pasar.

Berbicara tentang alokasi portofolio, aplikasi Bibit yang merupakan sarana investasi secara *online* memiliki jenis investasi, seperti reksa dana pasar uang, reksa dana obligasi, dan reksa dana saham. Jika level risiko sudah diketahui, maka aplikasi Bibit membagi alokasi portofolio kedalam jenis investasi tersebut dengan hitungan persen.

Terdapat berbagai jenis portofolio yang ada di bibit, yaitu (Bibit.id, 2022):

1. Bibit Darurat. Dalam melakukan pengelolaan keuangan, mempersiapkan dana darurat merupakan hal yang penting, agar suatu saat terjadi kondisi darurat yang membutuhkan uang maka seseorang akan lebih siap menghadapi kondisi tersebut dalam hal finansial. Dana

darurat lebih tepat bila kita berinvestasi kedalam instrumen reksa dana pasar uang, agar dana yang dicairkan tidak dalam keadaan merugi karena instrumen ini memiliki risiko yang rendah.

2. Bibit *Goals*. Portofolio ini ditujukan untuk investor yang memiliki tujuan untuk berencana seperti menyiapkan biaya pendidikan, berlibur, dsb. Instrumen untuk portofolio ini dapat mengikuti rekomendasi dari *Robo Advisor* ataupun memilih sendiri.
3. Bibit Tabungan. Portofolio yang satu ini tidak dapat dihapuskan dari aplikasi karena Bibit sadar bahwa terdapat sebagian orang yang belum memiliki tujuan keuangan secara spesifik, namun ingin menyisihkan sebagian uangnya.

3. *Brand Ambassador*

a. Pengertian *Brand Ambassador*

Beberapa perusahaan mulai meningkatkan kepercayaan *stakeholder* dengan bekerjasama dengan orang yang terkenal oleh banyak orang. Perusahaan bekerjasama dengan orang yang sudah terkenal agar produk yang dimiliki oleh perusahaan dapat menonjol dan dikenal oleh banyak orang. Seseorang yang terkenal dan mau bekerjasama dengan suatu perusahaan untuk mencapai suatu tujuan disebut dengan *brand ambassador* (Alamsyah & et all, 2020). Biasanya seorang selebriti ternama dipilih untuk dijadikan seorang *brand ambassador* (Hajar, Herlambang, & Rahayu, 2022).

Brand ambassador merupakan suatu pendukung pada iklan yang bisa memengaruhi tingkat kepopuleran suatu merek (Naomi & Ardhiyansyah, 2021). Pendukungnya ialah seseorang atau grup yang terkenal untuk menarik perhatian sehingga memunculkan minat pada konsumen. *Brand ambassador* adalah seseorang yang terlibat pada aktivitas di media sosial, bersemangat memperkenalkan juga memberi makna suatu merek kepada konsumen (Smith & et all, 2018). Adanya pengaruh *brand ambassador*, diharapkan pembelian konsumen yaitu menjadi meningkat (Firmansyah, 2019).

Brand ambassador berfungsi sebagai juru bicara suatu organisasi, memperkuat merek dan memfasilitasi hubungan relasional dengan suatu organisasi (Smith & et all, 2018). Selain itu penggunaan *brand*

ambassador juga dapat mengembangkan identitas dari suatu merek dan perusahaan (Alamsyah & et all, 2020). Dengan keputusan pemilihan *brand ambassador* yang tepat, perusahaan mulai membangun kepercayaan dan hubungan konsumen yang lebih tinggi. Dengan keputusan pemilihan *brand ambassador* yang tepat, perusahaan mulai membangun kepercayaan dan hubungan konsumen yang lebih tinggi.

Pemilihan kepribadian seorang *brand ambassador* mampu sangat mempengaruhi keberhasilan strategi pemasaran. Ciri-ciri kepribadian *brand ambassador* dibawa ke merek dan memengaruhi keterlibatan konsumen (Alamsyah & et all, 2020). Pengukuran kepribadian seorang *brand ambassador* dianggap sebagai salah satu cara untuk mempengaruhi keberhasilan konstruksi kredibilitas perusahaan.

b. Indikator *Brand Ambassador*

Shaz Smilansky mengemukakan terdapat empat indikator keberhasilan *brand ambassador* (Firmansyah, 2019), yaitu:

1. Daya Tarik
2. Kekuatan
3. Kepercayaan
4. Keahlian

4. Pengetahuan Investasi

a. Pengertian Pengetahuan Investasi

Penting sekali pengetahuan investasi ini dipelajari oleh individu yang akan melakukan investasi. Pentingnya pengetahuan investasi dipelajari bertujuan agar memperoleh keuntungan serta meminimalisir kerugian saat berinvestasi. Dasar-dasar investasi adalah ilmu yang pertama harus dipelajari termasuk juga mempelajari tentang risiko investasi agar individu dapat melakukan pengambilan keputusan instrumen apa yang sesuai dengan kemampuannya. Berinvestasi di pasar modal perlu kecukupan pengetahuan untuk menganalisis efek yang ingin dibeli (Darmawan & Japar, 2019).

Pengetahuan investasi ini berkaitan dengan minat investasi. Individu yang berminat melakukan investasi akan mencari-cari informasi atau ilmu pengetahuan tentang investasi melalui apa saja. Hal ini dibuktikan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dewati dan Marfiah pada tahun 2021 dengan hasil bahwa pengetahuan investasi berpengaruh positif terhadap minat investasi. Selanjutnya, terdapat penelitian lain yang dilakukan oleh Darmawan dan Japar tahun 2019 bahwa pengetahuan investasi berpengaruh positif signifikan terhadap minat investasi.

Pengetahuan investasi merupakan sebuah informasi, fakta-fakta, asumsi-asumsi, berita, rumor, dan hal-hal lain sejenisnya yang investor cari dan ketahui sebagai dasar dalam penilaian terhadap instrumen-instrumen investasi (Fahreza & Surip, 2018). Seseorang yang mempunyai pengetahuan investasi akan cenderung melakukan investasi (Asmara, 2020).

b. Proses Investasi

Proses investasi terdiri dari dasar keputusan investasi dan proses keputusan investasi (Handini & Astawinetu, 2020). Dasar keputusan investasi terdiri dari tiga, yaitu tingkat keuntungan yang diharapkan, tingkat risiko yang dihadapi, dan hubungan antara keuntungan dan risiko. Proses keputusan investasi terdiri dari lima yaitu penentuan tujuan investasi, penentuan kebijakan investasi, pemilihan strategi portofolio, pemilihan aset, serta pengukuran dan evaluasi kinerja portofolio.

Seseorang perlu mengetahui beberapa konsep dasar investasi untuk memahami proses investasi sebagai dasar pijakan seorang investor dalam memutuskan investasi yang dipilih. Hal yang sangat dasar untuk dipelajari adalah hubungan antara risiko dan keuntungan dari investasi. Hubungan keduanya memiliki hubungan yang searah.

Artinya, semakin tinggi tingkat keuntungan yang akan didapatkan, semakin tinggi juga tingkat risiko yang akan dihadapi investor.,

Terdapat asumsi jika investor adalah makhluk yang rasional dalam ilmu ekonomi secara umum dan ilmu investasi secara khusus (Handini & Astawinetu, 2020). Investor yang bersifat rasional tentu tidak menyukai ketidakpastian atau hal yang berisiko. Investor yang tidak menyukai risiko ini disebut dengan risk-averse investors.

c. Sumber Belajar Investasi Masa Kini

Berkembangnya teknologi dapat memudahkan kita dalam mencari ilmu pengetahuan melalui apa saja. Berikut adalah tujuh sumber belajar investasi secara mandiri (Ratri, 2020)

1. Artikel Daring

Artikel daring merupakan artikel yang dapat ditemui secara mudah pada alat pencari yang menggunakan bantuan internet. Caranya dengan mengetikkan kata kunci seperti “belajar investasi”, maka muncul beberapa artikel yang akan membahas tentang belajar investasi.

2. Mengikuti Akun Media Sosial

Adanya media sosial yang beragam serta akun edukasi di media sosial yang beragam, carilah dan ikutilah akun media sosial yang membahas tentang investasi.

3. Menonton Video

Belajar tak hanya secara visual seperti membaca, namun bisa dengan perpaduan yaitu secara audiovisual seperti menonton video. Saat ini, terdapat situs web video yang memudahkan kita menonton dengan mengetikkan kata kunci pencarian.

4. Mendengarkan Siniar

Selain secara visual dan audiovisual, mencari ilmu dapat juga melalui audio yaitu dengan mendengarkan siniar. Siniar merupakan salah satu media pembelajaran yang ditayangkan dalam bentuk audio (Sugatri, 2021).

5. Membaca Buku

Membaca buku tentang investasi dapat dipilih sesuai dengan kenyamanan calon investor, apakah ingin membaca buku berbentuk fisik atau elektronik.

6. Membaca Majalah

Pembahasan pada majalah biasanya lebih ringan daripada buku. Selain itu, desain majalah juga biasanya lebih menarik daripada buku. Majalah bisa menjadi alternatif selain membaca buku.

7. Mengikuti Webinar dan Kelas Daring

Webinar dan kelas daring adalah kegiatan yang dikreasikan dari seminar dan kelas tatap muka akibat pandemi Covid-19. Adanya webinar dan kelas daring ini diharapkan membuat mudah para calon investor yang ingin belajar tanpa harus pergi keluar rumah.

d. Indikator Pengetahuan Investasi

Berikut adalah indikator dari pengetahuan investasi (Adiningtyas & Hakim, 2022)

- 1) Pengetahuan Dasar Investasi
- 2) *Return* Investasi
- 3) Ancaman Investasi

B. Hasil Penelitian yang Relevan

Sudah banyak penelitian relevan yang sudah dilakukan oleh peneliti terdahulu. Saya menggunakan bermacam penelitian terdahulu sebagai sumber rujukan dan pertimbangan terkait dengan permasalahan pada penelitian ini. berikut adalah tabel hasil penelitian yang relevan.

Tabel 7. Hasil Penelitian yang Relevan

No.	Penulis	Judul	Hasil
1	Wita Agustina (2020)	Pengaruh Pengetahuan Investasi dan Kemajuan Teknologi terhadap Minat Generasi Z Dalam Berinvestasi di Pasar Modal (Studi Mahasiswa Prodi Manajemen Keuangan Syariah Universitas Islam Negeri	Berdasarkan penelitian serta pembahasan, dapat disimpulkan sebagai berikut: 1. Pengetahuan investasi (X1) berpengaruh terhadap minat berinvestasi di pasar modal pada mahasiswa prodi Manajemen Keuangan Syariah. Dapat disimpulkan bahwa semakin tingginya pengetahuan investasi yang didapat oleh para mahasiswa maka semakin tinggi pula minat mahasiswa dalam berinvestasi di pasar modal. 2. Kemajuan teknologi (X2) berpengaruh terhadap minat berinvestasi di pasar modal pada mahasiswa prodi

Tabel 7. (Lanjutan)

		Sulthan Thaha Saifuddin (Jambi)	Manajemen Keuangan Syariah. Kemajuan teknologi yang semakin canggih membuat generasi z terdorong berminat untuk berinvestasi di pasar modal.
2	Hansel Manuel (2019)	Pengaruh Kemudahan, Keamanan, Kepercayaan dan Kualitas Informasi pada Aplikasi Investasi <i>Online</i> terhadap Minat Investasi Saham	Menurut hasil penelitian yang sudah dilakukan, dapat disimpulkan ada dua variabel yang berpengaruh positif terhadap minat investasi saham, namun juga ada dua variabel yang tidak berpengaruh terhadap minat investasi saham. Didapat bahwa, kemudahan aplikasi investasi online memiliki pengaruh positif terhadap minat investasi saham, keamanan pada aplikasi investasi online tidak berpengaruh terhadap minat investasi saham, kepercayaan pada aplikasi investasi online tidak berpengaruh terhadap minat investasi saham, kualitas informasi pada aplikasi investasi online memiliki pengaruh positif terhadap minat investasi saham.
3	Reza Maulana Barata (2021)	Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> dalam Membangun <i>Brand Image</i> dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Pembelian Ponsel Pintar Samsung A51)	Berdasarkan hasil penelitian yang diuji menggunakan SPSS 25 dengan metode analisis jalus, maka dapat disimpulkan sebagai berikut: <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Brand Ambassador</i> memiliki pengaruh langsung terhadap <i>Brand Image</i> Samsung 2. <i>Brand Ambassador</i> memiliki pengaruh langsung terhadap keputusan pembelian 3. <i>Brand Image</i> memiliki pengaruh langsung terhadap keputusan pembelian 4. <i>Brand Ambassador</i> dan <i>Brand Image</i> memiliki pengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap keputusan pembelian
4	Pawit Tazkiyatur Rizkiyah (2021)	Pengaruh Modal Minimal, Persepsi Manfaat dan	Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi manfaat dalam meningkatkan minat

Tabel 7. (Lanjutan)

		Pengetahuan Investasi terhadap Minat Berinvestasi Saham Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Febi Iain Purwokerto)	<p>menggunakan e-money pada mahasiswa IAIN Purwokerto tahun angkatan 2017-2020, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Modal minimal berpengaruh positif terhadap variabel minat berinvestasi saham syariah pada mahasiswa FEBI IAIN Purwokerto. 2. Persepsi manfaat berpengaruh dan signifikan dari persepsi manfaat terhadap minat berinvestasi saham syariah pada mahasiswa FEBI IAIN Purwokerto. 3. Pengetahuan investasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan dari pengetahuan investasi terhadap minat berinvestasi saham syariah pada mahasiswa FEBI IAIN Purwokerto. <p>Secara simultan, modal minimal, persepsi manfaat dan pengetahuan investasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi saham syariah pada mahasiswa FEBI IAIN Purwokerto.</p>
5	Nicolas Jefuna dan Rezi Erdiansyah (2022) <i>Kiwari</i> Vol. 1, No. 1	Pengaruh Citra Merek, <i>Brand Trust</i> dan Brand Awareness terhadap Loyalitas Merek Aplikasi Investasi Reksadana Bibit.id di Kalangan Generasi Z	Berdasarkan hasil dari penelitian serta pembahasan terhadap Pengaruh Citra merek, Brand trust dan Brand Awareness terhadap loyalitas merek aplikasi investasi reksadana Bibit.id di kalangan generasi Z. dapat disimpulkan bahwa Citra merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas merek dapat dibuktikan sehingga H1 diterima. Kesimpulan terlihat dari hasil nilai t hitung $7,024 > t$ tabel 1,9 serta, yang berarti pengujian ini dapat dibuktikan secara statistik bahwa citra merek berpengaruh positif terhadap loyalitas merek.aplikasi investasi reksadana

Tabel 7. (Lanjutan)

Bibit.id di kalangan generasi Z. Pernyataan brand trust berpengaruh signifikan terhadap loyalitas merek dapat dibuktikan sehingga H2 diterima. Kesimpulan dapat dilihat dari hasil nilai t hitung $8,260 > t$ tabel 1,9 serta nilai nilai sig sebesar 0,000 lebih kecil daripada 0,05, yang berarti pengujian ini dapat dibuktikan secara statistik bahwa brand trust berpengaruh signifikan / positif terhadap loyalitas merek.aplikasi investasi reksa dana Bibit.id di kalangan generasi Z.

Brand awareness memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas merek dapat dibuktikan sehingga H3. Kesimpulan dapat terlihat dari hasil nilai t hitung $6,955 > t$ tabel 1,9 serta nilai nilai sig sebesar 0,000 lebih kecil daripada 0,05, yang berarti pengujian ini dapat dibuktikan secara statistik bahwa brand awareness berpengaruh signifikan/ positif terhadap loyalitas merek.aplikasi investasi reksa dana Bibit.id di kalangan generasi Z.

Hasil ini menyatakan bahwa variabel citra merek , brand trust serta brand awareness secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas merek merek aplikasi investasi reksadana Bibit.id. Pengambilan pernyataan ini dapat dilihat dari data yang telah diolah oleh peneliti, salah satu faktor penentu nya dapat dilihat dari hasil nilai F hit $27,999 > F$ tab 2,7 serta nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Sehingga semua variabel independen dapat dikatakan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen nya.

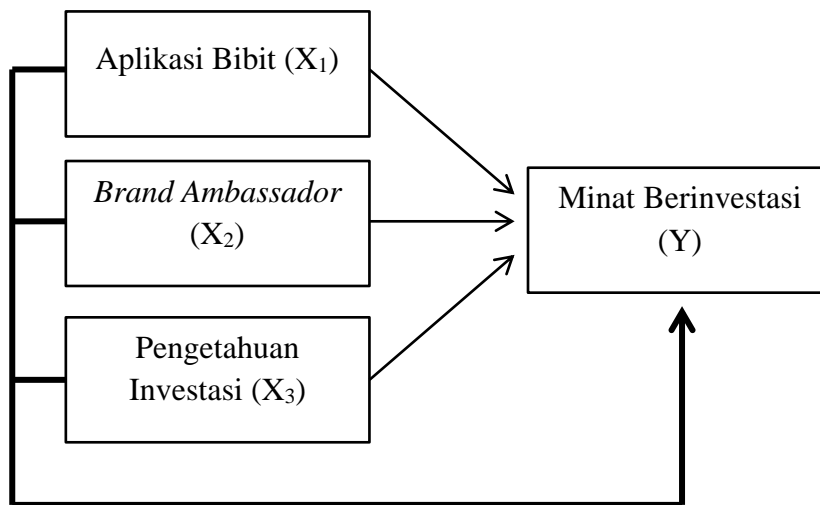
Sumber: Berbagai Riset Relevan

C. Kerangka Berpikir

Berdasarkan pada konsep teori yang sudah dijelaskan, minat berinvestasi dipengaruhi oleh beberapa faktor. Berjalannya waktu terus-menerus serta pemikiran manusia yang berkembang menyebabkan adanya perubahan dari berbagai aspek, salah satunya adalah aspek teknologi. Perkembangan teknologi melahirkan suatu alat yang dinamakan aplikasi guna memudahkan kebutuhan seseorang. Banyak aplikasi investasi yang muncul serta terdaftar di OJK.

Aplikasi investasi yang banyak bermunculan dibedakan pada merek atau nama aplikasinya, seperti Bibit, Bareksa, Pluang, Ajaib, dll. Terdapat persaingan antar perusahaan yang meluncurkan aplikasi investasi tersebut untuk menarik masyarakat agar mau menggunakan jasanya. Salah satu cara yang digunakan adalah dengan menggunakan *brand ambassador*. *Brand Ambassador* merupakan seseorang yang mau memperkenalkan suatu merek serta mau memberitahu informasi yang berkaitan dengan merek secara sukarela (Doucett, 2008). Dengan melakukan cara ini, perusahaan peluncur aplikasi mengharapkan agar masyarakat dapat tertarik dengan suatu merek aplikasi sehingga memunculkan minat berinvestasi.

Memutuskan untuk melakukan investasi pun perlu dibekali dengan pengetahuan investasi. Teori dengan praktik saling melengkapi. Jika hanya mendapat teori namun tidak dipraktikkan, maka kita tidak mengimplementasikan ilmu yang kita dapatkan. Jika kita memulai praktik tanpa mempelajari teorinya, maka kita saat praktik kita akan menjadi tidak terarah dan mengakibatkan praktik menjadi gagal. Begitu juga dengan memulai investasi, perlu saling melengkapi dan dijalankan bersama dengan pengetahuan investasi. Sesuai dengan judul yang peneliti akan lakukan, berikut adalah skema penelitian yang dibuat oleh peneliti.



Gambar 3. Skema Penelitian.

Keterangan:

- : Garis Pengaruh Parsial
 —————→ : Garis Pengaruh Simultan

D. Hipotesis

Berdasarkan batasan masalah, kajian teori serta kerangka pikir yang telah dijelaskan, berikut adalah hipotesis atau dugaan sementara dari penelitian ini.

1. Ada pengaruh Aplikasi Bibit terhadap Minat Berinvestasi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung.
2. Ada pengaruh *Brand Ambassador* terhadap Minat Berinvestasi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung.
3. Ada pengaruh Pengetahuan Investasi terhadap Minat Berinvestasi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung.
4. Ada pengaruh secara simultan Aplikasi Bibit, *Brand Ambassador*, dan Pengetahuan Investasi terhadap Minat Berinvestasi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung.

III. METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penggunaan metode penelitian pada penelitian ini yaitu metode deskriptif verifikatif. Metode deskriptif adalah penelitian terhadap variabel mandiri tanpa adanya perbandingan dan menghubungkan satu variabel dengan variabel lain (Abubakar, 2021). Metode verifikatif adalah penelitian terhadap populasi atau sampel yang bertujuan menguji dugaan sementara yang sudah ditetapkan (Sugiyono, 2013). Berdasarkan pengertian deskriptif dan verifikatif, maka metode tersebut dalam penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen yang diuji menggunakan statistik. penelitian ini menggunakan pendekatan *ex post facto*.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian tersebut merupakan suatu jenis penelitian yang spesifikasinya terencana, terstruktur, dan sistematis dengan jelas dari awal pembuatan sampai desain penelitiannya (Siyoto & Sodik, 2015).

Pengambilan data pada penelitian ini menggunakan jenis data primer yang data yang diambil bersumber dari pihak pertama atau responden (Sarwono, 2006). Pengambilan data primer dilakukan dengan metode survei, yaitu membuat angket dengan pertanyaan terkait dengan penelitian. Analisis regresi berganda merupakan teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini. Teknik tersebut berguna untuk mencari tau besarnya pengaruh bebas terhadap variabel terikat.

B. Populasi dan Sampel

Melakukan penelitian diperlukan objek ataupun subjek yang harus diteliti untuk mendapatkan hasilnya. Sasaran yang harus teliti itu adalah populasi. Jika populasi banyak, maka cukup diperlukan sampel sebagai objek dalam penelitian. Berikut adalah penjelasan lebih lanjut mengenai populasi dan sampel.

1. Populasi

Populasi merupakan objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu dalam penelitian yang dilakukan, setelah itu peneliti menarik kesimpulan (Sugiyono, 2013). Pada penelitian ini, populasinya adalah mahasiswa aktif Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung sebanyak tiga angkatan yaitu 2019, 2020, dan 2021. Berikut adalah tabel terkait jumlah populasi.

Tabel 8. Data Jumlah Mahasiswa Aktif Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung angkatan 2019, 2020, dan 2021

No.	Angkatan	Jumlah
1	2019	66
2	2020	77
3	2021	97
Total		240

Sumber: Sistem Informasi Akademik Universitas Lampung, 2022

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Siyoto & Sodik, 2015). Dikarenakan populasi yang banyak, maka akan diambil sampel dari populasi yang ada. Pengambilan sampel menggunakan rumus slovin sebagai berikut

$$n = \frac{N}{1 + Na^2}$$

Keterangan:

n : Jumlah Sampel

N : Jumlah Populasi

α : Tingkat Signifikansi (0,1)

Mengacu pada rumus slovin diatas, berikut adalah perhitungan jumlah sampel.

$$n = \frac{240}{1 + 240(0,1)^2}$$

$n = 70,5882353$ atau dibulatkan menjadi 71

C. Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian ini menggunakan *probability sampling* dengan teknik *simple random sampling* sebagai teknik pengambilan sampel. *Probability sampling* merupakan pengambilan sampel yang memberi peluang secara sama bagi populasi untuk terpilih menjadi anggota sampel (Sugiyono, 2013). *Simple random sampling* adalah pengambilan sampel yang dilakukan dengan cara acak (Siyoto & Sodik, 2015). Penentuan jumlah sampel setiap angkatan akan dilakukan dengan metode pengambilan sampel acak terstratifikasi. Metode tersebut digunakan jika pada penelitian terdapat perbedaan strata (Raupong, Saleh, & Taruma, 2015). Berikut adalah perhitungannya.

$$\text{Jumlah Sampel} = \frac{\text{Jumlah Angkatan}}{\text{Jumlah Populasi}} \times \text{Jumlah Sampel}$$

Tabel 9. Perhitungan Jumlah Sampel Mahasiswa Aktif Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung angkatan 2019, 2020, dan 2021

No.	Angkatan	Populasi	Jumlah Sampel
1	2019	$\frac{66}{240} \times 71 = 19,53$	19
2	2020	$\frac{77}{240} \times 71 = 22,78$	23
3	2021	$\frac{97}{240} \times 71 = 28,70$	29

Total Responden	71
-----------------	----

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2022

D. Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan suatu atribut dari objek yang memiliki variasi tertentu yang sudah peneliti tetapkan hingga selanjutnya ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2013). Pada penelitian ini, terdapat dua variabel yang ada. Berikut adalah penjelasannya.

1. Variabel Bebas

Variabel ini disebut juga dengan variabel tidak terikat atau variabel independen. Variabel ini adalah variabel yang memengaruhi variabel terikat (Sugiyono, 2013). Dalam penelitian ini, yang menjadi variabel bebas adalah Aplikasi (X_1), *Brand Ambassador* (X_2), dan Pengetahuan Investasi (X_3).

2. Variabel Terikat

Variabel ini disebut juga dengan variabel terikat atau variabel dependen. Variabel ini merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas (Sugiyono, 2013). Dalam penelitian ini, yang menjadi variabel terikat adalah Minat Berinvestasi (Y).

E. Definisi Konseptual Variabel

Definisi konseptual merupakan penjelasan berbentuk kata-kata dari setiap variabelnya. Tujuan dari definisi konseptual ialah guna memudahkan peneliti untuk melakukan penelitian terhadap variabel-variabel. Berikut adalah definisi konseptual dari variabel-variabel pada penelitian ini.

1. Aplikasi (X_1)

Aplikasi merupakan suatu perangkat yang berfungsi untuk membantu suatu aktivitas atau kegiatan yang akan dilakukan oleh individu. Aplikasi digunakan pada perangkat elektronik seperti ponsel pintar, laptop, ataupun komputer. Aplikasi ini siap pakai bagi individu dan memilih aplikasi sesuai dengan kebutuhannya.

2. *Brand Ambassador* (X_2)

Brand ambassador merupakan seseorang yang terkenal seperti selebriti ternama yang bekerjasama dengan sebuah perusahaan untuk memperkenalkan, mempromosikan, dan memperkuat identitas suatu merek dari apa yang dimiliki atau dikeluarkan oleh perusahaan tersebut.

3. Pengetahuan Investasi (X_3)

Investasi dapat diartikan sebagai kegiatan penanaman modal kepada lembaga yang mengelola modal dengan harapan akan menerima keuntungan setelah jangka waktu tertentu. Pengetahuan investasi adalah informasi yang kita dapatkan, yang kita pelajari mengenai penanaman modal. Pengetahuan investasi sangat penting agar kita bisa mengetahui jenis investasi apa yang sesuai dengan kemampuan kita, mendapatkan keuntungan yang maksimal, serta tidak tertipu dengan penawaran investasi bodong.

4. Minat Berinvestasi (Y)

Minat berinvestasi merupakan suatu perasaan yang muncul dalam diri untuk melakukan investasi di pasar modal. Untuk memunculkan minat, terdapat faktor dari luar maupun dari dalam diri seseorang.

F. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan pendefinisian variabel-variabel yang akan diteliti agar sifatnya menjadi operasional yang berkaitan pada proses pengukuran variabel-variabel tersebut sehingga peneliti menjadi mudah untuk melakukan pengukuran. Definisi operasional variabel pada penelitian ini disajikan dalam tabel berikut.

Tabel 10. Definisi Operasional Variabel

No.	Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
1	Minat Berinvestasi (Y)	Minat berinvestasi merupakan suatu perasaan yang muncul dalam diri untuk melakukan investasi di pasar modal. Untuk memunculkan minat, terdapat faktor dari luar maupun dari dalam diri seseorang.	1) Keinginan mencari tahu mengenai jenis investasi, 2) Meluangkan waktu mempelajari lebih lanjut tentang investasi seperti ikut pelatihan atau seminar 3) Mencoba melakukan investasi (Suyanti & Hadi, 2019)	Interval dengan pendekatan <i>semantic differential</i>
2	Aplikasi (X ₁)	Aplikasi merupakan suatu perangkat yang berfungsi untuk membantu suatu aktivitas atau kegiatan yang akan dilakukan oleh individu. Aplikasi ini siap pakai bagi individu dan memilih aplikasi sesuai dengan kebutuhannya.	1. Persepsi efisiensi 2. Persepsi efektifitas 3. Persepsi kegunaan dalam meningkatkan kinerja 4. Persepsi kegunaan dalam menjawab kebutuhan informasi (Chuang, Liu, & Kao, 2016)	Interval dengan pendekatan <i>semantic differential</i>
3	<i>Brand Ambassador</i> (X ₂)	<i>Brand ambassador</i> merupakan seseorang yang terkenal untuk mendukung promosi aplikasi investasi di pasar modal, merek	1. Daya Tarik 2. Kekuatan 3. Kepercayaan 4. Keahlian (Shaz Smilansky dalam Firmasyah, 2019)	Interval dengan pendekatan <i>semantic differential</i>

Tabel 10. (Lanjutan)

		aplikasi, serta mengedukasi tentang investasi pasar modal.		
4	Pengetahuan Investasi (X_3)	Pengetahuan investasi adalah informasi yang kita dapatkan, yang kita pelajari mengenai penanaman modal.	1. Pengetahuan pasar modal 2. Jenis instrumen investasi 3. Tingkat pengembalian investasi 4. Tingkat keuntungan (Pinem, 2021)	Interval dengan pendekatan <i>semantic differensial</i>

G. Teknik Pengumpulan Data

Berikut akan dijelaskan mengenai beberapa teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini.

1. Angket (Kuesioner)

Angket atau kuesioner ialah teknik mengumpulkan data dengan memberikan pernyataan ataupun pertanyaan kepada responden (Sugiyono, 2013). Kuesioner yang akan diberikan adalah jenis kuesioner tertutup, yaitu jawaban dari pernyataan yang sudah disediakan oleh peneliti sehingga responden hanya bisa memilih jawaban yang tersedia tanpa menjawab diluar pilihan yang ada. Pada penelitian ini, kuesioner akan diberikan melalui daring menggunakan *Google Form*. Kemudian, peneliti menggunakan skala *semantic differensial* sebagai pilihan jawaban dari pernyataan yang akan diberikan.

2. Dokumentasi

Dokumentasi disebut juga dengan teknik dokumenter, yaitu teknik mengumpulkan data berupa informasi secara tertulis maupun terekam yang berguna untuk bukti penelitian. Dokumentasi pada penelitian ini dapat berupa tangkapan layar dan surat-surat.

H. Uji Persyaratan Instrumen

Instrumen merupakan alat ukur pada penelitian. Instrumen dikatakan baik dan dapat dipercaya apabila dinyatakan valid dan reliabel. Untuk mencari kepastiannya, maka dilakukanlah uji validitas dan uji reliabilitas. Berikut adalah penjelasannya.

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk melihat seberapa jauh instrumen mengukur objek yang akan diukur. Semakin tinggi validitasnya, maka semakin baik instrumen untuk digunakan. Rumus *Pearson Product Moment Correlation* digunakan dalam uji validitas.

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(N \sum X^2 - (\sum X)^2)(N \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan:

r_{xy} : Koefisien korelasi antara variabel X dan Y

N : Jumlah responden

$\sum XY$: Total perkalian skor item dan total

$\sum X$: Jumlah skor butir pertanyaan

$\sum Y$: Jumlah skor total

$\sum X^2$: Jumlah kuadrat skor pertanyaan

$\sum Y^2$: Jumlah kuadrat skor total

Kriteria pengujian yang digunakan adalah jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $\alpha = 0,05$ maka alat pengukuran atau angket tersebut adalah valid dan sebaliknya apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka alat pengukuran tidak valid.

Menggunakan program SPSS, data yang sudah didapatkan melalui uji coba instrumen pada 20 responden telah dihitung dengan $dk = n = 20$ dan $r_{tabel} = 0,444$ maka diperoleh hasil sebagai berikut.

a. Aplikasi (X₁)

Dalam variabel ini, terdapat 13 butir pernyataan yang telah diuji. Hasil pengujian didapatkan bahwa semua pernyataan valid dengan memenuhi kriteria $r_{hitung} > r_{tabel}$. Berdasarkan hasil itu, semua butir pernyataan dapat dipakai dalam penelitian.

Tabel 11. Hasil Uji Validitas Aplikasi (X₁)

Butir Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kondisi	Simpulan
X _{1.1}	0.899	0.444	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X _{1.2}	0.893	0.444	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X _{1.3}	0.750	0.444	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X _{1.4}	0.738	0.444	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X _{1.5}	0.613	0.444	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X _{1.6}	0.713	0.444	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X _{1.7}	0.796	0.444	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X _{1.8}	0.901	0.444	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X _{1.9}	0.816	0.444	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X _{1.10}	0.910	0.444	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X _{1.11}	0.848	0.444	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X _{1.12}	0.867	0.444	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X _{1.13}	0.907	0.444	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023

b. Brand Ambassador (X₂)

Dalam variabel ini, terdapat 12 butir pernyataan yang telah diuji. Hasil pengujian didapatkan bahwa semua pernyataan valid dengan memenuhi kriteria $r_{hitung} > r_{tabel}$. Berdasarkan hasil itu, semua butir pernyataan dapat dipakai dalam penelitian.

Tabel 12. Hasil Uji Validitas Brand Ambassador (X₂)

Butir Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kondisi	Simpulan
X _{2.1}	0.766	0.444	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X _{2.2}	0.805	0.444	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X _{2.3}	0.652	0.444	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X _{2.4}	0.768	0.444	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Tabel 12. (Lanjutan)

X _{2.5}	0.671	0.444	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X _{2.6}	0.859	0.444	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X _{2.7}	0.718	0.444	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X _{2.8}	0.695	0.444	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X _{2.9}	0.501	0.444	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X _{2.10}	0.724	0.444	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X _{2.11}	0.757	0.444	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X _{2.12}	0.709	0.444	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023

c. Pengetahuan Investasi (X₃)

Dalam variabel ini, terdapat 12 butir pernyataan yang telah diuji. Hasil pengujian didapatkan bahwa semua pernyataan valid dengan memenuhi kriteria $r_{hitung} > r_{tabel}$. Berdasarkan hasil itu, semua butir pernyataan dapat dipakai dalam penelitian.

Tabel 13. Hasil Uji Validitas Pengetahuan Investasi (X₃)

Butir Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kondisi	Simpulan
X _{3.1}	0.882	0.444	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X _{3.2}	0.764	0.444	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X _{3.3}	0.820	0.444	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X _{3.4}	0.869	0.444	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X _{3.5}	0.835	0.444	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X _{3.6}	0.870	0.444	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X _{3.7}	0.898	0.444	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X _{3.8}	0.792	0.444	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X _{3.9}	0.908	0.444	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X _{3.10}	0.936	0.444	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X _{3.11}	0.757	0.444	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
X _{3.12}	0.796	0.444	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2023

d. Minat Berinvestasi (Y)

Dalam variabel ini, terdapat 11 butir pernyataan yang telah diuji. Hasil pengujian didapatkan bahwa semua pernyataan valid dengan memenuhi kriteria $r_{hitung} > r_{tabel}$. Berdasarkan hasil itu, semua butir pernyataan dapat dipakai dalam penelitian.

Tabel 14. Hasil Uji Validitas Minat Berinvestasi (Y)

Butir Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Kondisi	Simpulan
Y.1	0.623	0.444	r _{hitung} > r _{tabel}	Valid
Y.2	0.764	0.444	r _{hitung} > r _{tabel}	Valid
Y.3	0.616	0.444	r _{hitung} > r _{tabel}	Valid
Y.4	0.807	0.444	r _{hitung} > r _{tabel}	Valid
Y.5	0.817	0.444	r _{hitung} > r _{tabel}	Valid
Y.6	0.819	0.444	r _{hitung} > r _{tabel}	Valid
Y.7	0.896	0.444	r _{hitung} > r _{tabel}	Valid
Y.8	0.846	0.444	r _{hitung} > r _{tabel}	Valid
Y.9	0.896	0.444	r _{hitung} > r _{tabel}	Valid
Y.10	0.899	0.444	r _{hitung} > r _{tabel}	Valid
Y.11	0.874	0.444	r _{hitung} > r _{tabel}	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2023

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah instrumen dapat konsisten apabila instrumen tersebut diberikan ulang pada waktu yang berbeda. Dalam penelitian ini, rumus *Alfa-Cronbach* digunakan untuk uji reliabilitas.

$$r_{11} = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma^2 b}{\sigma^2 t} \right]$$

Keterangan:

r₁₁ : Reliabilitas Instrumen

k : Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma^2 b$: Jumlah varians butir

$\sigma^2 t$: Varians total

Jika r_{hitung} > r_{tabel} dengan $\alpha = 0,05$ maka alat pengukuran atau angket tersebut adalah reliabel, untuk menginterpretasikan nilai korelasi dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 15. Daftar Interpretasi Koefisien r

No.	Koefisien r	Reliabilitas
1	0,8000 – 1,0000	Sangat Tinggi
2	0,6000 – 0,7999	Tinggi
3	0,4000 – 0,5999	Sedang
4	0,2000 – 0,3999	Rendah
5	0,0000 – 0,1999	Sangat Rendah

Sumber: (Rusman, Statistika Penelitian: Aplikasinya dengan SPSS, 2015)

a. Aplikasi (X₁)

Telah diuji menggunakan SPSS hasil data dari 20 responden dan n untuk butir yang dianalisis terdapat 13 butir pernyataan yang valid. Didapatkan r Alpha sebesar 0.959. Berdasarkan tabel daftar interpretasi koefisien, instrumen untuk variabel X₁ mempunyai reliabilitas yang sangat tinggi

Tabel 16. Hasil Uji Reliabilitas Aplikasi (X₁)

Cronbach's Alpha	N of Items
0.959	13

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2023

b. Brand Ambassador (X₂)

Telah diuji menggunakan SPSS hasil data dari 20 responden dan n untuk butir yang dianalisis terdapat 12 butir pernyataan yang valid. Didapatkan r Alpha sebesar 0.941. Berdasarkan tabel daftar interpretasi koefisien, instrumen untuk variabel X₂ mempunyai reliabilitas yang sangat tinggi

Tabel 17. Hasil Uji Reliabilitas Brand Ambassador (X₂)

Cronbach's Alpha	N of Items
0.941	12

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2023

c. Pengetahuan Investasi (X₃)

Telah diuji menggunakan SPSS hasil data dari 20 responden dan n untuk butir yang dianalisis terdapat 12 butir pernyataan yang valid. Didapatkan r Alpha sebesar 0.963. Berdasarkan tabel daftar interpretasi koefisien, instrumen untuk variabel Y mempunyai reliabilitas yang sangat tinggi

Tabel 18. Hasil Uji Reliabilitas Pengetahuan Investasi (X₃)

Cronbach's Alpha	N of Items
0.963	12

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2023

d. Minat Berinvestasi (Y)

Telah diuji menggunakan SPSS hasil data dari 20 responden dan n untuk butir yang dianalisis terdapat 11 butir pernyataan yang valid. Didapatkan r Alpha sebesar 0.947. Berdasarkan tabel daftar interpretasi koefisien, instrumen untuk variabel Y mempunyai reliabilitas yang sangat tinggi

Tabel 19. Hasil Uji Reliabilitas Minat Berinvestasi (Y)

Cronbach's Alpha	N of Items
0.947	11

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023

Tabel 20. Daftar Rekapitulasi Uji Reliabilitas

No.	Variabel	r _{hitung}	Hasil
1.	Aplikasi (X ₁)	0.959	Sangat Tinggi
2.	Brand Ambassador (X ₂)	0.941	Sangat Tinggi
3.	Pengetahuan Investasi (X ₃)	0.963	Sangat Tinggi
4.	Minat Berinvestasi (Y)	0.947	Sangat Tinggi

I. Uji Persyaratan Analisis Data

1. Uji Normalitas

Uji normalitas berguna untuk melihat data yang diperoleh apakah berdistribusi normal atau sebaliknya. Jika data berdistribusi normal, maka analisis bisa menggunakan statistika parametrik. Penelitian ini akan menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov Test*. Karena penelitian ini menggunakan analisis statistik parametrik, maka harus ditentukan nilai signifikansi *two tailed* dengan ketentuan sebagai berikut.

1. Jika nilai signifikansi *two tailed* dinyatakan lebih besar dari $\alpha = 0,05$, maka data menunjukkan distribusi yang normal dan dengan begitu model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika nilai signifikansi *two tailed* dinyatakan lebih kecil dari $\alpha = 0,05$, maka data menunjukkan distribusi yang tidak normal dan dengan begitu model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

2. Uji Homogenitas

Uji homogenitas dilakukan untuk meyakinkan bahwa data berasal dari populasi yang mempunyai variansi yang sama. Pada analisis statistik parametrik, uji homogenitas adalah uji yang wajib untuk dilakukan. Metode *Levene Statistic* digunakan untuk melakukan uji homogenitas pada penelitian ini. Berikut adalah rumusnya.

$$W = \frac{(n - k) \sum_{i=1}^k n_i (\bar{Z}_i - \bar{Z}_{..})^2}{(k - 1) \sum_{i=1}^k \sum_{j=1}^{n_i} (Z_{ij} - \bar{Z}_i)^2}$$

$$Z_i = \left| \bar{Y}_i - \bar{Y}_t \right|$$

Keterangan:

N : Jumlah kelompok

K : Banyaknya kelompok

Z_U : Y_U - Y_T

Y_t : Rata-rata kelompok ke-i

Z_t : Rata-rata kelompok dari Z_i
 Z : Rata-rata menyeluruh (*Overall mean*)

Rumusan hipotesis:

H_0 : Varians populasi adalah homogen
 H_1 : Varians populasi adalah tidak homogen

Hasil perhitungan dapat kita lihat pada nilai signifikansi pada uji homogenitas menggunakan metode *Levene Statistic*. Kriteria pengambilan keputusan yaitu apabila nilai signifikansi lebih dari $\alpha = 0,05$ maka data bersifat homogen atau H_0 diterima. Jika sebaliknya maka bersifat tidak homogen atau H_0 ditolak.

J. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik penting dilakukan karena uji ini berguna untuk mencapai *Best Linear Unbiased Estimator* (BLUE). Model regresi linear berganda dapat dikatakan model yang baik bila model tersebut memenuhi kriteria BLUE (Nihayah, 2019). Berikut adalah uji asumsi klasik yang akan dilakukan pada penelitian ini.

1. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui model regresi yang akan digunakan dalam penelitian ini apakah bersifat linier atau non linier. Penelitian ini akan menggunakan metode tabel *anova* untuk uji ini.

Rumusan hipotesis dalam uji linearitas:

H_0 = Model regresi berbentuk linier
 H_1 = Model regresi berbentuk non linier

Kriteria pengujian dapat dilihat berdasarkan tabel signifikansi dengan $\alpha = 0,05$. Apabila nilai signifikansi pada *Deviation from Linearity* $> \alpha$ maka H_0 diterima. Jika sebaliknya maka tidak diterima.

2. Uji Multikolinearitas

Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada korelasi yang tinggi atau sempurna diantara variabel bebas atau tidak pada model regresi yang terbentuk. Diharapkan tidak terjadi multikolinearitas pada analisis regresi ini.

Rumusan hipotesis:

H_0 = tidak terjadi multikolinearitas

H_1 = terjadi multikolinearitas

Metode yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) dengan kriteria pengujian apabila nilai *Tolerance* dan $VIF < 10$ maka tidak terjadi gejala multikolinearitas.

3. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi berguna untuk mengetahui terjadi atau tidaknya korelasi diantara serangkaian data pengamatan. Adanya auto korelasi mengakibatkan penaksir mempunyai varians tidak minimum. Metode *Durbin-Watson* akan digunakan untuk uji autokorelasi dalam penelitian ini.

Rumusan hipotesis dalam uji autokorelasi

H_0 = Tidak terjadi adanya autokorelasi diantara data pengamatan

H_1 = Terjadi adanya autokorelasi diantara data pengamatan

Kriteria pengujiannya adalah apabila nilai statistik *Durbin-Watson* berada diantara nilai dU hingga $(4 - dU)$ dengan k = jumlah variabel bebas yaitu 3 dan n = total sampel yaitu 71 maka asumsi tidak terjadi autokorelasi terpenuhi.

4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bermaksud untuk mencari tahu apakah varians residual absolut homogen atau tidak untuk semua pengamatan. Uji heteroskedastisitas pada penelitian ini akan menggunakan metode *Rank Spearman*.

Rumusan hipotesis dalam uji heteroskedastisitas

H_0 = Tidak ada hubungan yang sistematis antara variabel yang menjelaskan dan nilai mutlak dari residualnya atau regresi tidak mengandung gejala heteroskedastisitas

H_1 = Ada hubungan yang sistematis antara variabel yang menjelaskan dan nilai mutlak dari residualnya, atau regresi mengandung gejala heteroskedastisitas

Kriteria pengambilan keputusannya adalah apabila nilai signifikansi (*2-tailed*) $> \alpha = 0,05$ maka dapat dinyatakan persamaan regresi yang terbentuk tidak mengandung gejala heteroskedastisitas diantara data pengamatan tersebut atau terima H_0 , demikian sebaliknya tolak H_0 .

K. Pengujian Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian. Hipotesis belum menjadi jawaban yang empirik (Sugiyono, 2013). Hipotesis statistik diperlukan untuk membuktikan signifikansi atau tidaknya hasil pengujian hipotesis.

1. Uji Regresi Linear Sederhana

Uji regresi linear sederhana dilakukan guna mengetahui pengaruh antar variabel bebas terhadap variabel terikat. Hipotesis diuji menggunakan statistik t yang berkaitan dengan regresi linear. Adapun persamaan umum yang digunakan adalah.

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

- Y : Nilai ramalan untuk variabel
 a : Bilangan koefisien
 b : Koefisien arah atau koefisien regresi
 X : Variabel bebas yang bernilai tertentu

2. Uji Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara keseluruhan variabel bebas terhadap variabel terikat. Formulasi umum yang digunakan untuk uji ini adalah sebagai berikut.

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

Keterangan:

- Y = Nilai yang diprediksi untuk variabel
 a = Nilai konstanta Y jika X = 0
 b = Koefisien arah regresi
 X = Variabel bebas

Selanjutnya dilakukan uji F, yakni pengujian yang dilakukan terhadap koefisien regresi secara simultan untuk mengetahui pengaruh seluruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat. Berikut adalah persamaan yang digunakan untuk melakukan uji F (Rusman, Statistika Parametrik, 2019).

$$F = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$$

Keterangan:

- R^2 : Koefisien determinasi
 k : Jumlah variabel bebas
 n : Jumlah anggota data atau kasus

Tingkat signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini adalah 0,05 ($\alpha = 5\%$). Berikut adalah kriteria pengambilan keputusan untuk pengujian hipotesis (Nihayah, 2019).

1. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka keputusannya terima H_0
2. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka keputusannya tolak H_0

V. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data serta pengujian hipotesis yang telah dilakukan pada Aplikasi Bibit, *Brand Ambassador*, dan Pengetahuan Investasi terhadap Minat Berinvestasi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Ada pengaruh positif dan signifikan aplikasi Bibit terhadap minat berinvestasi mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung.
2. Ada pengaruh positif dan signifikan *brand ambassador* terhadap minat berinvestasi mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung
3. Ada pengaruh positif dan signifikan pengetahuan investasi terhadap minat berinvestasi mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung
4. Ada pengaruh positif dan signifikan aplikasi Bibit, *brand ambassador*, dan pengetahuan investasi terhadap minat berinvestasi mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung

B. Saran

Berdasarkan hasil pengolahan data dan pengujian hipotesis yang dilakukan mengenai pengaruh Aplikasi, *Brand Ambassador*, dan Pengetahuan Investasi terhadap Minat Berinvestasi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Diharapkan bagi mahasiswa agar lebih memahami fitur-fitur pada aplikasi Bibit, sehingga mahasiswa dapat lebih merasakan kemudahan dalam melakukan investasi.
2. Disarankan bagi perusahaan untuk melanjutkan atau memperbarui kerja sama dengan artis yang banyak digandrungi oleh mahasiswa agar dapat menarik mahasiswa sebagai motivasi untuk melakukan investasi.

3. Diharapkan bagi mahasiswa agar memperdalam lagi ilmu pengetahuan tentang investasi, agar mahasiswa semakin paham tentang investasi sehingga tidak salah memilih instrumen investasi.
4. Diharapkan bagi mahasiswa untuk memperluas sumber informasi atau sumber belajar selain dari proses perkuliahan seperti melalui media sosial, *YouTube*, *e-book*, dan *podcast*.

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, R. (2021). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: SUKA-Press.
- Adiningtyas, S., & Hakim, L. (2022). Pengaruh Pengetahuan Investasi, Motivasi, dan Uang Saku terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi di Pasar Modal Syariah dengan Risiko Investasi sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 1-9.
- Adnyana, I. M. (2020). *Manajemen Investasi dan Portofolio*. Jakarta: LPU-UNAS.
- Affifatusholihah, L., & Putri, S. I. (2021). Analisis Variabel yang Mempengaruhi Minat Investasi Berbasis Aplikasi. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 311-320.
- Ain, N. N. (2021). Pengaruh Investasi Terhadap Pertumbuhan dan Pembangunan Ekonomi. *Jurnal Al-Tsaman*, 162-169.
- Alamsyah, A., & et all. (2020). Recognizing Personality from Social Media Linguistic Cues: A Case Study of Brand Ambassador Personality. *International Conference on Information and Communication Technology (ICoICT)*, 1-5.
- Asmara, A. (2020). *Pengaruh Pengetahuan Investasi, Kebijakan Modal Minimum, Pelatihan Pasar Modal, Motivasi Investasi, Return Investasi dan Risiko Investasi Terhadap Minat Investasi Mahasiswa*. Skripsi.
- Bakhta, K. (2017). Mobile Application Development: All the Steps and Guidelines for Successful Creation of Mobile App: Case Study. *International Journal of Computer Science and Mobile Computing*, 15-20.
- Bibit.id. (2022, Juli 17). Retrieved Maret 19, 2023, from <https://faq.bibit.id:https://faq.bibit.id/id/article/apa-itu-robo-advisor-lop0vt/#:~:text=Robo%20Advisor%20adalah%20teknologi%20yang,Secara%20otomatis.&text=Teknologi%20Bibit%20mendemokrasikan%20penelitian%20akademik,siapapun%20dapat%20berinvestasi%20dengan%20benar>.

- Bibit.id. (2022, Juli 17). Retrieved Maret 19, 2023, from <https://faq.bibit.id:https://faq.bibit.id/id/article/jenis-jenis-portofolio-di-bibit-103mxlg/>
- Chuang, L. M., Liu, C. C., & Kao, H. K. (2016). The Adoption of Fintech Service: TAM Perspective. *International Journal of Management and Administrative Sciences (IJMAS)*, 1-15.
- Darmawan, A., & Japar, J. (2019). Pengaruh Pengetahuan Investasi, Modal Minimal, Pelatihan Pasar Modal dan Motivasi terhadap Minat Investasi di Pasar Modal (Studi pada Mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Purwokerto). *Majalah Neraca*, 1-13.
- Dewati, A. A., & Marfuah. (2021). Determinan Minat Mahasiswa Berinvestasi pada Pasar Modal. *Jurnal Studi Akuntansi dan Keuangan*, 45-60.
- Doucett, E. (2008). *Creating Your Library Brand*. Chicago: American Library Association.
- Fahreza, M., & Surip, N. (2018). Pengaruh Pengetahuan Investasi, Persepsi Risiko, dan Persepsi Kontrol Perilaku Terhadap Minat Investasi Saham. *Jurnal SWOT*, 346-361.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya: Qiara Media.
- Gunawan, A., & Syahputra, E. (n.d.). Retrieved September 16, 2022, from <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20211115083541-37-291446/bibit-dinobatkan-jadi-the-best-fintech-company-2021#:~:text=Menyusul%20keunggulan%20fitur%20yang%20mendemokratisasikan,di%20ajang%20CNBC%20Awards%202021.>
- Hajar, A. I., Herlambang, T., & Rahayu, J. (2022). Duta Merek dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Business, Management, and Accounting*, 1-28.
- Handini, S., & Astawinetu, E. D. (2020). *Teori Portofolio dan Pasar Modal Indonesia*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Hendayana, Y., & Afifah, N. (2020). Pengaruh Brand Ambassador dan Korean Wave terhadap Minat Belanja Online melalui Marketplace Tokopedia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 32-46.
- Lubis, T. A. (2016). *Manajemen Investasi dan Perilaku Keuangan*. Jambi: Salim Media Indonesia.

- Maghiszha, D. F. (2022, Juni 29). Retrieved Juli 17, 2022, from idxchannel.com: <https://www.google.com/amp/s/www.idxchannel.com/amp/market-news/incar-investor-baru-bei-lanjutkan-program-literasi-pasar-modal>
- Manuel, H. (2019). Pengaruh Kemudahan, Keamanan, Kepercayaan, dan Kualitas Informasi pada Aplikasi Investasi Online terhadap Minat Investasi Saham. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 1-30.
- Naomi, I. P., & Ardhiyansyah, A. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image pada E-Commerce Indonesia. *Senmabis*, 38-44.
- Narastri, M., & Kafabih, A. (2020). Financial Technology (Fintech) di Indonesia Ditinjau dari Perspektif Islam. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics*, 155-170.
- Nastiti, D., & Laili, N. (2020). *Buku Ajar Asesmen Minat dan Bakat Teori dan Aplikasinya*. Sidoarjo: UMSIDA Press.
- Nihayah, A. Z. (2019). *Pengolahan Data Penelitian Menggunakan Software SPSS 23.0*. Semarang: Bahan Ajar.
- Otoritas Jasa Keuangan. (n.d.). Retrieved September 16, 2022, from reksadana.ojk.go.id: <https://reksadana.ojk.go.id/Public/APERDPublic.aspx?id=BTB69>
- Pinem, V. A. (2021). *Pengaruh Pengetahuan Investasi, Persepsi Risiko, Modal Investasi, dan Motivasi Investasi terhadap Minat Berinvestasi di Pasar Modal pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatra Utara*. Skripsi.
- Raditya, D., Budiarta, I. K., & Suardikha, I. M. (2014). PENGARUH MODAL INVESTASI MINIMAL DI BNI SEKURITAS, RETURN DAN PERSEPSI TERHADAP RISIKO PADA MINAT INVESTASI MAHASISWA, DENGAN PENGHASILAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI (Studi Kasus pada Mahasiswa Magister di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana). *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 377-390.
- Ratri, C. (2020). *Investasi Untuk Pemula*. Surabaya: CV. Garuda Mas Sejahtera.
- Raupong, Saleh, M., & Taruma, H. S. (2015). Penaksiran Rataan dan Varians Populasi pada Sampel Acak Terstratifikasi dengan Auxiliary Variable. *Jurnal Matematika, Statistika, dan Komputasi*, 9-18.
- Rusman, T. (2015). *Statistika Penelitian: Aplikasinya dengan SPSS*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

- Rusman, T. (2019). *Statistika Parametrik*. Bandar Lampung: Universitas Lampung.
- Sakinah, L. N., & Silalahi, P. R. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan bagi Mahasiswa untuk Berinvestasi Reksadana. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen (JIKEM)*, 121-129.
- Saputra, D. (2018). Pengaruh Manfaat, Modal, Motivasi dan Edukasi terhadap Minat dalam Berinvestasi di Pasar Modal. *Future Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 178-190.
- Sarwono, J. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sedarmayanti. (2014). *Manajemen Sumber Daya Manusia Reformasi Birokrasi dan Manajemen Pegawai Sipil*. Bandung: Refika Aditama.
- Siyoto, S., & Sodik, M. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Kediri: Literasi Media Publishing.
- Smith, B. G., & et all. (2018). Rise of the Brand Ambassador: Social Stake, Corporate Social Responsibility and Influence among the Social Media Influencers. *Commnunication Management Review*, 1-24.
- Soraya, I. (2015). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Jakarta dalam Mengakses Fortal Media Jakarta Smart City. *Jurnal Komunikasi*, 10-23.
- STMIK STIKOM INDONESIA. (2018). *Modul Mobile Programming*.
- Sugatri, M. (2021). Peranan Siniar sebagai Media Pembelajaran Sosiologi di Masa Pandemi. *Jurnal Karya Ilmiah Guru*, 58-66.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Suralaga, F. (2021). *Psikologi Pendidikan: Implikasi dalam Pembelajaran*. Depok: PT RajaGrafindo Persada.
- Susanto, H. (2012). *Cerdas Memilih Investasi*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Suyanti, E., & Hadi, N. U. (2019). Analisis Motivasi dan Pengetahuan Investasi terhadap Minat Investasi Mahasiswa di Pasar Modal. *Edunomic: Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan*, 1-9.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1995 Tentang Pasar Modal.
(n.d.).

Widarma, A., & Rahayu, S. (2017). Perancangan Aplikasi Gaji Karyawan pada PT PP London Sumatera Indonesia Tbk. Gunung Melayu Estate Kabupaten Asahan. *Jurnal Teknologi Informasi*, 1-11.

Wijayanti, R. I. (2022, Maret 12). Retrieved Maret 19, 2023, from www.idxchannel.com:
<https://www.google.com/amp/s/www.idxchannel.com/amp/milenomic/inilah-peran-dan-manfaat-brand-ambassador-bagi-produk-bisnis>

Wijoyo, H., & dkk. (2020). *Generasi Z dan Revolusi Industri 4.0*. Jawa Tengah: CV. Pena Persada.

Yusuf, M. Y. (2022, Maret 9). Retrieved November 13, 2022, from idxchannel.com:
<https://www.google.com/amp/s/www.idxchannel.com/amp/milenomic/10-jenis-investasi-yang-cocok-untuk-pemula>

Zahroh, A. (2015). Instrumen Pasar Modal. *Jurnal Ekonomi Islam*, 51-65.