

**PENGARUH MEDIA SOSIAL, EDUKASI SEKOLAH PASAR
MODAL, DAN SELF-EFFICACY TERHADAP MINAT
BERINVESTASI MAHASISWA PENDIDIKAN
EKONOMI UNIVERSITAS LAMPUNG**

(Skripsi)

Oleh:

Nabilla Sevtiana Putri
2213031079



**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2026**

ABSTRAK

PENGARUH MEDIA SOSIAL, EDUKASI SEKOLAH PASAR MODAL, DAN *SELF-EFFICACY* TERHADAP MINAT BERINVESTASI MAHASISWA PENDIDIKAN EKONOMI UNIVERSITAS LAMPUNG

Oleh

NABILLA SEVTIANA PUTRI

Fenomena yang melatarbelakangi penelitian ini adalah masih rendahnya minat berinvestasi di kalangan mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung. Kondisi tersebut muncul karena mahasiswa belum optimal memanfaatkan media sosial sebagai sarana literasi investasi, serta terbatasnya pengalaman praktik langsung melalui kegiatan edukasi sekolah pasar modal. Selain itu, rendahnya tingkat *self-efficacy* juga turut menjadi faktor penghambat dalam membangun kepercayaan diri mahasiswa untuk berinvestasi.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh media sosial, edukasi sekolah pasar modal, dan *self-efficacy* terhadap minat berinvestasi. Penelitian ini menerapkan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif verifikatif melalui desain *ex post facto* dan survei. Populasi penelitian ini meliputi 131 mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung angkatan 2023 dan 2024 yang sudah mengikuti kegiatan edukasi sekolah pasar modal, dan ditentukan dengan teknik *purposive sampling* sehingga diperoleh 99 responden. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dan diolah menggunakan SPSS versi 26.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial media sosial, edukasi sekolah pasar modal, dan *self-efficacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi. Dan terdapat pengaruh secara simultan antara media sosial, edukasi sekolah pasar modal, dan *self-efficacy* terhadap minat berinvestasi. Dengan hal ini diketahui bahwa pentingnya optimalisasi pemanfaatan media sosial, peningkatan program edukasi pasar modal, serta penguatan faktor psikologis mahasiswa sehingga dapat membangun rasa percaya diri dalam berinvestasi.

Kata kunci: Edukasi Sekolah Pasar Modal, Investasi, Media Sosial, *Self-Efficacy*

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA, CAPITAL MARKET SCHOOL EDUCATION, AND SELF-EFFICACY ON INVESTMENT INTEREST OF ECONOMIC EDUCATION STUDENTS AT THE UNIVERSITY OF LAMPUNG

BY

NABILLA SEVTIANA PUTRI

The underlying phenomenon of this research is the low investment interest among Economics Education students at the University of Lampung. This situation arises because students have not optimally utilized social media as a means of investment literacy, as well as limited hands-on experience through capital market school education activities. Furthermore, low levels of self-efficacy also inhibit students' confidence in investing. This study aims to analyze the influence of social media, capital market school education, and self-efficacy on investment interest. This research employed quantitative methods with a descriptive verification approach through an ex post facto and survey design. The study population included 131 Economics Education students from the 2023 and 2024 intakes of the University of Lampung who had participated in capital market school education activities. Purposive sampling was used to obtain 99 respondents. Data were collected through questionnaires and processed using SPSS version 26. The results indicate that social media, capital market school education, and self-efficacy partially have a positive and significant effect on investment interest. There is also a simultaneous influence between social media, capital market school education, and self-efficacy on investment interest. This highlights the importance of optimizing the use of social media, enhancing capital market education programs, and strengthening students' psychological factors to build their confidence in investing.

Keywords: Capital Market School Education, Investment, Self-Efficacy, Social Media

**PENGARUH MEDIA SOSIAL, EDUKASI SEKOLAH PASAR
MODAL, DAN SELF-EFFICACY TERHADAP MINAT
BERINVESTASI MAHASISWA PENDIDIKAN
EKONOMI UNIVERSITAS LAMPUNG**

Oleh

Nabilla Sevtiana Putri

Skripsi

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

Pada

**Program Studi Pendidikan Ekonomi
Juruan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial**



**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2026**

Judul Skripsi

**: PENGARUH MEDIA SOSIAL, EDUKASI
SEKOLAH PASAR MODAL, DAN *SELF-EFFICACY* TERHADAP MINAT
BERINVESTASI MAHASISWA PENDIDIKAN
EKONOMI UNIVERSITAS LAMPUNG**

Nama Mahasiswa

: Nabilla Sevtiana Putri

Nomor Pokok Mahasiswa : 2213031079

Program Studi

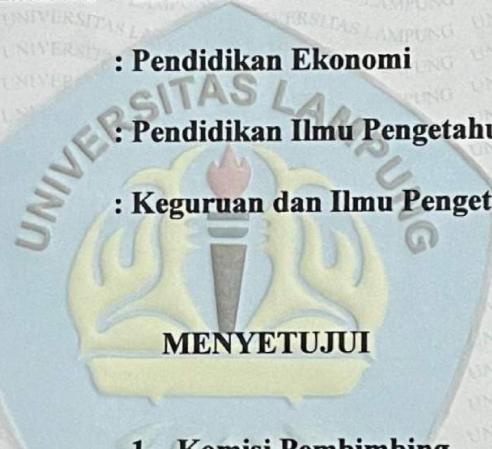
: Pendidikan Ekonomi

Jurusan

: Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

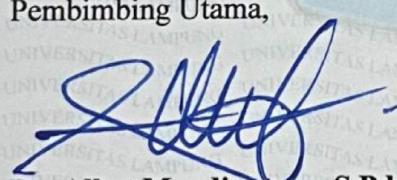
Fakultas

: Keguruan dan Ilmu Pengetahuan Sosial



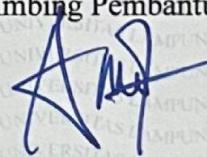
1. Komisi Pembimbing

Pembimbing Utama,


Dr. Albert Maydiantoro, S.Pd., M.Pd.

NIP 19870504 201404 1 001

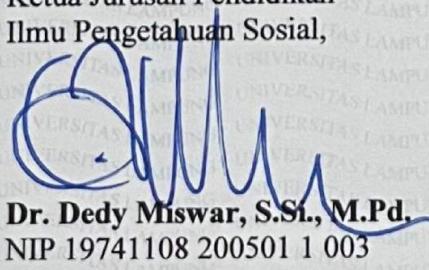
Pembimbing Pembantu,


Galuh Sandi, S.Pd., M.Pd.

NIP 19960630 202406 1 001

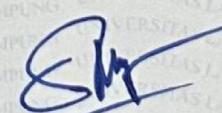
2. Mengetahui

Ketua Jurusan Pendidikan
Ilmu Pengetahuan Sosial,


Dr. Dedy Miswar, S.Si., M.Pd.

NIP 19741108 200501 1 003

Koordinator Program Studi
Pendidikan Ekonomi


Suroto, S.Pd., M.Pd.

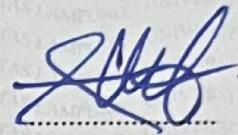
NIP 19930713 201903 1 016

MENGESAHKAN

1. Tim Pengaji

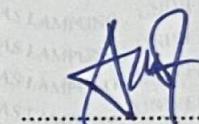
Ketua

: Dr. Albet Maydiantoro, S.Pd., M.Pd.



Sekretaris

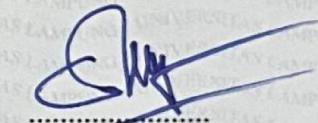
: Galuh Sandi, S.Pd., M.Pd.



Pengaji

Bukan Pembimbing

: Suroto, S.Pd., M.Pd.



Albet Maydiantoro, S.Pd., M.Pd.
NIP 19870504 201404 1 001

Tanggal Ujian Lulus Skripsi : **14 Januari 2026**



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
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 : Nabilla Sevtiana Putri
NPM : 2213031079
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, 14 Januari 2026



Nabilla Sevtiana Putri
2213031079

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama Nabilla Sevtiana Putri yang selama perkuliahan biasa dikenal dengan Nabilla, Billa, dan Bella. Penulis lahir di Hargobinangun II pada tanggal 18 September 2004 sebagai anak pertama dari tiga bersaudara pasangan dari Bapak Sigit Setiyono dan Ibu Ideng Purwanti. Penulis berasal dari Dusun Hargobinangun II, Kecamatan Merbau Mataram, Kabupaten Lampung Selatan.

Pendidikan formal yang telah ditempuh oleh penulis yaitu sebagai berikut:

1. Paud Nusa Indah, lulus pada tahun 2009
2. TK Dharma Pertiwi, lulus pada tahun 2010
3. SD Negeri 1 Merbau Mataram, lulus pada tahun 2016
4. SMP Negeri 2 Merbau Mataram, lulus pada tahun 2019
5. MA Negeri 1 Bandar Lampung, lulus pada tahun 2022

Penulis terdaftar sebagai mahasiswa Universitas Lampung pada program studi Pendidikan Ekonomi melalui jalur SBMPTN pada tahun 2022. Selama perkuliahan, penulis aktif dalam kegiatan akademik maupun non akademik seperti Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Tiyuh Pagar Dewa Suka Mulya, Tulang Bawang Barat dan Pengenalan Lapangan Persekolahan (PLP) di SMP Negeri 26 Tulang Bawang Barat. Lalu penulis pernah menjadi koordinator bagian administrasi dan keuangan di KSPM FKIP Unila pada tahun 2024-2025. Kemudian, penulis pernah menjadi staff ahli Departemen PSDM *Association of Economic Education Students (Assets)* pada tahun 2024 dan menjadi wakil sekretaris di acara Desa Binaan Assets pada tahun 2023. Serta penulis pernah melakukan magang mandiri di PT. Siger Jaya Abadi pada bagian HR pada bulan Agustus-Oktober 2025.

PERSEMPAHAN

Bismillahirahmanirrahim

Puji syukur kepada Allah SWT, Rabb semesta alam sang maha segalanya, yang telah memberikan kemudahan untuk segala urusan serta limpahan rahmat dan ridho-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ini dengan tepat waktu. Dengan bangga dan penuh rasa syukur, penulis mempersembahkan karya yang sederhana ini sebagai tanda kasih sayang kepada:

Kedua Orang Tua hebat ku, Bapak Sigit Setiyono dan Ibu Ideng Purwanti

Terima kasih atas kasih sayang, bimbingan, serta doa yang tak pernah putus dalam setiap langkah hidup anak perempuan ini. Terima kasih atas pengorbanan dan kepercayaan yang telah diberikan sehingga menjadi langkah anak perempuannya dalam meraih kesuksesan. Semoga Allah SWT membala segala kebaikan dan memberikan kemuliaan bagi Bapak dan Ibu di dunia dan akhirat.

Adik-Adikku tersayang, Inara dan Malika

Terima kasih atas doa, dukungan, dan semangat yang diberikan kepada penulis. Terima kasih karna telah saling menjaga satu sama lain.

Keluarga Besarku

Terima kasih atas dukungan dan doa yang senantiasa diberikan.

Bapak Ibu Guru dan Dosen Pengajar

Terima kasih untuk segala ilmu, arahan, dan bimbanganya selama ini. Semoga ilmu yang Bapak Ibu berikan dapat menjadi keberkahan. Terima kasih pahlawan tanpa tanda jasa.

Almamater Tercinta

Universitas Lampung

MOTTO

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari suatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain).
Dan hanya kepada TUHAN mu lah engkau berharap”
(Q.S Al Insyirah: 6-8)

“Takdir milik Allah, tapi usaha dan doa milik kita. Terus berdoa sampai bismillah menjadi alhamdulillah”
(Q.S Ghafir: 60)

“Selalu ada harga dalam sebuah proses. Nikmati saja lelah-lelah itu. Lebarkan lagi rasa sabar itu. Semua yang kau investasikan untuk menjadikan dirimu serupa yang kau impikan mungkin tidak akan selalu berjalan lancar. Tapi gelombang-gelombang itu yang nanti bisa kau ceritakan”
(Boy Chandra)

“Pada akhirnya, ini semua hanya sebuah permulaan”
(Nadin Hamizah)

“Bukan tentang siapa yang tercepat dan paling cepat, tapi tentang menuntaskan mimpi demi masa depan dan membahagiakan orang tua. Mereka lah yang paling bangga atas keberhasilanmu, jangan kecewakan mereka, simpanlah keluhmu, sebab letihmu tidak sebanding dengan perjuangan mereka.”
(Nabilla Sevtiana Putri)

SANWACANA

Bismillahirahmanirrahim, puji syukur kehadirat Allah SWT yang maha segalanya, atas limpahan rahmat, ridho, serta karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan program strata satu dan untuk meraih gelar sarjana pendidikan dengan judul “Pengaruh Media Sosial, Edukasi Sekolah Pasar Modal, dan *Self-Efficacy* Terhadap Minat Berinvestasi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung”.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan skripsi ini tidak lepas dari doa, arahan, bimbingan, motivasi, nasihat, serta dukungan yang diberikan dari berbagai pihak. Dalam hal ini penulis ingin mengucapkan rasa terimakasih terkhusus kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Ir. Lusmeilia Afriani, D.E.A.,I.P.M., ASEAN Eng. selaku Rektor Universitas Lampung, Wakil Rektor, beserta segenap jajarannya.
2. Bapak Dr. Albet Maydiantoro, S.Pd., M.Pd. selaku Dekan FKIP Universitas Lampung sekaligus selaku dosen pembimbing 1 dan pembimbing akademik yang telah memberikan arahan, bimbingan, dukungan, dan motivasi yang sangat bermakna selama perkuliahan dan selama proses menyelesaikan skripsi. Semoga ilmu hingga motivasi yang diberikan Bapak dapat penulis terapkan sampai kapanpun. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kesehatan dan limpahan rahmat untuk Bapak dan Keluarga.
3. Bapak Drs. Riswandi, M.Pd. selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kerjasama FKIP Universitas Lampung.
4. Bapak Bambang Riadi, S.Pd., M.Pd. selaku Wakil Dekan Bidang Keuangan dan Umum FKIP Universitas Lampung.
5. Bapak Dr. Hermi Yanzi, S.Pd., M.Pd. selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Alumni FKIP Universitas Lampung.

6. Bapak Dr. Dedy Miswar, S.Si., M.Pd. selaku Ketua Jurusan Pendidikan IPS FKIP Universitas Lampung.
7. Bapak Suroto, S.Pd., M.Pd. selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Lampung sekaligus dosen pembahas yang telah memberikan banyak masukan, saran, kritik, arahan, serta nasihat kepada penulis selama masa perkuliahan dan penyusunan skripsi ini. Semoga Bapak dan keluarga senantiasa diberikan kesehatan dan keberkahan dalam segala sesuatu.
8. Bapak Drs. Nurdin, M.Si. selaku dosen pembimbing 1 dan pembimbing akademik yang telah purna tugas pada akhir Agustus 2025. Terima kasih telah banyak memberikan bimbingan kepada penulis dengan penuh kesabaran. Terima kasih atas segala saran, masukan, dan nasihat yang disampaikan secara jelas dan detail selama proses bimbingan skripsi berlangsung. Terima kasih atas segala ilmu dan motivasi yang diberikan, semoga Bapak dan keluarga selalu diberikan kesehatan dan limpahan ramhat oleh Allah SWT.
9. Bapak Galuh Sandi, S.Pd., M.Pd. selaku dosen pembimbing II yang telah banyak memberikan bimbingan, arahan, nasihat, dan masukan selama proses menyelesaikan skripsi. Terima kasih atas kesabaran Bapak dalam membimbing penulis saat menulis skripsi. Terima kasih atas saran yang telah diberikan dengan detail selama proses bimbingan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu. Semogga Allah SWT senantiasa memberikan Bapak dan keluarga kesehatan, kelancaran dalam segala hal yang dilakukan.
10. Terima kasih kepada seluruh Bapak Ibu dosen Pendidikan Ekonomi, staff administrasi, dan karyawan Universitas Lampung yang telah banyak membantu selama penulis menempuh dan menyelesaikan perkuliahan.
11. Untuk kedua orang tuaku yang penulis sangat cintai, Bapak Sigit Setiyono dan Ibu Ideng Purwanti, terima kasih atas segala cinta yang tiada batasnya yang selalu berikan kepada penulis. Terima kasih untuk doa, dukungan, nasihat, materi, dan motivasi yang dibekalkan untuk mengiringi langkahku hingga saat ini. Terima kasih atas segala kesabaran dan ketulusan merawat dan mendidik anak perempuan pertama ini. Terima kasih telah menjadi

teladan dalam hidupku yang mengajarkan diriku untuk menjadi pribadi yang kuat dan lebih baik. Skripsi ini sebagai bentuk pencapaian sederhana yang penulis persembahkan kepada Bapak dan Ibu yang selama ini kerja keras demi penulis mendapatkan gelar ini. Semoga diriku senantiasa membuat Bapak Ibu bangga. Semoga Bapak dan Ibu senantiasa diberi kesehatan serta kemuliaan di dunia dan di akhirat.

12. Untuk kedua adikku tercinta Kusuma Ayu Inara Wijaya dan Malika Bahirah Mubarak. Terima kasih atas dukungan, doa, semangat, dan kehadiranmu yang selalu menjadi penyemangat. Terima kasih atas segala hiburan, canda, dan tawa yang membuat *moodbooster* di rumah. Terima kasih atas pencapaian-pencapaian kalian selama ini. Tetap menjadi anak Bapak Ibu yang kuat, hebat, dan mandiri. Semoga kelak cita-cita kalian tercapai dan bahkan lebih dari diriku. Semoga kita selalu menjaga kebersamaan ini, saling mendukung, dan saling meromantisasi segala hal.
13. Keluarga besarku, Makwo, Pakwo, Mbah Uti, Alm. Mbah Kung, Oom, Bulek, Pakde, Bibik, Bude, Sepupuku, dan seluruh keluarga besar yang tidak dapat kusebut satu persatu. Terima kasih atas dukungan, doa, dan semua nasihat baik yang diberikan kepadaku.
14. Kepada laki-laki yang mempunyai NPM 2212011605 yang telah membersamai penulis sejak masa SMA hingga saat ini, terima kasih telah menjadi *support system* dikala susah dan senang. Terima kasih atas segala dukungan, perhatian, dan konstribusi yang tak terhitung jumlahnya. Terima kasih atas rasa nyaman yang diberikan serta menjadi tempat untuk diriku berbagi cerita dalam berbagai keadaan. Terima kasih karena senantiasa hadir, memberikan semangat, dan setia menemani setiap langkah penulis sehingga mampu menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu. Semoga setiap usaha dan langkah yang kita jalani senantiasa diberi kemudahan, keberkahan, dan kebaikan oleh Allah SWT.
15. Terima kasih kepada sahabatku sedari SMP hingga saat ini dan selamanya, Emilia Veren Regita. Terima kasih sudah menjadi mau sahabatku, tempat dimana aku bercerita banyak hal. Terima kasih atas dukungan, doa, dan

keceriaan yang telah mewarnai perjalanan hidupku. Semoga segala impian kita sama-sama tercapai.

16. Teruntuk sahabatku pasukan *CEGIL'S* (Risha, Meita, Aisyah, Rosa, Clarisa, Vinka, dan Ica) terima kasih telah mewarnai hari-hari perkuliahan ini. Terima kasih atas segala dukungan dan semangat yang diberikan dari mulai perkuliahan hingga saat ini. Terima kasih atas segala apresiasi dan ketulusan yang kalian berikan. Terima kasih selalu membuka pintu kost kalian untuk anak PP ini buat sekedar istirahat maupun menginap. Semoga segala harapan dan impian kita semua segera terwujud. Selesainya perkuliahan ini bukanlah akhir dari persahabatan kita, namun selesainya perkuliahan ini akan menjadi awal kita untuk mencapai impian kita masing-masing, dan tetap bertemu kembali dengan cerita yang baru yang dipenuhi dengan kesuksesan dan cinta.
17. Untuk penghuni GIS (Risha, Cindi, Wayan, Putri, Luky, Niketut, Fadilah, Karim, dan Abid). Terima kasih atas dukungan, motivasi, dan semangat yang kalian berikan. Terima kasih atas kebersamaan yang tercipta secara tidak sengaja yang pada akhirnya memberikan kesan yang sangat berarti. Semoga segala impian kita terwujud dan para penghuni GIS ini dapat menjadi trader sukses di masa depan.
18. Teruntuk teman kecilku Tasya dan Reza, terima kasih telah membersamai penulis hingga saat ini. Terima kasih atas segala bantuan, dukungan, dan semangatnya. Anak perempuan yang dulu manjat pohon dan main layangan sekarang sudah beranjak dewasa dan menyelesaikan pendidikannya. Semangat calon arsitek dan ibu guru, semoga cita-cita kita semua terwujud.
19. Terima kasih untuk adik-adik Program Studi Pendidikan Ekonomi angkatan 2023 dan 2024 yang telah bersedia menjadi responden dan membantu penulis hingga proses penelitian ini selesai. Semoga selalu diberikan kesehatan dan keberkahan oleh Allah SWT.
20. Terima kasih untuk teman-teman seperjuanganku Mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2022 dan terkhusus kelas C for (*Cumlaude*) yang telah menjadi bagian penting dalam perjalanan penulis. Terima kasih untuk segala kisah, kebersamaan, canda tawa, dan suka duka yang telah kita lewati

bersama. Semoga kebersamaan ini akan selalu terjaga. Selamat bertemu di kehidupan selanjutnya yang dipenuhi kesuksesan dan kebahagian.

21. Teruntuk teman-teman KKN Pagar Dewa Suka Mulya (Dita, Wayan, Rintan, Karen, Atul, Tiara, Mika, Jimmy, & Habsy) terima kasih atas kebersamaan, kerja sama, dan dukungan yang terjalin selama kurang lebih 40 hari. Setiap proses, canda, dan tantangan yang dilalui bersama menjadi pengalaman berharga. Semoga pertemanan kita tetap terjaga dan menjadi cerita untuk perjalanan kita ke depan.
22. Terkhusus untuk diriku sendiri, Nabilla Sevtiana Putri. Terima kasih telah berani bermimpi besar dan tetap melangkah kedepan meski rasa ragu, lelah, dan tekanan sering hadir di tengah perjalanan. Terima kasih karena tidak menyerah pada proses dan keadaan, tetap percaya pada diri sendiri, dan terus berusaha menjadi versi terbaik dari hari ke hari. Skripsi ini menjadi bukti bahwa ketekunan, keberanian, dan keyakinan mampu membuka jalan yang sebelumnya tampak jauh dan sulit. Semoga langkah ini menjadi awal perjalanan yang lebih indah, lebih kuat, dan penuh keberkahan. Serta semoga kamu tidak pernah lupa untuk bangga atas diri sendiri. Semoga Allah senantiasa memudahkan setiap langkahmu, memberikan ridha-Nya, melimpahkan rahmat-Nya, serta memberikan petunjuk untuk mencapai segala mimpi yang diinginkan guna mencapai kesuksesan.

Bandar Lampung, 14 Januari 2026

Penulis

Nabilla Sevtiana Putri

DAFTAR ISI

Halaman

DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang dan Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	15
C. Batasan Masalah.....	15
D. Rumusan Masalah	15
E. Tujuan Penelitian.....	16
F. Manfaat Penelitian.....	16
G. Ruang Lingkup Penelitian	17
II. TINJAUAN PUSTAKA	19
A. Landasan Teori	19
1. Minat Berinvestasi	19
2. Media Sosial	24
3. Edukasi Sekolah Pasar Modal.....	27
4. <i>Self-Efficacy</i>	30
B. Penelitian yang Relevan	34
C. Kerangka Berpikir	42
D. Hipotesis	44
III. METODE PENELITIAN	45
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	45
B. Populasi dan Sampel	46
1. Populasi.....	46
2. Sampel	47
C. Teknik Pengambilan Sampel.....	48
D. Variabel Penelitian	49
1. Variabel Bebas (Independent)	49
2. Variabel Terikat (Dependen)	49

E.	Definisi Konseptual Variabel	49
1.	Media Sosial (X_1).....	49
2.	Edukasi Sekolah Pasar Modal (X_2).....	50
3.	<i>Self-Efficacy</i> (X_3)	50
4.	Minat Berinvestasi (Y).....	50
F.	Definisi Operasional Variabel	51
G.	Teknik Pengumpulan Data	53
1.	Kuesioner (Angket).....	53
2.	Observasi	54
3.	Dokumentasi	54
H.	Uji Persyaratan Instrumen	54
1.	Uji Validitas.....	55
2.	Uji Reliabilitas	58
I.	Uji Persyaratan Analisis Data.....	62
1.	Uji Normalitas.....	62
2.	Uji Homogenitas	62
J.	Uji Asumsi Klasik	63
1.	Uji Linearitas	63
2.	Uji Multikolinearitas.....	63
3.	Uji Autokorelasi.....	64
4.	Uji Heteroskedastisitas	65
K.	Pengujian Hipotesis	65
1.	Analisis Regresi Linear Sederhana	65
2.	Regresi Linear Berganda	66
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....		68
A.	Gambaran Umum Lokasi Penelitian	68
B.	Gambaran Umum Subjek Penelitian	71
C.	Deskripsi Data	71
D.	Uji Persyaratan Analisis Data.....	82
E.	Uji Asumsi Klasik	85
F.	Pengujian Hipotesis	90
G.	Pembahasan	99
H.	Keterbatasan Penelitian	110
V. SIMPULAN DAN SARAN		111
A.	Simpulan.....	111
B.	Saran	111
DAFTAR PUSTAKA		113
LAMPIRAN.....		127

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Jumlah Pertumbuhan Investor Pasar Modal di Indonesia Berdasarkan <i>Single Investor Identification</i> (SID) Tahun 2022-2025	2
2. Jumlah Investor Pasar Modal Provinsi Lampung Berdasarkan <i>Single Investor Identification</i> (SID) Tahun 2022-2025	4
3. Jumlah Investor Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung Tahun 2025	6
4. Hasil Kuesioner Mengenai Minat Investasi di Pasar Modal Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung Angkatan 2023 & 2024.....	8
5. Hasil Kuesioner Mengenai Pemanfaatan Media Sosial Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung Angkatan 2023 & 2024.....	10
6. Hasil Kuesioner Mengenai Edukasi Sekolah Pasar Modal Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung Angkatan 2023 & 2024.....	12
7. Hasil Kuesioner Mengenai <i>Self-Efficacy</i> Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung Angkatan 2023 & 2024	13
8. Hasil Penelitian yang Relevan	34
9. Data Jumlah Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung Angkatan 2023 & 2024 yang Telah Mengikuti Edukasi Sekolah Pasar Modal	46
10. Perhitungan Jumlah Sampel Untuk Setiap Angkatan di Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung	48
11. Definisi Operasional Variabel.....	52
12. Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Media Sosial (X1)	56
13. Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Edukasi Sekolah Pasar Modal (X2) .	57
14. Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel <i>Self-Efficacy</i> (X3).....	57
15. Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Minat Berinvestasi (Y)	58

16. Daftar Interpretasi Koefisien r	59
17. Hasil Uji Reliabilitas Butir Pernyataan Variabel Media Sosial (X1).....	59
18. Hasil Uji Reliabilitas Butir Pernyataan Variabel Edukasi Sekolah Pasar Modal (X2)	60
19. Hasil Uji Reliabilitas Butir Pernyataan Variabel <i>Self-Efficacy</i> (X3).....	61
20. Hasil Uji Reliabilitas Butir Pernyataan Variabel Minat Berinvestasi (Y)	61
21. Kriteria Pengujian Autokorelasi Metode Durbin-Watson.....	64
22. Pergantian Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung	69
23. Distribusi Frekuensi Data Variabel Media Sosial Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung	73
24. Kategori Data Variabel Media Sosial Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung	74
25. Distribusi Frekuensi Data Variabel Edukasi Sekolah Pasar Modal Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung	76
26. Kategori Data Variabel Edukasi Sekolah Pasar Modal Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung	77
27. Distribusi Frekuensi Data Variabel <i>Self-Efficacy</i> Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung	78
28. Kategori Data Variabel <i>Self-Efficacy</i> Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung	79
29. Distribusi Frekuensi Data Variabel Minat Berinvestasi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung	81
30. Kategori Data Variabel Minat Berinvestasi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung	82
31. Rekapitulasi Hasil Uji Normalitas	83
32. Hasil Uji Homogenitas.....	84
33. Rekapitulasi Hasil Uji Homogenitas	85
34. Rekapitulasi Hasil Uji Linearitas	86
35. Rekapitulasi Hasil Uji Multikolinearitas.....	87
36. Rekapitulasi Hasil Uji Autokorelasi.....	88
37. Rekapitulasi Hasil Uji Heteroskedastisitas	89

38. Hasil Perhitungan Uji Regresi Linear Sederhana Media Sosial (X1) Terhadap Minat Berinvestasi (Y).....	91
39. Koefisien Regresi Media Sosial (X1) Terhadap Minat Berinvestasi (Y)	91
40. Hasil Perhitungan Uji Regresi Linear Sederhana Edukasi Sekolah Pasar Modal (X2) Terhadap Minat Berinvestasi (Y)	93
41. Koefisien Regresi Edukasi Sekolah Pasar Modal (X2) Terhadap Minat Berinvestasi (Y)	93
42. Hasil Perhitungan Uji Regresi Linear Sederhana <i>Self-Efficacy</i> (X3) Terhadap Minat Berinvestasi (Y).....	94
43. Koefisien Regresi <i>Self-Efficacy</i> (X3) Terhadap Minat Berinvestasi (Y)	95
44. Hasil Pengujian Hipotesis secara Simultan antara Media Sosial, Edukasi Sekolah Pasar Modal, dan <i>Self-Efficacy</i> terhadap Minat Berinvestasi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung	96
45. Koefisien Regresi Media Sosial (X1), Edukasi Sekolah Pasar Modal (X2), dan <i>Self-Efficacy</i> (X3) terhadap Minat Berinvestasi (Y)	97
46. Koefisien Uji Hipotesis Secara Simultan antara Media Sosial, Edukasi Sekolah Pasar Modal, dan <i>Self-Efficacy</i> terhadap Minat Berinvestasi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung	97

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Paradigma Penelitian.....	43
2. Kurva Durbin Watson	88

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Surat Izin Pendahuluan dari Universitas Lampung.....	128
2. Surat Balasan Penelitian Pendahuluan	129
3. Kuesioner Pendahuluan.....	130
4. Penyebaran Kuesioner Pendahuluan	134
5. Hasil Kuesioner Pendahuluan	135
6. Surat Izin Penelitian	138
7. Surat Balasan Izin Penelitian	139
8. Kisi-Kisi Kuesioner Penelitian.....	140
9. Kuesioner Penelitian	145
10. Formulir Kuesioner Penelitian (<i>Google From</i>).....	152
11. Penyebaran Kuesioner Penelitian.....	154
12. Output Excel Data Hasil Penelitian.....	155
13. Rekapitulasi Data Hasil Penelitian.....	156
14. Uji Validitas Instrumen	158
15. Uji Reliabilitas Instrumen	162
16. Hasil Uji Normalitas	163
17. Hasil Uji Homogenitas.....	163
18. Hasil Uji Linearitas	164
19. Hasil Uji Multikolinearitas.....	165
20. Hasil Uji Autokorelasi	165
21. Hasil Uji Heteroskedastisitas	166
22. Hasil Uji Hipotesis	167
23. Hasil Uji Regresi Berganda.....	168

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang dan Masalah

Di era globalisasi saat ini, penguatan ekonomi menjadi hal penting bagi negara berkembang seperti Indonesia dalam meningkatkan daya saing nasional. Sebagaimana dikemukakan oleh Wirastiti dkk., (2024) bahwa salah satu upaya yang diperlukan adalah dukungan dari para investor untuk mendorong produktivitas ekonomi. Pernyataan ini sejalan dengan pendapat Dwitayanti dkk., (2024) yang menyatakan bahwa dengan meningkatnya partisipasi masyarakat dalam investasi dapat membentuk kesadaran masyarakat akan pentingnya investasi, sehingga memberikan dampak positif dalam memperkuat struktur ekonomi nasional dan meningkatkan daya saing Indonesia di tingkat global.

Sebagai upaya meningkatkan daya saing di tingkat global, partisipasi masyarakat dalam investasi dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti literasi keuangan, regulasi pemerintah, kemudahan akses layanan keuangan, serta kemajuan teknologi (Das dkk., 2024). Salah satu faktor yang mendorong partisipasi masyarakat dalam berinvestasi melalui pesatnya kemajuan digital, sehingga mempercepat penyebaran informasi dan menyederhanakan proses transaksi melalui berbagai *platform* digital (Hakim dkk., 2024: 164). Dengan kemajuan teknologi memiliki kontribusi yang besar dalam mendorong partisipasi masyarakat terhadap aktivitas keuangan modern (Suroto dkk., 2022). Selaras dengan penelitian Nurmawan dkk., 2023 yang menyatakan bahwa perkembangan teknologi saat ini memiliki pengaruh terhadap perilaku masyarakat dalam mengelola aset dan mengambil keputusan finansial.

Pertumbuhan jumlah investor tersebut juga tercermin dalam data resmi yang dirilis oleh PT. Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI), sebagai berikut:

Tabel 1. Jumlah Pertumbuhan Investor Pasar Modal di Indonesia Berdasarkan *Single Investor Identification* (SID) Tahun 2022-2025

No	SID	Pertumbuhan Investor			
		2022	2023	2024	2025
1	Pasar Modal	10.311.152	12.168.061	14.871.639	15.774.512
2	Reksana Dana	9.504.269	11.416.711	14.033.037	14.895.860
3	Saham dan Surat Berharga Lainnya	4.439.933	5.255.571	6.381.44	6.705.452
4	SBN	831.455	1.002.727	1.198.821	1.224.107

Sumber : PT. Kustodian Sentral Efek Indonesia (2025)

Berdasarkan Tabel 1, dapat diketahui bahwa jumlah investor di Indonesia mengalami peningkatan dalam empat tahun terakhir. Di tahun 2022, tercatat jumlah investor di pasar modal berjumlah 10.311.152, mengalami kenaikan pada tahun 2023 dengan jumlah 12.168.061. Selanjutnya, pada tahun 2024 mengalami kenaikan sejumlah 14.871.639, sedangkan pada tahun 2025 naik kembali menjadi 15.774.512. Meskipun pertumbuhan ini menunjukkan peningkatan partisipasi masyarakat dalam berinvestasi, jumlah tersebut tergolong rendah bila dipadankan dengan total penduduk Indonesia yang sebanyak 284.438.800 jiwa (Badan Pusat Statistik, 2025). Tingkat partisipasi masyarakat dalam pasar modal hanya sebesar 5,5% dari jumlah penduduk Indonesia. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kesadaran dan keterlibatan masyarakat Indonesia dalam pasar modal masih belum optimal.

Menurut Mendrofa dkk., (2024) menyatakan jumlah investor pasar modal di Indonesia masih tergolong rendah jika dibandingkan dengan negara lain. Berdasarkan data Visual Capitalist (2025) jumlah investor pasar modal di Amerika Serikat mencapai 185,4 juta atau 55% dari seluruh penduduk, sedangkan China memiliki 98,7 juta investor atau 7% dari seluruh jumlah penduduk, dan India dengan jumlah 85,8 juta investor atau 6% dari seluruh

jumlah penduduk. Dibandingkan dengan angka tersebut, partisipasi masyarakat Indonesia masih jauh tertinggal. Rendahnya minat berinvestasi ini, menurut Agustari dkk., (2024) disebabkan oleh berbagai persepsi keliru yang masih melekat di masyarakat, seperti anggapan bahwa investasi memerlukan dana besar, prosesnya rumit, dan memiliki risiko tinggi. Hal tersebut sejalan dengan penelitian Rozi dkk., (2022) yang menyatakan kesalahpahaman mengenai mekanisme dalam berinvestasi menjadi penghambat utama partisipasi masyarakat. Maka dari itu, diperlukan pemahaman yang lebih mendalam untuk mendorong partisipasi masyarakat dalam dunia investasi.

Sebagai upaya pemerintah dalam meningkatkan partisipasi masyarakat dari berbagai kalangan untuk berinvestasi melalui program edukatif dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK), seperti peluncuran kegiatan “Yuk Nabung Saham” (Samadi 2018: 120). Selain itu, BEI juga turut berkontribusi dalam penyebarluasan informasi dan pengetahuan investasi untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dengan mengadakan kegiatan kampanye “Aku Investor Saham” (Bursa Efek Indonesia, 2025). Dengan adanya program tersebut, dapat menarik perhatian masyarakat untuk berinvestasi yang diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya berinvestasi (Wasito dkk., 2022). Untuk memperoleh pemahaman yang lebih luas terkait distribusi partisipasi investasi ini, pembahasan selanjutnya akan difokuskan pada kondisi partisipasi investor berdasarkan wilayah regional.

Menurut PT. KSEI (2025) mencatatkan jumlah investor tertinggi masih didominasi oleh wilayah Pulau Jawa yang mencapai 70,05% dari total investor nasional. Sementara itu, jumlah investor di Pulau Sumatera hanya 15.08% dari total investor nasional. Hal ini diperkuat oleh Haryono dkk., (2024) yang menyatakan bahwa partisipasi investasi masyarakat di Pulau Sumatera masih tergolong rendah jika dibandingkan dengan Pulau Jawa. Ketimpangan ini mengindikasikan perlunya upaya strategis untuk mendorong pertumbuhan jumlah investor di wilayah Sumatera, baik melalui peningkatan literasi keuangan dan peningkatan edukasi pasar modal (Maemunah, 2022). Salah satu wilayah di Sumatera yang menunjukkan tren positif adalah Provinsi Lampung.

Berikut ini adalah data jumlah investor pasar modal di Provinsi Lampung tahun 2022 hingga 2025.

Tabel 2. Jumlah Investor Pasar Modal Provinsi Lampung Berdasarkan Single Investor Identification (SID)Tahun 2022-2025

Tahun	Jumlah
2022	250.950
2023	294.141
2024	318.721
2025	323.543

Sumber : Otoritas Jasa Keuangan (2022-2025)

Berdasarkan Tabel 2, terlihat adanya tren positif dalam pertumbuhan jumlah investor pasar modal di Provinsi Lampung selama periode 2022 hingga 2025. Pada tahun 2025 jumlah investor pasar modal mencapai 323.543 SID. Angka tersebut menunjukkan peningkatan yang cukup signifikan dibandingkan tahun lalu. Namun demikian, tingkat partisipasi masyarakat masih tergolong rendah, yaitu hanya sebesar 3,40% dari total jumlah penduduk Provinsi Lampung yang mencapai 9.522.910 jiwa (Badan Pusat Statistik, 2025). Persentase yang rendah ini menunjukkan bahwa meskipun jumlah investor terus bertambah, tetapi tingkat keterlibatan masyarakat dalam pasar modal belum merata di seluruh wilayah. Hal tersebut diperkuat oleh Silaban dkk., (2024) yang menyatakan bahwa keterlibatan masyarakat dalam pasar modal masih terbatas dan belum menyeluruh, sehingga masih terdapat ruang untuk mendorong dan mengembangkan partisipasi masyarakat secara inklusif, khususnya di wilayah regional seperti Provinsi Lampung.

Menurut Chowdhury (2024) pentingnya pengembangan pasar modal di tingkat regional sebagai bagian dari siklus yang saling memperkuat antara pertumbuhan ekonomi wilayah dan aktivitas pasar keuangan. Selain itu, hal ini juga didukung oleh padangan Tsaurai (2018) yang menekankan bahwa faktor-faktor seperti pertumbuhan ekonomi, literasi keuangan, dan kebijakan pemerintah memiliki pengaruh signifikan terhadap perkembangan pasar modal, termasuk di tingkat daerah. Oleh karena itu, upaya untuk memperkuat

pengembangan pasar modal di wilayah Provinsi Lampung perlu terus didorong agar pertumbuhan investasi menjadi lebih inklusif dan berkelanjutan.

Pertumbuhan pasar modal di Provinsi Lampung tidak hanya ditandai oleh peningkatan jumlah investor secara umum, tetapi juga oleh perubahan demografi investor yang kini didominasi oleh pelajar dan generasi Z sebagai kelompok usia yang aktif berpartisipasi dalam pasar modal. Menurut pernyataan Kepala BEI Perwakilan Lampung yang dikutip dari koran online Kupastuntas.co pada tanggal 11 November 2024 bahwa jumlah investor di Provinsi Lampung didominasi oleh rentang usia 18-25 tahun dengan jumlah mencapai 49.756 investor dan sebesar 28.000 investor didominasi oleh pelajar. Hal tersebut diperkuat oleh Klana & Muttaqin (2025) yang menyatakan bahwa generasi Z memainkan peran signifikan dalam peningkatan jumlah investor di pasar modal. Dengan keterlibatan aktif tersebut, generasi Z memiliki potensi besar untuk mendorong pertumbuhan dan perkembangan pasar modal di masa depan, termasuk di wilayah Provinsi Lampung.

Generasi Z adalah kelompok usia yang lahir antara tahun 1995 hingga 2015, yang tumbuh dan berkembang di era digital dengan kemajuan teknologi informasi yang pesat (Marji dkk., 2021: 211). Generasi Z saat ini khususnya mahasiswa, memiliki potensi yang besar untuk ikut serta dalam mendorong pertumbuhan ekonomi melalui peran aktif sebagai investor muda (Adha dkk., 2023). Tumbuhnya partisipasi investasi di kalangan Generasi Z mencerminkan semakin tingginya kesadaran akan pentingnya perencanaan keuangan masa depan, baik sebagai penghasilan tambahan maupun sebagai bentuk jaminan finansial jangka panjang (Putriani dkk., 2025). Hal tersebut dipertegas oleh Negara & Febrianto (2020) bahwa dominasi generasi Z dalam pasar modal juga tercermin secara lebih spesifik pada kalangan mahasiswa, yang dinilai memiliki potensi tinggi untuk terlibat dalam aktivitas investasi. Selain memiliki tingkat pendidikan yang relatif tinggi, mahasiswa juga menunjukkan kedewasaan psikologis yang mendukung kemampuan mereka dalam merencanakan dan mengelola keuangan secara bijak (Septia & Nesneri, 2024). Salah satu kelompok yang memiliki peluang dalam hal ini adalah mahasiswa

Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung, karena memiliki latar belakang pendidikan yang erat kaitannya dengan ekonomi, keuangan, dan pasar modal. Oleh karena itu, penting untuk meninjau sejauh mana tingkat partisipasi mereka dalam pasar modal. Berikut merupakan data jumlah investor mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung.

Tabel 3. Jumlah Investor Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung Tahun 2025

Angkatan	Jumlah Mahasiswa	Jumlah Investor
2022	102	45
2023	79	25
2024	103	39
Total	284	109

Sumber : Data Investor Galeri Investasi Syariah Pendidikan Ekonomi (2025)

Berdasarkan Tabel 3, dapat diketahui bahwa partisipasi mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung dalam pasar modal tergolong rendah. Dari seluruh jumlah mahasiswa, hanya 109 orang yang telah berpartisipasi sebagai investor. Kondisi ini menunjukkan bahwa keterlibatan mahasiswa dalam aktivitas investasi masih terbatas. Menurut Kurniawan dkk., (2024) rendahnya partisipasi tersebut mencerminkan perlunya peningkatan literasi dan edukasi investasi di kalangan mahasiswa. Dengan edukasi yang tepat dapat mendorong kesadaran akan pentingnya berinvestasi sejak dini sebagai bagian dari perencanaan keuangan masa depan (Safii dkk., 2022).

Rendahnya tingkat partisipasi mahasiswa tersebut mengindikasikan adanya kesenjangan antara potensi akademik mahasiswa dan tingkat partisipasi dalam pasar modal (Sasikirono dkk., 2023). Fenomena ini menjadi perhatian penting dalam pembangunan literasi investasi dan perencanaan keuangan di lingkungan kampus (Raya dkk., 2024). Menurut Ramdani dkk., (2024) hambatan tersebut kemungkinan disebabkan oleh kurangnya dorongan praktis dan kurang efektifnya edukasi terkait dengan pasar modal. Hal ini diperkuat oleh pernyataan Khadijah dkk., (2023) yang menekankan bahwa peningkatan kualitas dan kuantitas edukasi terkait pasar modal di lingkungan kampus sangat

diperlukan untuk menjembatani kesenjangan antara pengetahuan teoritis dan keterlibatan nyata mahasiswa dalam aktivitas investasi.

Sebagai upaya untuk meningkatkan minat investasi di kalangan mahasiswa, Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung mendirikan galeri investasi sebagai sarana untuk mendorong partisipasi mahasiswa dalam pasar modal. Menurut Selasi (2021) galeri investasi adalah sarana bagi mahasiswa untuk mengenal pasar modal sejak dulu yang dapat menumbuhkan minat menjadi investor muda di lingkungan kampus. Galeri Investasi Syariah telah resmi berdiri sejak September 2024 melalui kerja sama dengan PT. Phintraco Sekuritas. Keberadaan galeri investasi ini diharapkan dapat menjadi sarana yang efektif dalam penyebaran informasi dan peningkatan partisipasi dalam pasar modal khususnya mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung. Nasution dkk., (2022) juga menegaskan bahwa galeri investasi tidak hanya memberikan pemahaman teoritis mengenai pasar modal, tetapi juga menyediakan kesempatan bagi pengunjung untuk mempelajari cara transaksi secara langsung.

Keberadaan galeri investasi tersebut menjadi bagian penting dalam upaya menumbuhkan minat investasi mahasiswa (Pitriyani dkk., 2024). Dalam konteks ini, *Theory of Planned Behaviour* yang diungkapkan oleh (Ajzen, 1991) menjadi sangat relevan digunakan untuk memahami perilaku berinvestasi mahasiswa. Teori ini menyatakan bahwa niat seseorang dalam bertindak terbentuk melalui pengaruh tiga faktor pokok, yaitu sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan (Ajzen, 2020). Dalam konteks investasi, sikap positif terhadap pasar modal, dukungan dari lingkungan sekitar, serta keyakinan atas kemampuan diri untuk berinvestasi menjadi faktor penting yang membentuk minat mahasiswa untuk berinvestasi (Hasri dkk., 2024). Hal ini diperkuat oleh Hidayati & Destiana (2023) bahwa teori ini dapat digunakan sebagai dasar untuk menjelaskan bagaimana minat berinvestasi terbentuk dalam diri mahasiswa. Sehingga hal tersebut menjadi langkah awal yang penting dalam menganalisis kecenderungan perilaku mahasiswa terkait dengan minat berinvestasi.

Minat investasi merupakan sebuah ketertarikan seseorang untuk mencari tahu hingga mempertimbangkan untuk melakukan investasi dengan orientasi mendapatkan laba di masa depan (Adnyana, 2020: 3). Sebagaimana menurut Aurora (2016: 1) bahwa minat investasi adalah ketertarikan seseorang dalam memperhatikan dan menjalani aktivitas investasi dengan senang hati tanpa paksaan. Dengan demikian, mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung mempunyai potensi besar dalam menumbuhkan minat berinvestasi, karena latar belakang keilmuan yang mendukung pemahaman terhadap aktivitas pasar modal. Untuk mengetahui sejauh mana potensi tersebut berkembang serta faktor yang memengaruhinya, dilakukan penyebaran kuesioner pendahuluan kepada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung angkatan 2023 dan 2024 sebanyak 53 responden. Adapun hasil kuesioner tersebut disajikan sebagai berikut :

Tabel 4. Hasil Kuesioner Mengenai Minat Investasi di Pasar Modal Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung Angkatan 2023 & 2024

No	Pertanyaan	Jawaban		Percentase (%)	
		Ya	Tidak	Ya	Tidak
1	Apakah anda memiliki minat berinvestasi di pasar modal saat ini?	28	25	52,8	47,2
2	Apakah anda sudah memulai berinvestasi di pasar modal saat ini?	11	47	20,8	79,24
3	Apakah anda meragukan keamanan dari kegiatan investasi di pasar modal?	25	28	47,2	58,2

Sumber : Hasil Kuesioner Pendahuluan (2025)

Berdasarkan Tabel 4, diperoleh informasi mayoritas responden sebesar 47,2% belum memiliki minat terhadap investasi di pasar modal. Namun, 79,24% responden belum mulai berinvestasi. Dan sebesar 47,2% responden meragukan keamanan dari investasi. Hal tersebut mengindikasikan adanya kesenjangan antara minat dan tindakan nyata, yang disebabkan oleh kurangnya keyakinan terhadap keamanan investasi serta rendahnya pemahaman dan pengalaman mereka dalam bidang pasar modal.

Menanggapi kondisi tersebut, diperlukan pemahaman lebih luas mengenai berbagai aspek yang memengaruhi minat berinvestasi mahasiswa, agar dapat dirancang strategi yang efektif. Dalam hal ini, Pangestu & Bagana (2022) menekankan bahwa pentingnya analisis terhadap faktor internal dan eksternal yang memengaruhi minat berinvestasi. Menurut Sharma & Kumari (2024) faktor internal berasal dari dalam diri seperti tujuan keuangan, literasi keuangan, pengetahuan dasar, efikasi diri, usia, pendidikan, dan perilaku. Sedangkan, faktor eksternal yang dapat memengaruhi minat untuk berinvestasi mencakup lingkungan sosial, akses informasi, media sosial, dan dukungan fasilitas edukasi terkait investasi (Widiyastuti & Nashirudin, 2022).

Salah satu faktor eksternal yang dapat memengaruhi minat investasi adalah media sosial (Putriani dkk., 2025). Menurut Kotler & Keller (2016: 336) media sosial adalah wadah yang digunakan oleh individu untuk saling berbagi jenis informasi kepada orang lain secara cepat dan mudah. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Fattah (2023) menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif antara media sosial dengan minat berinvestasi. Hal tersebut dipertegas oleh Rais dkk., (2023) bahwa media sosial berperan sebagai *platform* yang memudahkan calon investor untuk memperoleh informasi investasi secara instan. Sehingga perkembangan media sosial yang semakin pesat memungkinkan mahasiswa memanfaatkannya sebagai sumber informasi terkait investasi yang memperluas pengetahuan, membentuk persepsi positif, dan mendorong aktualisasi diri untuk berinvestasi (Karimah dkk., 2022). Selain itu, menurut Sandi & Pritandhari (2025) media sosial juga dapat berkontribusi secara signifikan dalam meningkatkan literasi ekonomi, yang merupakan fondasi penting dalam pengambilan keputusan investasi yang tepat. Dengan demikian, media sosial berperan sebagai faktor eksternal yang dapat berpengaruh dalam meningkatkan minat investasi mahasiswa. Berdasarkan kuesioner pendahuluan terhadap 53 mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung angkatan 2023 dan 2024 didapatkan informasi sebagai berikut :

Tabel 5. Hasil Kuesioner Mengenai Pemanfaatan Media Sosial Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung Angkatan 2023 & 2024

No	Pertanyaan	Jawaban		Percentase (%)	
		Ya	Tidak	Ya	Tidak
1	Apakah anda pernah memanfaatkan media sosial untuk mencari informasi tentang investasi?	24	29	45,3	54,7
2	Apakah anda mengikuti akun-akun yang membahas investasi di media sosial?	8	45	15,1	84,9
3	Apakah konten investasi di media sosial memengaruhi keputusan anda untuk berinvestasi?	25	28	47,2	52,8

Sumber : Hasil Kuesioner Pendahuluan (2025)

Berdasarkan Tabel 5, diketahui sebagian besar mahasiswa belum memanfaatkan media sosial secara optimal untuk tujuan investasi. Terlihat bahwa 54,7% belum memanfaatkan media sosial untuk mencari informasi investasi. Bahkan, sebesar 84,9% responden tidak mengikuti akun-akun investasi. Dan sebesar 52,8% menyatakan bahwa konten investasi di media sosial tidak memengaruhi keputusan untuk berinvestasi. Kondisi tersebut memperlihatkan peran media sosial sangat berpotensial dalam menyediakan infomasi tentang investasi, namun tingkat pemanfaatannya masih rendah di kalangan mahasiswa. Maka, media sosial belum dimaksimalkan potensinya sebagai alat edukasi finansial di kalangan mahasiswa. Oleh karena itu, dapat diketahui meskipun media sosial memiliki potensi besar sebagai alat untuk mendorong minat investasi, namun untuk memaksimalkan potensi tersebut diperlukan peningkatan edukasi investasi dan pengembangan konten investasi yang menarik serta terpercaya di *platform* media sosial agar dapat menjangkau dan memotivasi mahasiswa untuk berinvestasi secara aktif dan cerdas (Hadi dkk., 2023).

Faktor eksternal lain yang berperan penting dalam meningkatkan minat investasi adalah edukasi sekolah pasar modal (Aini, 2024). Menurut Ismail (2024: 43) edukasi sekolah pasar modal adalah sebuah agenda edukasi dan

sosialisasi pasar modal yang digelar rutin oleh BEI dengan tujuan memberikan edukasi tentang investasi agar menjadi investor yang cerdas dan bertanggung jawab. Melalui program ini, mahasiswa dapat memahami konsep-konsep dasar investasi yang menjadi bekal penting bagi mereka sebelum terjun ke dunia pasar modal (Listyani dkk., 2019). Hal ini juga diungkapkan oleh Jayengsari & Ramadhan (2021) bahwa untuk dapat berinvestasi di pasar modal diperlukannya pengetahuan yang cukup dan pengalaman yang memadai untuk menghindari terjadinya kerugian saat berinvestasi. Dengan demikian, edukasi sekolah pasar modal tidak hanya meningkatkan literasi keuangan, tetapi juga menjadi fondasi utama dalam membentuk minat dan kesiapan mahasiswa untuk berinvestasi secara bijak.

Sebagai implementasi dari pentingnya edukasi pasar modal tersebut, mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung telah memperoleh pengalaman mengikuti program edukasi sekolah pasar modal yang diselenggarakan oleh BEI dan PT. Phintraco Sekuritas. Kegiatan ini memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk mendapatkan pemahaman langsung mengenai mekanisme pasar modal, praktik transaksi saham, serta pengelolaan risiko investasi secara nyata (Wijayanti, 2024). Menurut Hidayat & Nainggolan (2023) kegiatan edukasi pasar modal juga berperan untuk membangun kesadaran finansial sejak dini dengan memotivasi mahasiswa agar lebih berperan aktif berpartisipasi dalam pasar modal. Melalui edukasi ini, mahasiswa akan mendapatkan pengetahuan secara teoritis untuk meningkatkan kesiapan dan minat mereka dalam berinvestasi secara bijak. Berdasarkan hasil kuesioner pendahuluan yang diterapkan kepada 53 mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung angkatan 2023 dan 2024 didapatkan informasi sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Kuesioner Mengenai Edukasi Sekolah Pasar Modal Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung Angkatan 2023 & 2024

No	Pertanyaan	Jawaban		Percentase (%)	
		Ya	Tidak	Ya	Tidak
1	Apakah anda pernah mengikuti dan mendapatkan pengetahuan tentang pasar modal dari universitas maupun instansi lain?	53	0	100	0
2	Apakah anda memahami bagaimana cara kerja pasar modal setelah mengikuti edukasi sekolah pasar modal?	25	28	47,2	52,8
3	Apakah anda pernah melakukan simulasi transaksi dalam pasar modal saat mengikuti program edukasi sekolah pasar modal?	19	34	35,8	64,2

Sumber : Hasil Kuesioner Pendahuluan (2025)

Berdasarkan Tabel 6, diperoleh bahwa seluruh responden pernah mengikuti edukasi pasar modal melalui universitas maupun instansi lain. Namun, hanya 47,2% responden yang benar-benar memahami cara kerja pasar modal setelah mengikuti edukasi tersebut, dan mayoritas 64,2% responden belum pernah melakukan simulasi transaksi. Hal ini menandakan bahwa meskipun tingkat partisipasi dalam edukasi sekolah pasar modal tergolong tinggi, namun efektivitasnya dalam meningkatkan pemahaman dan pengalaman praktis mahasiswa masih belum optimal. Masalah tersebut menjadi perhatian penting karena pemahaman dan pengalaman langsung sangat dibutuhkan untuk membentuk kesiapan dan minat mahasiswa dalam berinvestasi secara bijak.

Keterbatasan pemahaman serta minimnya keterlibatan dalam simulasi tersebut mengindikasikan bahwa keberhasilan investasi tidak terbatas hanya pada aspek pengetahuan, tetapi juga pada kesiapan psikologis mahasiswa (Hidayat & Suhaedi). Dalam hal ini, salah satu faktor internal yang turut memengaruhi minat investasi adalah *self-efficacy* (Khan dkk., 2024). Menurut Bandura (1997: 3) *self-efficacy* merupakan sebuah keyakinan individu terhadap kemampuannya untuk mengorganisasikan dan melaksanakan tindakan yang

diperlukan guna mencapai tujuan tertentu. Kaja dkk., (2023) menyatakan bahwa *self-efficacy* berpengaruh signifikan terhadap minat investasi, karena individu dengan tingkat *self-efficacy* yang tinggi cenderung lebih percaya diri dalam mengambil risiko dan menerapkan pengetahuan yang diperoleh secara praktis. Hal ini selaras dengan temuan Witakusuma dkk., (2018) yang menyatakan bahwa *self-efficacy* berpengaruh positif terhadap minat berinvestasi di pasar modal. Lalu, Irmayani dkk., (2022) juga menekankan pentingnya pengukuran tingkat keyakinan diri mahasiswa dalam menghadapi risiko dan penerapan pengetahuan investasi menjadi aspek penting. Sejalan dengan Mulatsih dkk., (2023) yang menyatakan mahasiswa dengan tingkat *self-efficacy* yang tinggi cenderung lebih siap menghadapi ketidakpastian pasar dan memiliki minat investasi yang lebih besar. Dengan demikian, *self-efficacy* menjadi aspek penting untuk mengatahui sejauh mana keyakinan diri mahasiswa yang dapat memengaruhi minat berinvestasi mereka. Berdasarkan hasil kuesioner pendahuluan mengenai *self-efficacy* yang dilakukan kepada 53 mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung angkatan 2023 dan 2024 didapatkan informasi sebagai berikut :

Tabel 7. Hasil Kuesioner Mengenai *Self-Efficacy* Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung Angkatan 2023 & 2024

No	Pertanyaan	Jawaban		Percentase (%)	
		Ya	Tidak	Ya	Tidak
1	Apakah anda merasa yakin mempunyai pemahaman yang cukup kompleks terkait konsep investasi ?	16	37	30,2	69,8
2	Apakah anda memiliki keyakinan yang kuat bahwa anda bisa berhasil dalam berinvestasi di pasar modal ?	23	30	43,3	56,6
3	Apakah anda merasa bahwa kemampuan anda dalam investasi bisa diterapkan dalam berbagai situasi ?	16	37	30,2	69,8

Sumber : Hasil Kuesioner Pendahuluan (2025)

Berdasarkan Tabel 7, diperoleh informasi bahwa mayoritas responden sebesar 69,8% merasa belum memiliki pemahaman yang cukup mendalam terkait

investasi, dan hanya 30,2% yang yakin mampu mengambil keputusan investasi dalam berbagai situasi. Selain itu, sebanyak 56,6% responden tidak yakin akan keberhasilan mereka di pasar modal. Hal ini menunjukan bahwa mahasiswa masih membutuhkan pemahaman lebih lanjut melalui edukasi yang lebih kuat, mudah dipahami, dan melibatkan praktik langsung supaya rasa percaya diri mereka meningkat serta memiliki kemampuan mengelola investasi dengan bijak dan mandiri.

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari kuesioner pendahuluan pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung serta permasalahan yang ada, dapat diketahui bahwa minat dan partisipasi mahasiswa dalam pasar modal, masih tergolong rendah dan belum optimal. Meskipun secara akademik mahasiswa pendidikan ekonomi memiliki bekal pengetahuan yang memadai terkait dengan pengetahuan dan mata kuliah yang relevan seperti ilmu ekonomi dan manajemen keuangan, namun kenyataanya masih banyak yang belum terlibat secara langsung dalam aktivitas investasi. Hasil temuan menunjukkan adanya kesenjangan antara ketertarikan awal dan tindakan nyata dalam berinvestasi, yang dipengaruhi oleh rendahnya *self-efficacy* mahasiswa, keterbatasan pengalaman, serta kurangnya pemanfaatan media sosial dan edukasi sekolah pasar modal secara efektif. Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi minat dan partisipasi mahasiswa dalam pasar modal, baik dari aspek eksternal seperti media sosial dan edukasi sekolah pasar modal, serta faktor internal seperti *self-efficacy*.

Berdasarkan permasalah yang dipaparkan, ditetapkan bahwa tujuan penelitian ini untuk mengetahui **“Pengaruh Media Sosial, Edukasi Sekolah Pasar Modal, dan Self-Efficacy Terhadap Minat Berinvestasi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, diketahui beberapa masalah yang terjadi seperti berikut.

1. Masih rendahnya minat dan tindakan mahasiswa untuk melakukan investasi di pasar modal.
2. Terdapat mahasiswa yang masih meragukan keamanan saat berinvestasi di pasar modal.
3. Kurangnya pemanfaatan media sosial secara optimal sebagai sumber informasi mengenai investasi.
4. Terdapat mahasiswa yang belum memahami bagaimana cara kerja pasar modal setelah mengikuti edukasi sekolah pasar modal.
5. Masih rendahnya keyakinan diri dan *self-efficacy* mahasiswa dalam berinvestasi.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang diperoleh dari latar belakang dan hasil kuesioner pendahuluan terhadap Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Unila, maka masalah dibatasi pada kajian pengaruh Media Sosial (X_1), Edukasi Sekolah Pasar Modal (X_2) dan *Self-Efficacy* (X_3) terhadap Minat Berinvestasi (Y) Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, identifikasi masalah, serta batasan masalah yang telah dipaparkan, dapat ditentukan rumusan masalah sebagai berikut.

1. Adakah pengaruh secara parsial media sosial terhadap minat berinvestasi mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung?
2. Adakah pengaruh secara parsial edukasi sekolah pasar modal terhadap minat berinvestasi mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung?

3. Adakah pengaruh secara parsial *self-efficacy* terhadap minat berinvestasi mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung?
4. Adakah pengaruh secara simultan antara media sosial, edukasi sekolah pasar modal, dan *self-efficacy* terhadap minat berinvestasi mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan, ditetapkan tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh secara parsial media sosial terhadap minat berinvestasi mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung.
2. Mengetahui pengaruh secara parsial edukasi sekolah pasar modal terhadap minat berinvestasi mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung.
3. Mengetahui pengaruh secara parsial *self-efficacy* terhadap minat berinvestasi mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung.
4. Mengetahui pengaruh secara simultan antara media sosial, edukasi sekolah pasar modal, dan *self-efficacy* terhadap minat berinvestasi mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung.

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan pengetahuan tentang bagaimana pengaruh dari media sosial, edukasi sekolah pasar modal, dan *self-efficacy* terhadap minat berinvestasi. Dan hasil ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap minat mahasiswa dalam berinvestasi dan mengembangkan literatur akademik terkait edukasi keuangan di perguruan tinggi.

2. Manfaat Secara Praktis

- a. Bagi peneliti, dengan dilaksanakan penelitian ini, wawasan dan pengetahuan peneliti mengenai faktor-faktor yang berpengaruh

terhadap minat berinvestasi dapat diperluas, serta wawasan akademik yang didapat selama proses perkuliahan dapat diterapkan.

- b. Bagi program studi, penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai refrensi dalam upaya meningkatkan minat investasi di kalangan mahasiswa.
- c. Bagi mahasiswa, penelitian ini diharapkan dapat menumbuhkan sumber motivasi dan pemahaman yang lebih mendalam terkait investasi agar terdorong untuk melakukan investasi di pasar modal dan dapat meningkatkan kesadaran mengenai urgensi perencanaan keuangan sejak awal. Selain itu, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai refrensi kepustakaan yang berhubungan dengan investasi.
- d. Bagi instansi, khususnya Universitas Lampung, penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi positif dalam bidang pendidikan dan penguatan literasi investasi di lingkungan kampus. Serta hasil penelitian ini dapat bermanfaat menjadi bahan untuk meningkatkan efektivitas program edukasi sekolah pasar modal dan menjadi gambaran untuk strategi kedepannya dalam meningkatkan minat mahasiswa dalam berinvestasi.

G. Ruang Lingkup Penelitian

Adapun ruang lingkup penelitian yang akan dilaksanakan sebagai berikut.

1. Objek Penelitian

Objek penelitian difokuskan pada Media Sosial (X_1), Edukasi Sekolah Pasar Modal (X_2), dan *Self-Efficacy* (X_3) Terhadap Minat Berinvestasi (Y).

2. Subjek Penelitian

Penelitian ini bersubjek pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung angkatan 2023 dan 2024.

3. Tempat Penelitian

Penelitian dilakukan di Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung.

4. Waktu Penelitian

Pelaksanaan dilakukan pada tahun 2025/2026.

5. Ruang Lingkup

Ruang lingkup penelitian berada dalam bidang ilmu ekonomi makro dan berfokus pada bidang investasi.

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Minat Berinvestasi

a. Pengertian Minat Berinvestasi

Minat merupakan salah satu aspek penting dalam memahami perilaku seseorang, termasuk dalam konteks pengambilan keputusan untuk berinvestasi. Menurut Baron & Byrne (2019: 112) minat adalah keadaan psikologis yang mendorong seseorang untuk mencari pengalaman dan pengetahuan lebih lanjut dalam bidang tertentu. Rufaidah dkk., (2023) menyatakan bahwa minat merupakan sebuah kecenderungan dan keinginan yang tinggi terhadap sesuatu. Hal tersebut juga disampaikan oleh Pritandhari & Sandi (2025) yang menjelaskan bahwa minat perasaan suka terhadap sesuatu yang timbul dari dalam diri seseorang. Dari definisi tersebut, dapat dipahami bahwa minat merupakan dorongan psikologis pada pribadi individu yang memicu rasa ingin tahu, kesenangan, dan kemauan untuk lebih jauh dalam suatu aktivitas tertentu, termasuk dalam hal berinvestasi.

Menurut Kustandi (2024: 1) investasi merupakan salah satu aktivitas menanamkan dana maupun aset pada suatu instrumen pasar modal maupun kegiatan tertentu dengan tujuan untuk memperoleh laba pada periode mendatang. Pandangan ini selaras dengan Adnyana (2020: 1) yang menyatakan bahwa investasi merupakan suatu bentuk kegiatan dalam bidang keuangan di mana individu mengalokasikan sebagian dana yang dimilikinya ke dalam berbagai instrumen dengan tujuan

memperoleh keuntungan di masa mendatang. Dana yang diinvestasikan tersebut dapat diwujudkan dalam bentuk aset finansial seperti saham, obligasi, dan reksa dana, maupun dalam bentuk aset fisik seperti properti, emas, dan tanah (Rachmadi, 2020: 3). Lebih lanjut, Nurmiati (2024: 13) menjelaskan bahwa tujuan utama dari investasi adalah meningkatkan pendapatan maupun kekayaan melalui pendekatan yang memperhitungkan tingkat risiko secara cermat. Dengan demikian, investasi tidak hanya sekedar menempatkan dana, tetapi juga merupakan proses pengambilan keputusan yang melibatkan pertimbangan risiko demi mencapai tujuan keuangan di masa mendatang.

Minat investasi merupakan dorongan psikologis yang mendorong seseorang untuk berpartisipasi dalam aktivitas investasi (Adnyana, 2020: 115). Dorongan ini tercermin dalam rasa keingintahuan yang dimiliki individu terhadap berbagai peluang investasi yang ada, sehingga memotivasi mereka untuk menggali informasi lebih dalam dan mengambil bagian dalam kegiatan investasi (Dika dkk., 2024: 28). Selain itu menurut Fortunatus & Pamungkas (2023) minat investasi juga dapat diartikan sebagai keinginan dan pemahaman seseorang dalam melakukan investasi, yang mencakup kesadaran akan manfaat serta risiko yang dihadapi dalam proses investasi. Dengan demikian, dapat dipahami bahwa minat investasi tidak hanya mencerminkan ketertarikan dan keinginan seseorang terhadap peluang investasi, tetapi juga mendorong individu untuk berpartisipasi secara aktif dengan kesadaran penuh akan manfaat dan risiko yang dihadapi.

Menurut Dayka dkk., (2023) minat bukan sekadar dorongan internal, tetapi juga tercermin melalui perilaku nyata individu. Ketika seseorang memiliki minat yang kuat terhadap investasi, maka akan memengaruhi sikap dan tindakannya (Marfuah & Dewati, 2021). Selain itu, Krische (2019) juga mengatakan bahwa individu dengan minat investasi tinggi cenderung menunjukkan keseriusan dalam mencari dan mempelajari informasi terkait peluang investasi. Sejalan dengan Negara & Febrianto

(2020) yang menyatakan bahwa seseorang yang memiliki minat dalam berinvestasi biasanya menunjukkan ciri khas melalui upayanya yang serius dalam menggali informasi terkait investasi.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dipahami bahwa minat berinvestasi adalah sebuah ketertarikan dari individu untuk menanamkan dana yang dimilikinya untuk mencapai tujuan keuangan dimasa depan. Hal ini ditandai dengan rasa antusiasme perilaku individu untuk mempelajari dan mencari informasi terkait peluang investasi sehingga mampu terlibat aktif dalam aktivitas investasi. Oleh karena itu, minat investasi menjadi faktor penting yang memengaruhi perilaku dan keberhasilan seseorang dalam dunia investasi.

b. Jenis-Jenis Instrumen Investasi

Menurut Nurmiati (2024: 15) terdapat berbagai jenis instrumen investasi yang dapat dipilih oleh masyarakat seperti saham, obligasi, properti, komoditas, dan mata uang kripto. Saham merupakan bagian kepemilikan dalam sebuah perusahaan yang memberi hak kepada pemegangnya untuk mendapatkan laba dan keuntungan dari peningkatan nilai perusahaan (Rosyd dkk., 2024). Selain saham, masyarakat juga dapat memilih obligasi, yakni merupakan surat utang yang diterbitkan oleh pemerintah maupun perusahaan untuk mendapatkan dana, dimana investor menerima bunga rutin dan pelunasan pokok pada saat tanggal jatuh tempo (Cahyo dkk., 2024). Sementara itu jenis investasi lainnya ialah investasi properti meliputi kepemilikan aset fisik seperti tanah dan bangunan yang memberikan keuntungan dari kenaikan nilai dan pendapatan sewa, dengan membutuhkan modal awal yang besar namun cocok untuk investor dengan tujuan jangka panjang (Sugianto dkk., 2024). Selain itu, terdapat investasi pada komoditas yang melibatkan pembelian aset berupa bahan mentah seperti logam mulia, minyak, dan produk pertanian yang sering dipilih untuk meminimalisir risiko karena harganya tidak selalu mengikuti pasar saham, sehingga dapat melindungi nilai uang dari inflasi dan ketidakstabilan ekonomi (Maulani & Nur,

2023). Dan terakhir, yaitu aset digital seperti Bitcoin, Ethereum, dan berbagai mata uang kripto lainnya merupakan bentuk investasi berisiko tinggi dengan potensi keuntungan besar (Khunainah dkk., 2024: 3).

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dipahami bahwa jenis-jenis instrumen investasi mencakup berbagai jenis yang sesuai dengan profil risiko dan tujuan investasi masing-masing individu, mulai dari saham dan obligasi yang menawarkan peluang keuntungan dan kestabilan pendapat, hingga properti dan komoditas memberikan potensi pertumbuhan nilai aset. Selain itu, mata uang kripto sebagai instrumen investasi yang menawarkan potensial imbal hasil tinggi dengan risiko yang signifikan, sehingga lebih cocok bagi investor yang memiliki pemahaman mendalam terkait hal tersebut. Dengan demikian, pemilihan instrumen investasi harus disesuaikan dengan kebutuhan, tujuan, dan kemampuan menghadapi risiko masing-masing investor.

c. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Berinvestasi

Minat seseorang dapat dipengaruhi oleh berbagai hal, baik dalam diri sendiri maupun dari luar. Menurut Arafah dkk., (2020: 17) ada beberapa faktor yang memengaruhi minat berinvestasi, seperti *neutral information, personal financial needs, self image/firm image coincidence, social relevance, dan professional recommendation*. *Neutral information* merupakan informasi yang didapatkan dari luar oleh investor dapat agar memiliki informasi yang komprehensif (Harahap dkk., 2021). Selanjutnya yaitu *personal financial needs* mengacu pada informasi yang didapatkan oleh diri investor yang menjadi pedoman pengetahuan untuk melakukan kegiatan investasi selanjutnya (Efendi & Hidayah, 2024). Lalu, *self image/firm image coincidence* merupakan sebuah pengetahuan mengenai penilaian pada citra perusahaan (Amanda dkk., 2024). Faktor berikutnya yaitu *social relevance* yaitu sebagai penyedia informasi mengenai harga saham di bursa efek, tanggung jawab perusahaan di lingkungan sekitar, operasional perusahaan, serta posisi saham perusahaan (Nurhayati dkk., 2022). Dan yang terakhir

professional recommendation, merupakan pendapat oleh orang yang profesional ataupun saran dari ahli di bidang investasi (Jusman & Lestari, 2024).

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dipahami bahwa faktor internal dan eksternal memberikan pengaruh terhadap minat seseorang dalam berinvestasi. Faktor-faktor tersebut seperti kebutuhan finansial pribadi, citra perusahaan, informasi pasar, dan rekomendasi dari pihak profesional. Dengan demikian, dapat diketahui bahwa minat berinvestasi tidak hanya bergantung pada keinginan individu, tetapi juga pada sejauh mana investor memahami, mempercayai, dan merespons informasi serta lingkungan sekitarnya.

d. Indikator Minat Berinvestasi

Menurut Dika dkk., (2024: 28) minat seseorang dalam berinvestasi dapat diukur melalui beberapa indikator seperti ketertarikan, kesungguhan menganalisis, dan keinginan untuk berinvestasi. Ketertarikan untuk mempelajari instrumen investasi yaitu mengukur sejauh mana individu menunjukkan antusiasme maupun keinginan untuk mencari informasi terkait jenis-jenis instrumen investasi seperti saham, reksa dana, obligasi, dan lainnya (Utari dkk., 2022). Selanjutnya, yaitu kesungguhan dalam menganalisis informasi investasi menilai seberapa besar keseriusan individu dalam mengevaluasi kelebihan, kekurangan, risiko, dan kinerja investasi sebelum mengambil keputusan (Lestusen dkk., 2023). Dan keinginan untuk melakukan investasi yaitu menggambarkan sebuah kecenderungan dan rencana seseorang untuk mulai berinvestasi dalam waktu dekat berdasarkan pengetahuan yang telah diperoleh (Besri dkk., 2023).

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dipahami bahwa minat berinvestasi diukur dari sejauh mana seseorang memiliki ketertarikan, keseriusan, dan niat yang nyata untuk terlibat dalam investasi. Ketiga indikator tersebut saling berkaitan dan menunjukkan bahwa minat berinvestasi tidak hanya

mencerminkan rasa ingin tahu, tetapi juga mencakup pemahaman terhadap instrumen, kemampuan menganalisis informasi, serta kesiapan untuk mengambil keputusan dan bertindak secara penuh tanggung jawab. Dengan demikian, minat berinvestasi tidak hanya bersifat emosional, tetapi juga rasional dan terarah pada tindakan nyata.

2. Media Sosial

a. Pengertian Media Sosial

Media sosial merupakan *platform* digital yang memberikan ruang pada penggunanya untuk berbagi informasi maupun konten secara mudah, kapan saja dan di mana saja tanpa batasan geografis (Alam dkk., 2023: 1). Menurut Priya & Kesavraj (2022) media sosial merupakan aktivitas digital yang populer dan berperan sebagai wadah bagi individu, kelompok, maupun komunitas untuk berbagi informasi dan berinteraksi secara langsung, dengan data yang tersedia secara *real-time*. Selain itu, Wicaksono & Wafiroh (2022) berpendapat bahwa media sosial adalah wadah yang berisikan media *online*, yang memiliki pengguna dari berbagai tempat yang dapat berpartisipasi, berbagi dan menuangkan ide kreatifnya dengan membuat konten. Oleh karena itu, dapat diketahui bahwa media sosial bukan sekedar alat komunikasi, melainkan juga berperan sebagai alat penting dalam penyebarluasan informasi.

Media sosial adalah teknologi digital yang menjadi bagian dari aktivitas sehari-hari yang digunakan tidak hanya untuk berkomunikasi, tetapi juga untuk berbagai keperluan seperti bisnis, pendidikan, dan hubungan sosial antar pengguna (Ardhana dkk., 2025: 13). Rachmawati (2021: 46) menjelaskan bahwa media sosial adalah teknologi digital yang memfasilitasi terbentuknya jejaring sosial dan memungkinkan terjadinya interaksi antar pengguna secara online. Selain itu, Standlee (2024) berpendapat bahwa media sosial adalah *platform* berbasis teknologi yang digunakan seseorang untuk berkomunikasi, membangun hubungan, dan

saling berbagi informasi secara *online* yang dapat memengaruhi cara seseorang berperilaku dan membentuk jati diri. Dengan demikian, media sosial berperan penting dalam berbagai aspek kehidupan modern, dari komunikasi hingga pembentukan identitas sosial.

Menurut Rahmawati dkk., (2023) teknologi media sosial tidak hanya memberikan kebebasan individu untuk mengakses informasi. Namun, media sosial juga menjadi salah satu alat strategis untuk menjadi sumber informasi dan pengambilan keputusan terkait investasi (Jankowski & Piotrowski, 2024). Berbagai *platform* seperti, Instagram, TikTok, WhatsApp Groups, Telegram Groups, dan lainnya, kini digunakan untuk membahas dan menyebarluaskan informasi seputar investasi yang mudah diakses oleh masyarakat (Maydiantoro dkk., 2021). Selain itu, menurut Agustari dkk., (2024) perkembangan media sosial yang semakin luas juga telah menarik para perusahaan untuk membranding citra perusahaannya melalui media sosial sehingga dapat menarik para investor. Hal ini sejalan dengan penelitian Suryani & Amanah (2024) bahwa media sosial berperan sebagai perantara untuk menemukan informasi terkait cara berinvestasi dan membantu untuk mendalami pengetahuan terkait investasi, sehingga dapat menumbuhkan minat investasi individu. Dengan demikian, media sosial berperan penting sebagai sarana strategis dalam menyebarkan informasi investasi serta meningkatkan literasi dan minat masyarakat untuk berinvestasi.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat diketahui bahwa media sosial berperan sebagai *platform* digital yang sangat penting dalam kehidupan modern karena memudahkan individu dalam komunikasi, interaksi, dan penyebaran informasi secara cepat dan luas tanpa adanya batasan. Lebih dari itu, media sosial kini memainkan peran penting dalam dunia investasi, di mana *platform-platform* digital menjadi sumber informasi yang *real-time*, mudah diakses, dan mampu memengaruhi minat investasi individu. Oleh karena itu, media sosial tidak hanya berperan sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai sarana strategis dalam

meningkatkan literasi investasi dan mendorong partisipasi masyarakat dalam kegiatan ekonomi yang produktif.

b. Indikator Media Sosial

Menurut Rachmawati (2021: 60) media sosial menjadi salah satu faktor yang dapat memengaruhi minat investasi mahasiswa dan diukur melalui tiga indikator seperti frekuensi akses pemakaian, kepercayaan terhadap konten investasi, dan pemanfaatan media sosial. Frekuensi akses informasi investasi di media sosial menunjukkan seberapa sering individu mengakses platform media sosial untuk mencari dan mendapatkan informasi terkait investasi (Alam dkk., 2025). Lalu, kepercayaan terhadap konten investasi di media sosial yaitu sejauh mana individu mempercayai informasi yang disampaikan oleh akun maupun *influencer* yang membahas topik investasi (Chen dkk., 2025). Dan pemanfaatan media sosial sebagai sumber edukasi investasi yang mencerminkan sejauh mana individu memanfaatkan media sosial untuk belajar dan meningkatkan pengetahuan tentang investasi (Setiawati & Venusita, 2024).

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dipahami bahwa media sosial merupakan salah satu faktor yang memengaruhi minat investasi mahasiswa. Pengaruh tersebut diukur melalui tiga indikator utama, yaitu frekuensi akses informasi investasi, tingkat kepercayaan terhadap konten yang disajikan, dan pemanfaatan media sosial sebagai sarana edukasi investasi. Ketiga indikator tersebut menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya berperan sebagai *platform* komunikasi, tetapi juga sebagai sumber informasi dan pembelajaran yang dapat membentuk minat serta keputusan investasi individu.

3. Edukasi Sekolah Pasar Modal

a. Pengertian Edukasi Sekolah Pasar Modal

Edukasi pasar modal merupakan langkah penting untuk meningkatkan literasi masyarakat mengenai berbagai aspek investasi di pasar modal. Menurut OJK (2023: 205) edukasi sekolah pasar modal merupakan program yang bertujuan memperluas pemahaman masyarakat mengenai pasar modal, termasuk mekanisme, manfaat, risiko, hingga instrumen investasi seperti saham, obligasi, dan reksadana. Setiawati & Venusita (2024) menjelaskan bahwa edukasi sekolah pasar modal adalah proses memberi pengetahuan dan pemahaman kepada individu maupun kelompok mengenai yang mencakup pengenalan terhadap metode analisis analisis fundamental dan teknikal, serta risiko serta peluang dalam berinvestasi. Dengan demikian, edukasi pasar modal memiliki peran krusial dalam membentuk pemahaman yang komprehensif bagi masyarakat mengenai investasi yang aman dan bijak.

Edukasi sekolah pasar modal juga memiliki peran krusial dalam membentuk investor cerdas dan bertanggung jawab yang memiliki pengetahuan serta pemahaman tentang prosedur investasi (Wulan dkk., 2023). Ismail (2024: 43) mendefinisikan edukasi sekolah pasar modal adalah proses pemberian pendidikan tentang dasar-dasar investasi di pasar modal kepada masyarakat luas, termasuk pelajar, mahasiswa, dan masyarakat umum. Sejalan dengan pendapat Dewi dkk., (2020) yang menyatakan bahwa kegiatan edukasi ini dilakukan guna menanamkan pemahaman mendalam kepada masyarakat mengenai prinsip dasar, tata cara, serta manfaat dari berinvestasi di pasar modal. Lebih lanjut, Pratiwi dkk., (2024) menekankan bahwa tujuan utama dari edukasi sekolah pasar modal adalah membekali peserta dengan pengetahuan agar mereka menjadi investor yang kompetitif dan berdaya saing. Dengan demikian, edukasi sekolah pasar modal menjadi sarana yang strategis dalam meningkatkan literasi keuangan mahasiswa serta menciptakan generasi

investor yang cerdas, sadar risiko, dan mampu bersaing di dunia investasi.

Seiring dengan meningkatnya literasi investasi, edukasi sekolah pasar modal juga diyakini memberikan dampak positif dalam menumbuhkan minat berinvestasi, khususnya di kalangan mahasiswa (Rifani dkk., 2025). Usman dkk., (2022) mengatakan bahwa pengetahuan yang diperoleh melalui edukasi tersebut mampu mendorong ketertarikan mahasiswa terhadap dunia investasi. Pandangan ini didukung oleh Arniati (2022) yang menyatakan bahwa edukasi sekolah pasar modal berperan penting dalam membentuk perilaku serta minat individu untuk berinvestasi sejak dulu. Berdasarkan uraian tersebut, dapat diketahui bahwa edukasi sekolah pasar modal berperan signifikan dalam mendorong minat investasi terutama di kalangan mahasiswa, sehingga dapat mencetak calon investor yang lebih bertanggung jawab dalam menghadapi dunia investasi

Untuk menunjang pencapaian tujuan edukasi sekolah pasar modal, BEI merancang kegiatan tersebut dalam tiga tingkatan, yaitu level 1 untuk calon investor dengan materi dasar investasi, level 2 bagi investor pemula yang telah membeli saham dengan fokus pada analisis fundamental dan teknikal serta simulasi transaksi, dan sekolah lanjutan untuk investor aktif yang membahas strategi trading, analisis mendalam, dan produk lanjutan seperti e-IPO (Bursa Efek Indonesia, 2025). Menurut Anas dkk., (2021) tingkatan edukasi sekolah pasar modal tersebut dirancang secara bertahap untuk menyesuaikan dengan tingkat pemahaman peserta. Dengan sistem yang bertahap ini, kegiatan sekolah pasar modal tidak hanya meningkatkan literasi investasi seseorang, tetapi juga membentuk investor yang lebih siap, percaya diri, dan kompeten dalam bertransaksi di pasar modal.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dipahami bahwa edukasi sekolah pasar modal merupakan upaya strategis dalam meningkatkan literasi

investasi dan menumbuhkan minat investasi, khususnya di kalangan mahasiswa. Melalui pemahaman yang diberikan secara bertahap mulai dari pengetahuan dasar hingga strategi lanjutan, peserta dibimbing menjadi investor yang cerdas, sadar risiko, dan bertanggung jawab. Proses edukasi ini tidak hanya menanamkan pemahaman tentang instrumen dan mekanisme pasar modal, tetapi juga membentuk pola pikir investasi yang bijak dan berkelanjutan. Dengan demikian, keberadaan sekolah pasar modal menjadi sarana penting dalam mencetak generasi investor yang kompeten dan siap menghadapi dinamika pasar secara aktif dan produktif.

b. Indikator Edukasi Sekolah Pasar Modal

Menurut Ismail (2024: 43) edukasi sekolah pasar modal dapat diukur melalui tiga indikator seperti pemahaman tentang pasar modal, pengetahuan tentang pasar modal, dan kemampuan dalam analisis investasi. Pemahaman tentang pasar modal mencerminkan sejauh mana peserta memahami konsep dasar pasar modal dan mekanisme perdagangan (Nufal & Kuswinarno, 2024). Selanjutnya yaitu, pengetahuan tentang pasar modal yang menunjukkan tingkat pengetahuan peserta tentang jenis-jenis instrumen investasi yang diperdagangkan di pasar modal, termasuk karakteristik dan risiko masing-masing instrumen (Janah dkk., 2024). Dan kemampuan dalam analisis investasi yang mengukur sejauh mana kemampuan peserta dalam melakukan analisis dasar terhadap instrumen investasi, termasuk analisis fundamental dan teknikal (Satoto & Kosjoko, 2025).

Berdasarkan uraian tersebut, dipahami bahwa efektivitas edukasi sekolah pasar modal dapat diukur melalui tiga aspek utama. Seperti pemahaman peserta tentang konsep dasar dan mekanisme pasar modal, pengetahuan terkait jenis instrumen investasi dan risikonya, dan kemampuan analisis investasi yang menjadi kunci dalam pengambilan keputusan yang rasional. Melalui pendekatan yang bertahap, edukasi sekolah pasar modal tidak hanya meningkatkan kompetensi teknik investor, tetapi juga

mendorong terciptanya pasar modal yang lebih stabil dengan partisipan investor yang andal.

4. *Self-Efficacy*

a. Pengertian *Self-Efficacy*

Kepercayaan diri seseorang terhadap kemampuannya dalam menghadapi berbagai situasi merupakan aspek penting dalam psikologis individu yang menjadi landasan bagi seseorang dalam bertindak. Menurut Sabil (2023: 5) *self-efficacy* adalah keyakinan diri yang mendorong munculnya rasa tanggung jawab dan memacu individu untuk mengambil tindakan. Schunk & DiBenedetto (2021) juga mengungkapkan bahwa *self-efficacy* diartikan sebagai keyakinan individu akan kemampuannya untuk belajar dan melakukan suatu tindakan sesuai dengan tingkat kesulitan tertentu. Sementara itu, dalam pandangan Kaja dkk., (2023) *self-efficacy* adalah elemen mendasar yang memengaruhi persepsi individu dalam menilai sejauh mana dirinya mampu berfungsi secara aktif dalam menghadapi tantangan. Dengan demikian, *self-efficacy* menjadi pondasi penting dalam membentuk perilaku yang percaya diri dan bertanggung jawab.

Keyakinan seseorang terhadap kemampuannya sendiri juga berdampak pada kestabilan emosi dan kebebasan dalam bertindak. Hal ini juga dijelaskan oleh Suciono (2021: 13) yang menyatakan bahwa *self-efficacy* adalah keyakinan seseorang terhadap kemampuannya sendiri, sehingga ia tidak mudah merasa cemas saat bertindak, merasa lebih leluasa melakukan hal yang disukai, serta mampu bertanggung jawab atas apa yang dilakukannya. Sejalan dengan itu, Diana dkk., (2022) menegaskan bahwa *self-efficacy* adalah kepercayaan seseorang terhadap kemampuan diri dalam menyelesaikan suatu tugas dengan rasa suka, yang pada akhirnya memengaruhi cara individu bertindak dan mengambil keputusan. Pandangan ini juga diperkuat oleh Jessica dkk., (2023) yang menilai bahwa kepercayaan diri seseorang terhadap kemampuannya

sendiri untuk berhasil dalam situasi tertentu sangatlah penting dalam mendorong kesuksesan individu. Dengan demikian, dapat dipahami bahwa *self-efficacy* memiliki peran penting dalam membentuk kestabilan emosi, kebebasan bertindak, serta tanggung jawab individu, yang pada akhirnya berpengaruh terhadap keberhasilan dalam menjalani berbagai situasi dan tugas.

Self-efficacy berperan penting dalam dunia investasi karena dapat memengaruhi cara individu mengambil keputusan dan mengelola risiko. Menurut Mulatsih dkk., (2023) individu yang memiliki *self-efficacy* tinggi cenderung lebih percaya diri dalam menganalisis peluang, mengambil keputusan investasi, dan mengelola risiko yang mungkin muncul. Kepercayaan diri ini mendorong sikap optimis dan ketekunan dalam menghadapi tantangan, sebagaimana diungkapkan oleh Halilsoy (2024) bahwa seseorang yang yakin terhadap kemampuannya cenderung berani mengambil risiko dan aktif mengejar peluang dalam investasi. Pandangan ini diperkuat oleh Irmayani dkk., (2022) yang menyatakan bahwa tingkat *self-efficacy* tinggi mampu membuat seseorang memiliki rasa percaya diri dalam mengambil keputusan investasi yang strategis, demi mencapai tujuan jangka panjang seperti kebebasan finansial. Oleh karena itu, *self-efficacy* tidak hanya membentuk pola pikir positif dalam berinvestasi, tetapi juga menjadi fondasi dalam membangun keberhasilan finansial di masa depan.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dipahami *self-efficacy* merupakan faktor psikologis yang krusial dalam mendukung kesuksesan individu, termasuk dalam pengambilan keputusan investasi. Individu dengan tingkat *self-efficacy* yang tinggi cenderung memiliki kepercayaan diri yang kuat dalam menganalisis peluang, menghadapi risiko, dan menetapkan strategi investasi yang tepat. Keyakinan terhadap kemampuan diri ini mendorong sikap optimis, tangguh, dan bertanggung jawab, yang sangat dibutuhkan dalam dunia investasi yang penuh tantangan dan ketidakpastian. Dengan demikian, *self-efficacy* tidak

hanya membentuk pola pikir yang positif dan berani dalam berinvestasi, tetapi juga menjadi pondasi penting dalam mencapai keberhasilan finansial jangka panjang.

b. Faktor yang Memengaruhi *Self-Efficacy*

Menurut Suciono (2021: 13) pembentukan *self-efficacy* dalam diri seseorang dipengaruhi oleh empat faktor utama yang saling berkaitan seperti pengalaman merasakan keberhasilan, pengalaman orang lain, persuasi verbal, dan kondisi fisiologis serta perasaan. Salah satu faktor paling dominan dalam membentuk *self-efficacy* adalah pengalaman pribadi yang pernah dialami individu, terutama keberhasilan masa lalu yang dapat memberikan dorongan besar dalam membangun keyakinan diri (Wulandari dkk., 2021). Lalu, melalui pengalaman orang lain di mana dengan melihat keberhasilan orang lain yang memiliki kemampuan serupa dapat memperkuat keyakinan diri individu dan meningkatkan *self-efficacy* (Nafisah dkk., 2025). Selanjutnya yakni persuasi verbal berupa dorongan yang bersifat positif, seperti nasihat, dukungan dan arahan memiliki peran penting dalam memperkuat keyakinan individu atas potensi yang ada pada dirinya (Utami dkk., 2024). Dan faktor yang terakhir yaitu kondisi fisiologis dan perasaan yang mengacu pada bagaimana kondisi fisik dan emosi seseorang memengaruhi penilaian terhadap kemampuannya sendiri dalam menghadapi suatu tugas atau tantangan (Hakim, 2021).

Dari beberapa faktor *self-efficacy* tersebut, dapat dipahami bahwa pembentukan *self-efficacy* tidak terjadi secara instan. Namun dari berbagai faktor seperti pengalaman pribadi, pengamatan terhadap orang lain, dukungan verbal, serta kondisi fisik dan emosional seseorang menjadi penyebab yang memengaruhi hal ini. Oleh karena itu, pengembangan *self-efficacy* memerlukan pendekatan yang lebih mendalam mencakup pengalaman, lingkungan sosial, dan kesiapan mental individu.

c. Indikator *Self-Efficacy*

Menurut Suciono (2021: 14) untuk mengukur *self-efficacy* dalam berinvestasi digunakan beberapa indikator seperti keyakinan diri dalam mengelola investasi, keteguhan dalam menghadapi risiko investasi, dan kemampuan beradaptasi dalam berbagai situasi. Keyakinan diri dalam mengelola investasi ini mengacu sejauh mana individu merasa yakin dan mampu memahami konsep investasi, memilih instrumen yang tepat, serta membuat keputusan keuangan secara mandiri (Sudimantoro dkk., 2023). Selanjutnya yaitu keteguhan dalam menghadapi risiko investasi yang menggambarkan seberapa kuat seseorang untuk tetap yakin dan tidak mudah menyerah ketika menghadapi ketidakpastian, kerugian, maupun fluktuasi pasar (Alhazami & Rahmawati, 2025). Serta kemampuan beradaptasi dalam berbagai situasi investasi yang menunjukkan sejauh mana individu merasa mampu untuk menerapkan kepercayaan dirinya terhadap investasi di berbagai kondisi maupun instrumen yang berbeda (Maulinar & Damau, 2025).

Berdasarkan uraian tersebut, dapat diketahui bahwa pengukuran *self-efficacy* dalam berinvestasi mencakup keyakinan diri individu, keteguhan dalam menghadapi risiko, serta kemampuan beradaptasi dengan berbagai situasi investasi. Ketiga aspek tersebut saling melengkapi dan bersama-sama mencerminkan seberapa kuat dan efektif rasa percaya diri seseorang dalam mengambil keputusan dan bertindak di dunia investasi. Dengan demikian, *self-efficacy* akan menunjang investor lebih tangguh dan adaptif dalam menghadapi dinamika pasar modal.

B. Penelitian yang Relevan

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan berbagai penelitian sebelumnya sebagai refensi dan dasar untuk menganalisis berbagai masalah yang dihadapi. Beberapa studi yang relevan dan dijadikan acuan dalam penelitian ini antara lain.

Tabel 8. Hasil Penelitian yang Relevan

No	Penulis	Judul	Hasil
1	Suryani & Amanah (2024)	Pengaruh <i>Platfrom Media Sosial, Pengetahuan Investasi, Presepsi Risiko, dan Return terhadap Minat Generasi Z Berinvestasi di Pasar Modal</i>	<p>Hasil penelitian ini menyatakan bahwa media sosial memiliki dampak positif dan signifikan terhadap minat investasi mahasiswa. Artinya bahwa media sosial dapat menjadi <i>platfrom</i> yang membantu mahasiswa mendapatkan informasi terkait cara berinvestasi di pasar modal.</p> <p>Persamaan: Kesamaan dalam penelitian ini yaitu terletak pada objek penelitian yang membahas media sosial sebagai variabel independent dan minat berinvestasi sebagai variabel dependent.</p> <p>Perbedaan: Perbedaan dalam penelitian ini terletak pada populasi dan subjek penelitian. Selain itu, penelitian terdahulu tidak mengkaji secara mendalam faktor pengetahuan formal seperti edukasi sekolah pasar modal yang berperan dalam menjembatani pengetahuan dengan tindakan nyata. Disisi lain, aspek psikologis individu seperti <i>self-efficacy</i> juga tidak menjadi fokus pembahasan, padahal faktor ini dapat memengaruhi perilaku seseorang dalam mengambil keputusan investasi. Lalu, dalam penelitian sebelumnya menggunakan metode <i>accidental sampling</i> untuk menentukan sampelnya.</p>

Tabel 8. Lanjutan

		Kebaruan: Terdapat kebaruan pada subjek penelitian yaitu mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung, lalu variabel independen yang belum dikaji pada penelitian sebelumnya yaitu edukasi sekolah pasar modal yang menjadi sarana langsung dari BEI dalam membangun partisipasi mahasiswa dan variabel <i>self-efficacy</i> sebagai faktor internal yang menjembatani antara pengetahuan dan perilaku aktual mahasiswa dalam berinvestasi. Serta teknik <i>purposive sampling</i> digunakan dalam penelitian.
2	Nurkumalasari dan Yudiantoro (2024)	<p>Pengaruh Literasi Keuangan, Pengendalian Diri, dan Media Sosial terhadap Minat Investasi Generasi Z di Desa Wajak Lor</p> <p>Hasil penelitian ini menyatakan bahwa media sosial memiliki dampak positif dan signifikan terhadap minat investasi mahasiswa. Artinya bahwa media sosial berkontribusi untuk membantu dalam mempermudah mengakses informasi serta melaksanakan berbagai kegiatan yang menjadi berbasis online termasuk dalam investasi.</p> <p>Persamaan: Kesamaan dalam penelitian ini berada pada bagian variabel media sosial dan minat investasi</p> <p>Perbedaan: Terdapat perbedaan ruang lingkup subjek penelitian yaitu Generasi Z di Desa Wajak Lor dengan Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung. Selain itu, teknik <i>isensual sampling</i> digunakan dalam penelitian tersebut. Lalu, penelitian sebelumnya tidak menyoroti latar belakang pendidikan responden secara spesifik dan belum mengkaji secara mendalam faktor internal seperti <i>self-efficacy</i>, sehingga dalam penelitian tersebut cenderung bersifat umum.</p> <p>Kebaruan: Terdapat kebaruan pada penelitian ini yang terletak pada objek yang lebih spesifik, yaitu mahasiswa</p>

Tabel 8. Lanjutan

			dengan latar belakang akademik di bidang pendidikan ekonomi. Penelitian ini juga mengintergrasikan variabel edukasi sekolah pasar modal dan <i>self-efficacy</i> yang belum dikaji dalam penelitian sebelumnya. Selain itu, penggunaan teknik <i>purposive sampling</i> dilakukan dalam penelitian ini agar pemilihan responden lebih terarah.
3	Putriani dkk., (2025)	Pengaruh Pengetahuan Investasi, Kemampuan Finansial dan Teknologi Media Sosial terhadap Minat Investasi Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa Akuntansi di Sumatera Barat	<p>Hasil penelitian ini menyatakan bahwa teknologi media sosial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat investasi mahasiswa. Artinya, media sosial berperan sebagai saluran komunikasi yang efektif dan konten investasi yang tersedia di media sosial cukup relevan dan menarik bagi mahasiswa, sehingga dapat memengaruhi minat untuk berinvestasi.</p> <p>Persamaan: Terdapat persamaan variabel independen dan dependen yaitu media sosial dan minat investasi. Kemudian teknik <i>sampling</i> yang dilakukan sama yaitu dengan <i>purposive sampling</i>.</p> <p>Perbedaan: Perbedaan penelitian ini terletak pada subjek dan populasi yaitu mahasiswa akuntansi di Sumatera Barat digunakan pada penelitian sebelumnya, sedangkan penelitian ini difokuskan pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung. Lalu, terdapat perbedaan pada jenis pendekatan yang digunakan pada peneliti terdahulu adalah penelitian <i>field reaserch</i> atau terjun langsung ke lapangan untuk mendapatkan data.</p> <p>Kebaruan: Terdapat kebaruan pada variabel Edukasi Sekolah Pasar Modal dan <i>Self-Efficacy</i>, serta populasi dan subjek penelitian.</p>
4	Rifani dkk., (2025)	Pengaruh Literasi Keuangan,	Hasil penelitian ini menyatakan bahwa edukasi sekolah pasar modal

Tabel 8. Lanjutan

	Edukasi Sekolah Pasar Modal, dan Gaya Hidup Generasi Z terhadap Minat Berinvestasi Saham Syariah	<p>berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi. Hal ini menunjukkan bahwa ketika mahasiswa menerima edukasi dengan baik mereka mampu membentuk sikap positif dan mampu untuk mengambil tindakan investasi.</p> <p>Persamaan: Terdapat persamaan variabel edukasi sekolah pasar modal dan minat berinvestasi.</p> <p>Perbedaan: Terdapat perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan. Penelitian sebelumnya fokus pada minat berinvestasi dalam saham syariah, sedangkan penelitian ini mengkaji minat berinvestasi secara umum di pasar modal. Selain itu, latar belakang pendidikan responden pada penelitian terdahulu tidak dijadikan fokus utama. Lalu, pada penelitian sebelumnya menggunakan teknik <i>probability sampling</i> dengan rumus slovin, serta belum membahas hubungan antara <i>self-efficacy</i> dan media sosial terhadap minat berinvestasi</p> <p>Kebaruan: Terdapat kebaruan pada teknik pengambilan sampel yaitu menggunakan <i>purposive sampling</i> dengan kriteria tertentu, dan menggunakan objek mahasiswa yang mempunyai latar belakang pendidikan relevan, serta terdapat menggabungkan variabel baru dengan pendekatan edukasi formal, teknologi digital, dan psikologi dalam satu model penelitian.</p>
5 Wijayanti (2024)	Pengaruh Edukasi Pasar Modal, Pengetahuan Investasi, Kemudahan Teknologi, dan Gender terhadap Minat Investasi Saham.	Hasil penelitian ini menyatakan bahwa edukasi pasar modal berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat investasi saham. Artinya semakin tinggi edukasi pasar modal maka akan menyebabkan semakin tinggi minat mahasiswa dalam investasi saham.

Tabel 8. Lanjutan

				Persamaan: Terdapat persamaan pada jenis penelitian yang digunakan yakni kuantitatif, serta pada variabel independen dan dependent yaitu edukasi sekolah pasar modal dan minat investasi
				Perbedaan: Terdapat perbedaan dalam penelitian ini, subjek yang digunakan. Lalu, kurangnya fokus penelitian mengenai media sosial dan tidak mengkaji faktor psikologis efikasi diri.
				Kebaruan: Terdapat kebaruan pada variabel independen yaitu media sosial dan <i>self-efficacy</i> . Serta ruang lingkup populasi dan sampel yang digunakan.
6	Dewi dkk., (2020)	Pengaruh Edukasi Pasar Modal Terhadap Persepsi Risiko dan Minat Berinvestasi Masyarakat	Hasil penelitian ini menyatakan bahwa edukasi pasar modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi, yang berarti semakin tinggi pengetahuan masyarakat tentang pasar modal, maka semakin tinggi pula minat mereka untuk berinvestasi	Persamaan: Terdapat persamaan yang terletak penggunaan metode kuantitatif serta variabel yang digunakan, yaitu edukasi sekolah pasar modal. Perbedaan: Dalam penelitian sebelumnya hanya fokus pada edukasi sekolah pasar modal yang dilakukan pada masyarakat umum dan tidak spesifik pada mahasiswa. Dan Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>) digunakan dalam penelitian tersebut. Kebaruan: Terdapat kebaruan dalam penelitian ini yaitu variabel media sosial dan <i>self-efficacy</i> sebagai variabel independen. Lalu, lokasi penelitian yang digunakan yaitu mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung dengan menggunakan teknik pengambilan yaitu <i>purposive sampling</i> . Dan

Tabel 8. Lanjutan

			teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi.
7	Kaja dkk., (2022)	Pengaruh Ekspektasi <i>Return</i> , Persepsi Risiko, dan <i>Self-Efficacy</i> terhadap Minat Investasi Saham Pada Mahasiswa Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusa Cendana	<p>Hasil penelitian ini menyatakan bahwa <i>self-efficacy</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi saham. Artinya, bahwa jika seseorang memiliki <i>self-efficacy</i> yang tinggi maka akan cenderung memiliki tingkat keyakinan yang tinggi dan akan berminat untuk berinvestasi.</p> <p>Persamaan: Terdapat persamaan yang terletak pada metode yang digunakan yaitu kuantitatif. Dan variabel yang sama yaitu <i>self-efficacy</i> dan minat investasi.</p> <p>Perbedaan: Terdapat perbedaan pada subjek penelitian yang dilakukan. Lalu, dalam penelitian sebelumnya hanya fokus pada faktor internal dan ekonomi yang tidak membahas aspek pengetahuan.</p> <p>Kebaruan: Terdapat kebaruan pada variabel independen yaitu media sosial sebagai faktor eksternal dan edukasi sekolah pasar modal yang belum diteliti sebelumnya. Serta perbedaan lokasi penelitian dan perbedaan karakteristik mahasiswa Akuntansi dengan mahasiswa Pendidikan Ekonomi</p>
8	Irmayani dkk., (2022)	Pengaruh Motivasi, Pengetahuan Investasi, <i>Self-Efficacy</i> , dan Minat Investasi Selama Pandemi Covid-19	<p>Hasil dalam penelitian tersebut menyatakan bahwa <i>self-efficacy</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi generasi muda Bali pada masa pandemi Covid-19. Artinya, semakin seseorang memiliki keyakinan terhadap dirinya maka akan memunculkan tindakan dan berperilaku tertentu untuk melakukan investasi.</p> <p>Persamaan: Terdapat persamaan pada variabel independen yaitu <i>self-efficacy</i> dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, dan teknik pengambilan sampel <i>purposive sampling</i></p>

Tabel 8. Lanjutan

			Perbedaan: Terdapat perbedaan pada subjek penelitian yaitu mahasiswa. Lalu, pada penelitian sebelumnya tidak mengkaji mengenai edukasi formal dan non-formal yang dapat memengaruhi minat berinvestasi Kebaruan: Terdapat kebaruan pada variabel independen yaitu media sosial dan edukasi sekolah pasar modal. Fokus pada penelitian ini ditujukan pada mahasiswa yang telah mengikuti kegiatan edukasi sekolah pasar modal. Dengan menggunakan pendekatan <i>ex post facto</i> yang digunakan untuk mengamati hubungan sebab-akibat dari variabel.
9	Mulatsih dkk., (2024)	Pengaruh <i>Investmen Knowledge, Self-Efficacy dan Perceived Risk</i> terhadap Minat Mahasiswa Investasi Saham	<p>Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa <i>self-efficacy</i> memiliki pengaruh yang positif dan signifikan tehadap minat investasi. Artinya, bahwa mahasiswa yang memiliki pemahaman dan kemampuan menganai investasi yang dimiliki maka dapat membuat seseorang dapat merasa percaya diri dengan tindakan yang dilakukan.</p> <p>Persamaan : Terdapat kesamaan pada variabel independen yaitu <i>self-efficacy</i> dan jenis pendekatan penelitian yang dilakukan yaitu kuantitaif.</p> <p>Perbedaan : Terdapat perbedaan pada subjek penelitian. Serta teknik <i>sampling</i> yang diterapkan dalam penelitian sebelumnya adalah yaitu <i>simple random sampling</i>. Lalu, peneliti terdahulu tidak menguji pengaruh media sosial dan edukasi sekolah pasar modal.</p> <p>Kebaruan: Terdapat kebaruan pada variabel independen yaitu media sosial dan edukasi sekolah pasar modal. Dan berfokus pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung, dengan menggunakan teknik <i>purposive sampling</i> untuk</p>

Tabel 8. Lanjutan

			memilih responden yang sesuai dengan kriteria.
10	Jessica dkk., (2023)	<i>Investment Knowledge, Self-Efficacy, Expected Return, Perceived Risk, dan Minat Mahasiswa Berinvestasi Saham</i>	<p>Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa <i>self-efficacy</i> memiliki pengaruh positif pada minat mahasiswa berinvestasi saham. Hal ini berarti <i>self-efficacy</i> yang tinggi dapat meningkatkan kepercayaan mahasiswa sehingga berminat untuk melakukan investasi.</p> <p>Persamaan: Persamaan penelitian ini terletak pada metode yang digunakan yaitu kuantitatif, dan meneliti variabel yang sama yaitu <i>self-efficacy</i> terhadap minat investasi.</p> <p>Perbedaan: Pada penelitian sebelumnya tidak mengkaji kombinasi antar media sosial, edukasi sekolah pasar modal, dan <i>self-efficacy</i>. Serta, populasi dan sampel yang digunakan mahasiswa di Bali, dengan menggunakan teknik pengambilan sampel dengan metode <i>proporsionate stratified random sampling</i></p> <p>Kebaruan: Terdapat kebaruan dalam penelitian yang akan dilakukan seperti mengkombinasikan variabel media sosial dan edukasi sekolah pasar modal yang belum pernah diteliti dalam penelitian sebelumnya. Serta fokus penelitian pada mahasiswa yang telah mengikuti kegiatan edukasi sekolah pasar modal. Metode pengambilan sampel <i>purposive sampling</i> dengan kriteria tertentu yang telah ditentukan. Dan desain penelitian yang digunakan adalah <i>ex post facto</i>.</p>

C. Kerangka Berpikir

Dalam era globalisasi, partisipasi masyarakat dalam investasi menjadi salah satu hal yang penting untuk memperkuat ekonomi dan meningkatkan daya saing nasional Indonesia. Namun, berdasarkan data PT. KSEI (2025) jumlah investor di Indonesia hanya 15,7 juta investor. Angka tersebut masih jauh dibawah negara-negara lain seperti Amerika Serikat sebesar 185,5 juta investor, China sebesar 98,7 juta investor, dan India sebesar 85,8 juta investor. Mahasiswa sebagai generasi muda, kini mendominasi jumlah investor di Indonesia, termasuk di Provinsi Lampung. Namun demikian, partisipasi mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung masih tergolong rendah, yaitu hanya 109 investor dari total 284 mahasiswa. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan minat dan tindakan nyata mahasiswa dalam kegiatan investasi.

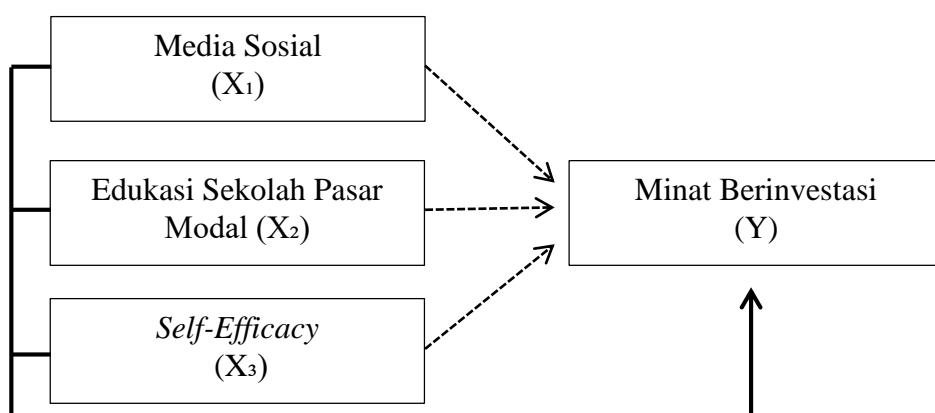
Minat berinvestasi dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik eksternal maupun internal. Menurut Adnyana (2020: 3) minat investasi merupakan sebuah rasa ketertarikan dan kesiapan untuk terlibat dalam aktivitas investasi dengan tujuan memperoleh keuntungan. Salah satu faktor eksternal yang memengaruhi minat investasi adalah media sosial. Menurut Kotler & Keller (2016: 336) menyatakan bahwa media sosial merupakan sarana yang digunakan oleh individu untuk saling berbagi jenis informasi kepada orang lain secara cepat dan mudah. Media sosial berperan sebagai *platform* yang memudahkan calon investor dalam memperoleh informasi investasi secara instan. Menurut penelitian Nurkumalasari & Yudiantoro (2024) juga menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh positif terhadap minat investasi.

Namun, untuk memulai berinvestasi tidak cukup hanya mengandalkan informasi dari media sosial. Diperlukan juga pengetahuan yang komprehensif dan terstruktur yang idealnya diperoleh melalui edukasi formal seperti edukasi sekolah pasar modal. Menurut Ismail (2024: 43) edukasi sekolah pasar modal adalah sebuah proses pemberian pendidikan tentang dasar-dasar investasi di pasar modal kepada masyarakat luas, termasuk mahasiswa. Pengetahuan yang diperoleh dari kegiatan tersebut dapat mendorong ketertarikan mahasiswa

dalam dunia investasi. Rifani dkk., (2025) juga menjelaskan bahwa edukasi sekolah pasar modal berpengaruh positif terhadap minat berinvestasi. Hal ini menunjukkan bahwa ketika mahasiswa menerima edukasi dengan baik, mereka mampu membentuk sikap positif dalam mengambil keputusan investasi.

Selain pengetahuan dan keterampilan teknis, dalam berinvestasi juga dipengaruhi oleh faktor internal seperti *self-efficacy*. *Self-efficacy* ini terbentuk melalui pengalaman, pendidikan, dan paparan informasi yang memadai. Menurut Bandura (1997: 3) *self-efficacy* adalah sebuah keyakinan individu terhadap kemampuannya untuk mengorganisir dan melaksanakan tindakan yang diperlukan guna mencapai tujuan tertentu. Individu yang memiliki *self-efficacy* yang tinggi cenderung lebih percaya diri dalam mengambil risiko dan menerapkan pengetahuan yang diperoleh secara praktis. Hal tersebut sejalan dengan penelitian Jessica dkk., (2023) bahwa *self-efficacy* berpengaruh positif terhadap minat berinvestasi, sehingga dengan *self-efficacy* yang tinggi dapat meningkatkan kepercayaan mahasiswa untuk berinvestasi.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat diketahui bahwa media sosial (X_1), edukasi sekolah pasar modal (X_2), dan *self-efficacy* (X_3) berperan penting dalam meningkatkan minat berinvestasi (Y). Dengan demikian, hubungan antara variabel-variabel tersebut dapat digambarkan secara umum sebagai berikut.



Gambar 1. Paradigma Penelitian

- > : Garis Pengaruh Parsial
—> : Garis Pengaruh Simultan

D. Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini ditetapkan sebagai berikut.

1. Ada pengaruh media sosial terhadap minat berinvestasi mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung.
2. Ada pengaruh edukasi sekolah pasar modal terhadap minat berinvestasi mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung.
3. Ada pengaruh *self-efficacy* terhadap minat berinvestasi mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung.
4. Ada pengaruh antara media sosial, edukasi sekolah pasar modal, dan *self-efficacy* terhadap minat berinvestasi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung.

III. METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif, karena seluruh data dikumpulkan dalam bentuk bentuk angka dan dianalisis menggunakan teknik statistik untuk memperoleh kesimpulan yang objektif (Sugiyono, 2023: 16). Penelitian kuantitatif diterapkan guna mengukur hubungan antarvariabel secara sistematis dan terstruktur melalui pengolahan data numerik. Metode deskriptif verifikatif dengan pendekatan *ex post facto* dan survei diterapkan dalam penelitian ini. Sumber data penelitian ini berupa data primer yang diperoleh langsung dari responden melalui kuesioner yang disebarluaskan agar memperoleh informasi secara sistematis dan terstruktur dari responden (Sugiyono, 2023: 9).

Metode deskriptif verifikatif diterapkan dalam pelaksanaan penelitian ini. Metode deskriptif memiliki tujuan utama untuk mengkaji dan menggambarkan suatu variabel secara mendalam tanpa melakukan perbandingan ataupun mengaitkannya dengan variabel lain (Sugiyono, 2023: 206). Sementara itu, metode verifikatif digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis atau asumsi sementara yang telah disusun sebelumnya, dengan melibatkan populasi atau sampel tertentu sebagai objek penelitian (Achjar dkk., 2024: 76). Melalui kombinasi antara kedua metode tersebut, akan menjelaskan ketertakitan antara variabel yang dianalisis dan menggambarkan benar tidaknya fakta.

Pendekatan *ex post facto* dan survei diterapkan dalam pelaksanaan penelitian. Pendekatan *ex post facto* bertujuan untuk menganalisis suatu

peristiwa yang telah terjadi di masa lalu, dengan menelusuri kembali faktor-faktor penyebabnya (Zafri & Hastuti, 2023: 156). Pendekatan ini digunakan karena dalam penelitian ini akan menganalisis keterkaitan sebab-akibat antara variabel-variabel yang diteliti. Sementara itu, survei digunakan untuk mengumpulkan data secara sistematis dan terstruktur dari responden yang dilakukan melalui penyebaran kuesioner, sehingga menjadi efisien dan relevan untuk mendukung analisis kuantitatif dari penelitian ini (Sugiyono, 2023: 57).

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi diartikan sebagai kelompok yang menjadi objek maupun subjek penelitian yang mempunyai sifat, ciri, serta kualitas tertentu sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti (Sugiyono, 2023: 126). Kelompok ini dijadikan dasar untuk dilakukan analisis dan akhirnya ditarik kesimpulan yang sesuai dengan tujuan pada penelitian. Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Unila angkatan 2023 dan 2024 yang telah mengikuti kegiatan edukasi sekolah pasar modal menjadi populasi dalam penelitian ini. Berikut disajikan tabel yang menunjukkan total populasi tersebut.

Tabel 9. Data Jumlah Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung Angkatan 2023 & 2024 yang Telah Mengikuti Edukasi Sekolah Pasar Modal

No	Angkatan	Jumlah
1	2023	55
2	2024	76
	Total	131

Sumber: Galeri Investasi Syariah Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung (2025)

2. Sampel

Sampel dapat diartikan sebagai bagian kecil dari populasi yang dipilih untuk dijadikan sumber data dalam suatu penelitian, di mana karakteristiknya dianggap mampu mewakili keseluruhan populasi (Sugiyono, 2023: 127). Dengan kata lain, sampel adalah kelompok terbatas yang diambil dari populasi yang lebih besar dan memiliki ciri-ciri tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Pada penelitian ini, perhitungan jumlah sampel diterapkan dengan rumus *slovin*, sebagai berikut:

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

Keterangan :

n : Total Sampel

N : Total Populasi

e^2 : Taraf Sig (0,05)

Perhitungan pengambilan sampel dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan rumus di atas, yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{131}{1 + 131 (0,05)^2}$$

$$n = \frac{131}{1 + 131 (0,0025)}$$

$$n = \frac{131}{1 + 0,328}$$

$$n = \frac{131}{1,328}$$

$n = 98,64$ dibulatkan menjadi 99

Sehingga diperoleh jumlah sampel sebanyak 99 mahasiswa aktif Pendidikan Ekonomi Unila angkatan 2023 dan 2024 yang telah mengikuti edukasi sekolah pasar modal.

C. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *nonprobability sampling* dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Dengan *nonprobability sampling* maka pemilihan sampel tidak dilakukan secara acak, melainkan berdasarkan tujuan tertentu untuk memperoleh informasi yang lebih mendalam dari sampel dipilih secara sengaja (Sugiyono, 2023: 131). Lalu, teknik *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2023: 133). Teknik ini dipilih karena pemilihan responden dalam penelitian tidak dilakukan secara acak, melainkan didasarkan pada karakteristik khusus yang relevan dan dibutuhkan untuk menjawab rumusan masalah secara tepat. Penggunaan teknik *purposive sampling* dianggap sesuai untuk penelitian ini, karena dalam penelitian ini memerlukan subjek yang memiliki pengalaman maupun latar belakang tertentu yang berkaitan dengan variabel yang diteliti, yaitu minat investasi. Adapun kriteria responden yang ditentukan adalah:

- 1) Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung angkatan 2023 dan 2024 sebagai subjek agar hasilnya lebih efektif, efisien, dan terhindar dari bias.
- 2) Mahasiswa yang telah ikut serta dalam edukasi sekolah pasar modal.

Berikut sampel penelitian yang diperoleh berdasarkan kriteria diatas:

$$\text{Total Sampel} = \frac{\text{Total Mahasiswa Per Angkatan}}{\text{Total Populasi}} \times \text{Total Sampel}$$

Tabel 10. Perhitungan Jumlah Sampel Untuk Setiap Angkatan di Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung

No	Angkatan	Populasi	Jumlah Sampel
1	2023	$\frac{55}{131} \times 99 = 41,56$	42
2	2024	$\frac{76}{131} \times 99 = 57,43$	57
Total			99

Sumber : Hasil Pengolahan Data (2025)

D. Variabel Penelitian

Variabel penelitian dimaknai sebagai objek yang didefinisikan oleh peneliti dan dipelajari untuk mengumpulkan data kemudian ditarik sebuah kesimpulan (Sugiyono, 2023: 68). Berikut ini adalah variabel pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Variabel Bebas (Independent)

Variabel bebas merupakan variabel yang berperan dalam memengaruhi maupun menimbulkan perubahan pada variabel terikat (Sugiyono, 2023: 69). Dalam penelitian ini, variabel bebas yang dimaksud terdiri atas Media Sosial (X_1), Edukasi Sekolah Pasar Modal (X_2), dan *Self-Efficacy* (X_3).

2. Variabel Terikat (Dependen)

Variabel terikat merupakan variabel penerima pengaruh dari variabel independent (Sugiyono, 2023:69). Lambang variabel ini yaitu Y yang dikenal sebagai variabel output, konsekuensi, atau kriteria. Variabel terikat yang ditetapkan peneliti adalah Minat Berinvestasi (Y).

E. Definisi Konseptual Variabel

Definisi konseptual variabel berfungsi sebagai sarana untuk mempermudah proses pengamatan dan pengukuran terhadap variabel penelitian (Subandi, 2025: 27). Dalam konteks penelitian ini, definisi konseptual untuk masing-masing variabel adalah sebagai berikut.

1. Media Sosial (X_1)

Media sosial adalah *platform* digital yang memungkinkan penggunanya untuk berbagai informasi maupun konten secara mudah, kapan saja dan di mana saja tanpa batasan geografis (Alam dkk., 2023: 1). Media sosial memiliki peran sebagai saluran penyebaran informasi terkait pasar, edukasi keuangan, dan dapat menjadi forum diskusi terkait investasi. Hal

tersebut yang dapat memengaruhi persepsi, pengetahuan, dan keputusan mahasiswa sebagai calon investor. Media sosial juga memberikan sumber refrensi yang cepat dan mudah diakses dalam meningkatkan literasi dan minat individu terhadap aktivitas investasi.

2. Edukasi Sekolah Pasar Modal (X_2)

Menurut Ismail (2024: 43) edukasi sekolah pasar modal adalah proses pemberian pendidikan tentang dasar-dasar investasi di pasar modal kepada masyarakat luas, termasuk pelajar, mahasiswa, dan masyarakat umum. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan literasi dan pemahaman individu akan pasar modal melalui pengenalan instrumen investasi, mekanisme perdagangan, analisis fundamental dan teknikal, serta manajemen risiko. Edukasi sekolah pasar modal ini memberikan bekal kepada mahasiswa terkait pengetahuan praktis dan teoritis yang dapat mendorong minat berinvestasi secara rasional dan bertanggung jawab berdasarkan informasi yang valid dan terpercaya.

3. *Self-Efficacy* (X_3)

Menurut Sabil (2023: 5) *self-efficacy* merupakan keyakinan diri yang mendorong munculnya rasa tanggung jawab dan memacu individu untuk mengambil tindakan. Dalam investasi, *self-efficacy* mencerminkan tingkat kepercayaan diri mahasiswa dalam memahami informasi investasi, mengambil keputusan secara mandiri, serta mengelola risiko, yang pada akhirnya berkonstribusi terhadap tumbuhnya minat untuk berinvestasi secara aktif dan bijak.

4. Minat Berinvestasi (Y)

Minat investasi adalah keinginan individu mengumpulkan dan memahami pengetahuan mengenai instrumen investasi guna mendukung pengambilan keputusan yang tepat dan rasional (Dika dkk., 2024: 28). Keputusan ini biasanya disertai dengan harapan mendapatkan keuntungan di masa depan. Minat ini tercermin dari keinginan individu

dalam mencari informasi terkait investasi, mengikuti kegiatan edukatif, dan kesiapan diri untuk melakukan investasi secara nyata sebagai bentuk pengambilan keputusan finansial yang sadar dan terarah.

F. Definisi Operasional Variabel

Menurut Hasbiah dkk., (2024: 74) definisi operasional variabel adalah pendefinisian variabel secara jelas dan terukur berdasarkan karakteristik, sehingga memudahkan pengukuran dan observasi terhadap suatu fenomena. Definisi operasional variabel bertujuan untuk membantu peneliti dalam pengumpulan data, membatasi ruang lingkup variabel, dan mempertahankan konsistensi serta keandalan dalam pengumpulan data. Berikut disajikan uraian mengenai definisi operasional variabel pada penelitian ini.

1. Media Sosial (X_1)

Media sosial adalah nilai yang diperoleh berdasarkan jawaban responden mengenai pemanfaatan penggunaan media sosial, dengan indikator yang mencakup frekuensi akses informasi, kepercayaan terhadap konten, dan pemanfaatan media sosial. Pengukuran indikator dalam penelitian ini diukur melalui skala interval menggunakan pendekatan *semantic differential*, serta kriteria ditetapkan pada skala 1 sampai 7, mencakup nilai dari sangat negatif hingga positif.

2. Edukasi Sekolah Pasar Modal (X_2)

Edukasi sekolah pasar modal didefinisikan sebagai skor yang diperoleh dari jawaban responden mengenai pengalaman mengikuti pelatihan pasar modal, dengan indikator pemahaman, pengetahuan, dan kemampuan. Pengukuran indikator dalam penelitian ini diukur melalui skala interval menggunakan pendekatan *semantic differential*, serta kriteria ditetapkan pada skala 1 sampai 7, mencakup nilai dari sangat negatif hingga positif.

3. *Self-Efficacy* (X_3)

Self-efficacy mengindikasikan skor yang diperoleh dari jawaban responden mengenai tingkat kepercayaan diri dengan indikator keyakinan, keteguhan, dan kemampuan beradaptasi dalam berbagai situasi. Pengukuran indikator dalam penelitian ini diukur melalui skala interval menggunakan pendekatan *semantic differential*, serta kriteria ditetapkan pada skala 1 sampai 7, mencakup nilai dari sangat negatif hingga positif.

4. Minat Berinvestasi (Y)

Minat berinvestasi mengindikasikan skor yang diperoleh dari jawaban responden mengenai minat berinvestasi dengan indikator meliputi ketertarikan, kesungguhan, dan keinginan. Pengukuran indikator dalam penelitian ini diukur melalui skala interval menggunakan pendekatan *semantic differential*, serta kriteria ditetapkan pada skala 1 sampai 7, mencakup nilai dari sangat negatif hingga positif.

Tabel 11. Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Indikator	Skala
1	Media Sosial (X_1)	1. Frekuensi akses informasi investasi di media sosial 2. Kepercayaan terhadap konten investasi di media sosial 3. Pemanfaatan media sosial sebagai sumber edukasi investasi (Rachmawati, 2021: 60)	Interval dengan pendekatan <i>semantic differensial</i>
2	Edukasi Sekolah Pasar Modal (X_2)	1. Pemahaman tentang pasar modal 2. Pengetahuan tentang pasar modal 3. Kemampuan dalam analisis investasi (Ismail, 2024: 43)	Interval dengan pendekatan <i>semantic differensial</i>

Tabel 11. Lanjutan

3	<i>Self-Efficacy</i> (X_3)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keyakinan diri dalam mengelola investasi 2. Keteguhan dalam menghadapi risiko investasi 3. Kemampuan beradaptasi dalam berbagai situasi investasi (Suciono, 2021: 14) 	Interval dengan pendekatan <i>semantic differensial</i>
4	Minat Berinvestasi (Y)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ketertarikan untuk mempelajari instrumen investasi 2. Kesungguhan dalam menganalisis informasi investasi 3. Keinginan untuk melakukan investasi (Dika dkk., 2024: 28) 	Interval dengan pendekatan <i>semantic differensial</i>

G. Teknik Pengumpulan Data

Beberapa teknik digunakan dalam proses pengumpulan data seperti berikut:

1. Kuesioner (Angket)

Kuesioner adalah prosedur pengumpulan data yang dilakukan dengan menyusun sejumlah pertanyaan maupun pernyataan yang diberikan kepada responden untuk diberikan jawaban (Sugiyono, 2023: 119). Pada penelitian ini, daftar pernyataan diberikan secara non-lisan melalui *Google Form* kepada responden untuk diisi secara *online*, sebagai alat untuk mengumpulkan data mengenai informasi terkait variabel yang diteliti.

Kuesioner digunakan sebagai teknik mengumpulkan data yang berisi pernyataan-pernyataan terkait dengan media sosial, edukasi sekolah pasar modal, *self-efficacy*, dan minat berinvestasi. Kuesioner disusun dengan menggunakan skala *semantic differential*, dengan skala likert yang digunakan yaitu 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7. Skor 1 menunjukkan tingkat ketidaksetujuan tertinggi (sangat tidak setuju), skor 2 berarti tidak setuju (TS), skor 3 berarti kurang setuju (KS), skor 4 menunjukkan Netral (N),

skor 5 berarti agak setuju (AS), skor 6 berarti setuju (S), dan skor 7 menunjukkan tingkat setuju tertinggi (sangat setuju) (Sugiyono, 2023:150). Skala *semantic differential* dipilih karena mampu mengukur sikap dan persepsi responden secara lebih rinci, sensitif, dan akurat terhadap variabel-variabel yang diteliti.

2. Observasi

Observasi merupakan pengamatan secara sistematis terhadap elemen-elemen yang terdapat pada gejala objek penelitian (Sugiyono, 2023: 203). Dalam teknik pengumpulan data, observasi menempati peran penting karena penerapannya tidak hanya pada manusia, namun juga pada objek-objek lain. Pada penelitian ini, observasi diterapkan untuk mengumpulkan data-data yang kredibel guna mendukung dan memperkuat hasil penelitian secara objektif.

3. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan menggunakan dokumen tertulis sebagai sumber infomasi seperti arsip, buku, arsip, majalah, foto, artikel, dan dokumen lainnya (Zafri & Hastuti, 2023: 66). Dokumentasi berperan sebagai pelengkap atau data pendukung yang memperkuat data primer yang diperoleh melalui kuesioner dan observasi. Dalam penelitian ini, dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data terkait proses penyebaran kuesioner serta data mengenai jumlah mahasiswa aktif, serta sebagai bagian dari informasi pendukung.

H. Uji Persyaratan Instrumen

Instrumen penelitian adalah sarana untuk mengumpulkan data dan mengukur variabel yang ada dalam penelitian (Sugiyono, 2023: 145). Untuk memastikan bahwa instrumen tersebut dapat memberikan hasil yang akurat dan dapat dipercaya, diperlukan pengujian terhadap validitas dan

reliabilitasnya. Tujuan dari pengujian ini adalah guna menilai tingkat ketepatan instrumen dalam mengukur variabel penelitian secara tepat dan konsisten. Melalui proses ini, kita dapat memastikan bahwa alat ukur yang diterapkan memiliki kualitas yang memadai serta layak untuk dijadikan dasar dalam pengambilan kesimpulan.

1. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengevaluasi sejauh mana instrumen dapat mengukur apa yang seharusnya diukur. Semakin tinggi tingkat validitas suatu instrumen, maka semakin tepat instrumen tersebut digunakan. Dalam uji validitas, rumus yang digunakan adalah *Pearson Product Moment Correlation*.

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

Keterangan:

r_{xy} : Hubungan variabel X dan Y

N : Total sampel penelitian

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

$\sum X$: Total skor distribusi X

$\sum Y$: Total skor distribusi Y

$\sum X^2$: Total masing-masing skor X

$\sum Y^2$: Total masing-masing skor Y

Kriteria untuk menguji validitas yaitu dengan membandingkan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $\alpha = 0,05$, maka instrumen pengukuran dapat dianggap valid. Namun, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka instrumen tersebut tidak valid dan derajat kebebasan (dk) dihitung berdasarkan jumlah sampel yang diteliti (Rusman, 2024: 23). Berikut adalah hasil uji coba instrumen yang dilaksanakan terhadap 30 responden di Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung yang telah mengikuti edukasi sekolah pasar modal.

a. Media Sosial (X₁)

Berdasarkan kriteria tersebut, pelaksanaan uji validitas instrumen dalam penelitian ini diketahui bahwa sebanyak 12 item pernyataan pada variabel media sosial (X₁) telah memenuhi kriteria validitas, hal ini ditunjukkan dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Di bawah ini merupakan tabel rekapitulasi hasil pengujian validitas instrumen variabel media sosial (X₁).

Tabel 12. Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Media Sosial (X₁)

Item	r _{hitung}	Kondisi	r _{tabel}	Signifikan	Simpulan
Butir 1	0,619	>	0,361	0,000	Valid
Butir 2	0,820	>	0,361	0,000	Valid
Butir 3	0,721	>	0,361	0,000	Valid
Butir 4	0,630	>	0,361	0,000	Valid
Butir 5	0,722	>	0,361	0,000	Valid
Butir 6	0,709	>	0,361	0,000	Valid
Butir 7	0,699	>	0,361	0,000	Valid
Butir 8	0,665	>	0,361	0,000	Valid
Butir 9	0,635	>	0,361	0,000	Valid
Butir 10	0,618	>	0,361	0,000	Valid
Butir 11	0,713	>	0,361	0,000	Valid
Butir 12	0,768	>	0,361	0,000	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2025)

b. Edukasi Sekolah Pasar Modal (X₂)

Berdasarkan kriteria tersebut, pelaksanaan uji validitas instrumen dalam penelitian ini diketahui banyak sebanyak 12 item pernyataan pada variabel edukasi sekolah pasar modal (X₂) kriteria validitas telah terpenuhi, hal ini ditunjukkan dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dibawah ini merupakan tabel rekapitulasi hasil pengujian validitas instrumen variabel edukasi sekolah pasar modal (X₂).

Tabel 13. Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Edukasi Sekolah Pasar Modal (X2)

Item	r _{hitung}	Kondisi	r _{tabel}	Signifikan	Simpulan
Butir 1	0,852	>	0,361	0,000	Valid
Butir 2	0,652	>	0,361	0,000	Valid
Butir 3	0,632	>	0,361	0,000	Valid
Butir 4	0,710	>	0,361	0,000	Valid
Butir 5	0,806	>	0,361	0,000	Valid
Butir 6	0,631	>	0,361	0,000	Valid
Butir 7	0,822	>	0,361	0,000	Valid
Butir 8	0,750	>	0,361	0,000	Valid
Butir 9	0,650	>	0,361	0,000	Valid
Butir 10	0,714	>	0,361	0,000	Valid
Butir 11	0,654	>	0,361	0,000	Valid
Butir 12	0,655	>	0,361	0,000	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2025)

c. *Self-Efficacy* (X₃)

Berdasarkan pada kriteria tersebut, pelaksanaan uji validitas instrumen dalam penelitian ini diketahui bahwa sebanyak 12 item pernyataan pada variabel *self-efficacy* (X₃) kriteria validitas telah terpenuhi, hal ini ditunjukkan dengan nilai r_{hitung}>r_{tabel}. Dibawah ini merupakan tabel rekapitulasi hasil pengujian validitas instrumen variabel *self-efficacy* (X₃).

Tabel 14. Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel *Self-Efficacy* (X₃)

Item	r _{hitung}	Kondisi	r _{tabel}	Signifikan	Simpulan
Butir 1	0,708	>	0,361	0,000	Valid
Butir 2	0,664	>	0,361	0,000	Valid
Butir 3	0,841	>	0,361	0,000	Valid
Butir 4	0,679	>	0,361	0,000	Valid
Butir 5	0,763	>	0,361	0,000	Valid
Butir 6	0,715	>	0,361	0,000	Valid
Butir 7	0,670	>	0,361	0,000	Valid
Butir 8	0,738	>	0,361	0,000	Valid
Butir 9	0,819	>	0,361	0,000	Valid
Butir 10	0,695	>	0,361	0,000	Valid
Butir 11	0,748	>	0,361	0,000	Valid
Butir 12	0,832	>	0,361	0,000	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2025)

d. Minat Berinvestasi (Y)

Berdasarkan pada ketentuan tersebut, pelaksanaan uji validitas instrumen dalam penelitian ini diketahui bahwa sebanyak 12 item pernyataan pada variabel minat berinvestasi (Y) kriteria validitas telah terpenuhi, hal ini ditunjukkan dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dibawah ini merupakan tabel rekapitulasi hasil pengujian validitas instrumen pada variabel minat berinvestasi (Y).

Tabel 15. Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Minat Berinvestasi (Y)

Item	r_{hitung}	Kondisi	r_{tabel}	Signifikan	Simpulan
Butir 1	0,784	>	0,361	0,000	Valid
Butir 2	0,827	>	0,361	0,000	Valid
Butir 3	0,651	>	0,361	0,000	Valid
Butir 4	0,759	>	0,361	0,000	Valid
Butir 5	0,763	>	0,361	0,000	Valid
Butir 6	0,644	>	0,361	0,000	Valid
Butir 7	0,783	>	0,361	0,000	Valid
Butir 8	0,751	>	0,361	0,000	Valid
Butir 9	0,619	>	0,361	0,000	Valid
Butir 10	0,602	>	0,361	0,000	Valid
Butir 11	0,729	>	0,361	0,000	Valid
Butir 12	0,849	>	0,361	0,000	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2025)

2. Uji Reliabilitas

Pengujian ini bertujuan mengukur sejauh mana instrumen mampu memberikan hasil yang konsisten jika diterapkan kembali saat waktu yang berbeda (Rusman, 2024: 28). Uji reliabilitas dilakukan dengan rumus *Alfa-Cronbach* sebagai berikut.

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

Keterangan :

R_{11} : Reliabilitas instrumen

K : Banyaknya butir pernyataan

- $\Sigma\sigma^2 b$: Jumlah varians skor setiap butir pernyataan
 $\sigma^2 t$: Varian total

Instrumen pengukuran dinyatakan reliabel apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$. Untuk memperoleh pemahaman yang lebih jelas mengenai nilai tersebut dapat diperoleh melalui tabel berikut:

Tabel 16. 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 (2024: 34)

Di bawah ini disajikan hasil analisis dari pengujian reliabilitas instrumen yang telah dilakukan pada setiap variabel dengan melibatkan 30 responden.

a. Media Sosial (X_1)

Pengujian reliabilitas untuk variabel media sosial (X_1) dilakukan dengan menggunakan metode *Alpha Cronbach*. Sampel yang digunakan berjumlah 30 responden, dan perhitungan didasarkan pada sampel uji coba sebanyak 12 item pernyataan yang telah terbukti valid. Berikut disajikan hasil perhitungan reliabilitas.

Tabel 17. Hasil Uji Reliabilitas Butir Pernyataan Variabel Media Sosial (X_1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,901	12

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2025)

Hasil pengujian reliabilitas pada variabel media sosial (X_1), memperoleh nilai $r\ Alpha$ sebesar 0,901. Sehingga instrumen tersebut mempunyai tingkat reliabilitas sangat tinggi.

b. Edukasi Sekolah Pasar Modal (X_2)

Pengujian reliabilitas pada variabel edukasi sekolah pasar modal (X_2) diukur dengan $\Alpha_{Cronbach}$. Serta jumlah sampel sebanyak 30 responden yang perhitungannya berdasarkan sampel uji coba sebanyak 12 item pernyataan yang telah terbukti valid. Berikut hasil perhitungan reliabilitas diperoleh.

Tabel 18. Hasil Uji Reliabilitas Butir Pernyataan Variabel Edukasi Sekolah Pasar Modal (X_2)

Reliability Statistics	
Cronbach's	N of Items
Alpha	
,911	12

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2025)

Hasil pengujian reliabilitas pada variabel edukasi sekolah pasar modal (X_2), diperoleh nilai $r\ Alpha$ sebesar 0,911. Dengan demikian, instrumen tersebut memiliki tingkat reliabilitas sangat tinggi.

c. Self-Efficacy (X_3)

Pengujian reliabilitas untuk variabel *self-efficacy* (X_3) dilakukan dengan menggunakan $\Alpha_{Cronbach}$. Sampel yang digunakan berjumlah 30 responden, dan perhitungan didasarkan pada sampel uji coba sebanyak 12 item pernyataan yang telah terbukti valid. Berikut hasil perhitungan reliabilitas diperoleh.

Tabel 19. Hasil Uji Reliabilitas Butir Pernyataan Variabel *Self-Efficacy* (X_3)

Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
,923	12

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2025)

Hasil pengujian reliabilitas pada variabel *self-efficacy* (X_3), diperoleh nilai *r Alpha* sebesar 0,923. Sehingga instrumen penelitian pada variabel *self-efficacy* (X_3) mempunyai tingkat reliabilitas sangat tinggi.

d. Minat Berinvestasi (Y)

Pengujian reliabilitas untuk variabel minat berinvestasi (Y) dilakukan menggunakan *Alpha Cronbach*. Sampel yang digunakan berjumlah 30 responden, dan perhitungan didasarkan pada sampel uji coba sebanyak 12 item pernyataan yang telah terbukti valid. Berikut hasil perhitungan reliabilitas diperoleh.

Tabel 20. Hasil Uji Reliabilitas Butir Pernyataan Variabel Minat Berinvestasi (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
,921	12

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2025)

Hasil pengujian reliabilitas pada variabel minat berinvestasi (Y) diperoleh nilai *r Alpha* sebesar 0,921. Sehingga instrumen pada variabel minat berinvestasi (Y) mempunyai tingkat reliabilitas yang sangat tinggi.

I. Uji Persyaratan Analisis Data

1. Uji Normalitas

Pengujian normalitas dilakukan untuk menilai data yang telah dikumpulkan dalam penelitian ini berupa distribusi normal (Rusman, 2024:8). Untuk analisis statistik parametrik, penting agar data terdistribusi normal. Dalam penelitian ini, uji *Kolmogorov-Smirnov* dipilih karena jumlah sampelnya lebih dari 50. Keunggulan dari uji ini adalah kesederhanaannya serta dapat mengurangi perbedaan interpretasi antar pengamat. Kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut:

- 1) H_0 ditolak apabila nilai $Sig. < 0,05$, sehingga sampel tidak berdistribusi normal.
- 2) H_1 diterima apabila nilai $Sig > 0,05$, sehingga sampel berdistribusi normal.

2. Uji Homogenitas

Pengujian homogenitas dilakukan untuk membantu mendukung keputusan uji statistik. Tujuan dari proses ini adalah untuk menentukan apakah dua ataupun lebih kelompok sampel yang digunakan dalam penelitian berasal dari populasi yang sebanding. Dalam penelitian ini, metode *Levene Statistic* digunakan untuk menguji kesamaan variansi antar kelompok sampel.

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

Keterangan :

- N : Total responden
- K : Jumlah kelompok
- Z_{ij} : $|Y_{ij} - Y_i|$
- Y_i : Rata-rata pada kelompok ke-i
- Z_i : Rata-rata pada kelompok ke Z_i
- $Z_{..}$: Rata-rata pada seluruh (*Overall Mean*) dari Z_{ij}

Berikut hipotesis untuk uji homogenitas dalam penelitian ini :

H_0 : data populasi ber varians homogen.

H_1 : data populasi tidak ber varians homogen.

Kriteria:

Data dianggap homogen jika nilai signifikansi (Sig.) yang diperoleh lebih besar dari $\alpha = 0,05$ (Rusman, 2024: 16).

J. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk memastikan bahwa model regresi linear tidak mengandung masalah yang dapat merusak validitasnya. Uji ini penting agar model regresi yang digunakan dapat dianggap valid dan dapat dijadikan dasar yang dapat dipercaya dalam menarik kesimpulan. Berikut disajikan uji asumsi klasik yang diterapkan dalam penelitian.

1. Uji Linearitas

Pengujian linearitas digunakan untuk menentukan apakah model regresi yang diterapkan bersifat linear atau non linear. Metode tabel ANOVA digunakan dalam penelitian ini. Berikut merupakan hipotesis yang diajukan:

H_0 : Model regresi bersifat linear.

H_1 : Model regresi bersifat non-linear.

Pada proses pengujian digunakan kriteria dari tabel Sig dengan $\alpha = 0,05$. H_0 diterima jika nilai Sig pada *Deviation from Linearity* lebih besar dari α . Namun, apabila Sig kurang dari atau sama dengan α , maka H_0 ditolak (Rusman, 2024: 114).

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi yang kuat atau sempurna antara variabel independen dalam

model regresi. Dalam analisis regresi, diharapkan tidak ada indikasi multikolinearitas antara variabel bebas. Metode *Tolerance* (TOL) dan *Variance Inflation Factor* (VIF) digunakan dalam penelitian untuk mengidentifikasi multikolinearitas. Berikut kriteria perhitungannya: jika nilai Tolerance lebih besar dari 0 dan nilai VIF kurang dari atau sama dengan 10, maka model regresi dianggap tidak mengindikasikan adanya masalah multikolinearitas (Rusman, 2024: 150).

3. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi diterapkan agar mendapatkan hasil apakah terdapat hubungan diantara data pengamatan yang satu dengan yang lainnya (Rusman, 2024: 153). Jika ada autokorelasi, varians dari estimasi tidak akan mencapai nilai minimum. Penelitian ini akan menggunakan metode *Durbin-Watson*.

$$DW = \frac{\sum(e - e_{t-1})^2}{\sum e_t^2}$$

Hipotesis:

H_0 : Tidak terjadi adanya autokoreasi.

H_1 : Terjadi adanya autokorelasi.

Pengambilan keputusan dilakukan berdasarkan kriteria bahwa asumsi tidak terjadinya autokorelasi jika nilai statistik *Durbin-Watson* yang diperoleh berada pada rentang antara d_U dan $(4 - d_U)$, serta k menunjukkan total variabel bebas dan n sebagai total sampel.

Tabel 21. Kriteria Pengujian Autokorelasi Metode Durbin-Watson

DW	Kesimpulan
$< d_L$	Ada otokorelasi (+)
$d_L - d_U$	Tanpa kesimpulan
$d_U - 4 - d_U$	Tidak ada otokorelasi
$4 - d_U$ dan $4 - d_L$	Tanpa kesimpulan
$> 4 - d_L$	Ada otokorelasi (-)

Sumber : Rusman (2024: 154)

4. Uji Heteroskedastisitas

Analisis uji heteroskedastisitas diterapkan guna mengetahui apakah varians residual yang dihitung bersifat homogen di seluruh pengamatan (Rusman, 2024: 161). Metode *Rank Spearman* digunakan untuk menguji heteroskedastisitas dalam penelitian ini.

Berikut hipotesis yang diajukan:

H_0 : Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara variabel independen dan nilai mutlak residual, yang berarti tidak ada gejala heteroskedastisitas.

H_1 : Terdapat hubungan yang signifikan antara variabel independen dan nilai mutlak residual, yang berarti ada gejala heteroskedastisitas.

Keputusan pengujian diambil berdasarkan nilai signifikansi (*1-tailed*). Jika nilai signifikansi $> \alpha = 0,05$, dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi bebas dari gejala heteroskedastisitas, sehingga H_0 diterima. Sebaliknya, saat nilai signifikansi $<$ atau $= \alpha$, maka H_0 ditolak.

K. Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis diterapkan melalui analisis regresi, yang berfungsi untuk memprediksi satu atau beberapa variabel. Berdasarkan jumlah variabel bebas yang digunakan, analisis regresi dibedakan menjadi dua jenis, yakni regresi linear sederhana dan regresi linear berganda. Regresi linear sederhana melibatkan satu variabel bebas dan satu variabel terikat, sedangkan regresi linear berganda melibatkan lebih dari satu variabel bebas dengan satu variabel terikat.

1. Analisis Regresi Linear Sederhana

Regresi linear sederhana digunakan untuk menguji adanya hubungan linier antara satu variabel bebas (X) dan satu variabel terikat (Y). Analisis

ini bertujuan untuk memperkirakan nilai variabel terikat berdasarkan variabel bebas, sekaligus menentukan arah hubungan keduanya, apakah bersifat positif atau negatif (Rusman, 2024: 46).

Adapun bentuk umum persamaan regresi linear sederhana adalah :

$$\hat{Y} = a + bX$$

Keterangan :

- \hat{Y} : Subjek dalam variabel terikat yang diprediksikan
- a : *Coefficient*
- b : Angka arah koefisien regresi
- X : Variabel X dengan nilai tertentu

$$t_{hitung} = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan :

- r^2 : Koefisien determinasi
- k : Total variable bebas
- n : Total anggota penelitian

Kriteria Pengujian:

- 1) Bila nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima, H_1 ditolak
 - 2) Bila nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak, H_1 diterima
- Nilai t_{tabel} dengan $dk = n - 2$

Keterangan :

- dk : Derajat kebebasan

2. Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda mengkaji hubungan linier antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependen (Y). Tujuan dari analisis ini adalah untuk memprediksi perubahan nilai variabel dependen berdasarkan perubahan pada variabel independen, serta untuk mengetahui apakah hubungan antara variabel-variabel tersebut bersifat positif atau negatif (Rusman, 2024: 55). Persamaan regresi linier berganda biasanya disusun dalam rumus seperti berikut:

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

Keterangan :

- Y : Variabel dependent
- a : Nilai konstanta Y jika X= 0
- b : *Coefficient* regresi
- X : Variabel independen

Selanjutnya, uji F diterapkan untuk menguji koefisien regresi secara bersama-sama, yang bertujuan agar memperoleh hasil pengaruh keseluruhan variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan. Berikut adalah persamaan yang digunakan dalam uji F ini.

$$F = \frac{\frac{JK(Reg)}{K}}{\frac{JK(S)}{n-k-1}}$$

Keterangan :

- JK (Reg) = $b_1 (\sum x_1 y) + b_2 (\sum x_2 y)$
- JK (S) = $\sum y^2 - JK(Reg)$

Keputusan pengujian hipotesis dilakukan dengan kriteria bahwa H_0 ditolak apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$, dengan derajat kebebasan pembilang = k dan derajat kebebasan penyebut = $n-k-1$, serta taraf Sig tertentu. Sebaliknya jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima.

V. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dan pengujian hipotesis terhadap mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung mengenai media sosial, edukasi sekolah pasar modal, dan *self-efficacy* terhadap minat berinvestasi dapat ditarik sebuah simpulan seperti berikut.

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan media sosial terhadap minat berinvestasi mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan edukasi sekolah pasar modal terhadap minat berinvestasi mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan *self-efficacy* terhadap minat berinvestasi mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung.
4. Terdapat pengaruh secara simultan antara media sosial, edukasi sekolah pasar modal, dan *self-efficacy* terhadap minat berinvestasi mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung.

B. Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian yang diperoleh mengenai media sosial, edukasi sekolah pasar modal, dan *self-efficacy* terhadap minat berinvestasi terhadap mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung maka berikut saran yang diberikan peneliti.

1. Pemanfaatan media sosial mempunyai pengaruh yang baik dalam meningkatkan minat berinvestasi mahasiswa. Oleh karena itu,

diharapkan sebaiknya mahasiswa lebih meningkatkan pemanfaatan media sosial untuk mengakses informasi mengenai investasi agar dapat memperoleh pengetahuan yang lebih luas.

2. Pelaksanaan edukasi sekolah pasar modal diharapkan agar lebih ditingkatkan lagi terutama dalam kegiatan praktik agar seluruh mahasiswa mendapatkan pengetahuan mengenai investasi secara lebih luas, sehingga mahasiswa memiliki bekal untuk terjun ke dunia investasi.
3. Keyakinan diri mahasiswa yang tinggi akan memberikan dorongan untuk berinvestasi. Oleh karena itu, penting bagi mahasiswa untuk terus mengembangkan *self-efficacy* melalui peningkatan literasi keuangan, pengalaman belajar, serta keterlibatan aktif dalam kegiatan yang mendorong untuk melakukan investasi di pasar modal.
4. Mahasiswa diharapkan terus menambah pengetahuan dan keterampilan yang berkaitan investasi, baik melalui literatur, pelatihan, maupun praktik langsung, sehingga minat berinvestasi dapat berkembang dan diikuti dengan kemampuan dalam mengambil keputusan yang tepat.

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR PUSTAKA

- Achjar, K. A. H., Primasari, D., Putra, R. W., Sartono, S., Rays, H. M. I., Febriani, A., Rais, R. D. A., Tanjung, D. S., Ghozali, Z., Andiyan, & Prastyadewi, M. I. 2024. *Buku Ajar Metodologi Penulisan Karya Ilmiah*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Adha, R., Tanjung, A. F., & S. 2023. Persepsi dan Keputusan Investasi Masa Depan pada Generasi Milenial dan Gen Z. *Al-mutharrahah. Jurnal Penelitian dan Kajian Sosial Keagamaan*, 20(2), 257–266.
- Adnyana, I. M. 2020. *Manajemen Investasi dan Portofolio*. Jakarta: Lembaga Penerbitan Universitas Nasional (LPU-UNAS).
- Agustari, N. L., Putri, T. D., Kamil, F. A., Febriyanti, F., & Jakarta, M. 2024. Efektivitas Pengembangan Pasar Modal dalam Menarik Minat Generasi Muda untuk Berinvestasi di Indonesia. *Argopuro: Administration, Government, and Public Relation Journal*, 1(1), 1–8.
- Aini, R. C. 2024. Pengaruh Edukasi Pasar Modal dan Ekspektasi Keuntungan terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 2(12), 1-14.
- Ajzen, I. 1991 The Theory of Planned Behaviour Organization Behavior and Human Decision Procces. *Elsevier*, 50(2), 179-211.
- Ajzen, I. 2020. The Theory of Planned Behavior: Frequently Asked Questions. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2(4), 314-324.
- Alam, P. M. N., Dwiarta, R., Fitri, T. H., Rizqah, M., & Nur, A. 2025. Pengaruh Media Sosial terhadap Minat Investasi di Kalangan Investor Muda. *Journal ANC*, 1(3), 277-294.
- Alam, W. Y., Pandian, A. P., Cindy, M. R., Billa, E. J. S., & Firmansyah, M. R. 2023. *Sosial Media dan Strategi Pemasaran*. Sumedang: Mega Press Nusantara.
- Alhazami, L., & Rahmawati, I. 2025. Self-Efficacy, Literasi Keuangan, Sosial dan Investasi Saham ESG. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(2), 132-138.

- Amanda, S. Y., Surur, M., & Alimbel, F. 2024. Strategi Digital Marketing terhadap Minat Investasi Generasi Z pada Investasi Emas Digital Bank Syariah Indonesia dengan Brand Image sebagai Mediasi. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 7(2), 643-655.
- Anas, M., Muchson, M., Sugiono, S., Subagyo, S., Forijati, R., & Yanti, N. E. 2021. Peningkatan Kompetensi Profesional Guru Ekonomi melalui Sekolah Pasar Modal. *JPMA-Jurnal Pengabdian Masyarakat As-Salam*, 1(2), 79-90.
- Arafah, Y., Gunawan, D., & Anggun, D. 2020. *Indeks LQ45 Sebelum dan Selama Pandemi Covid-19*. Sidempuan: PT Inovasi Pratama Internasional.
- Ardhana, V. Y. P., Sari, M. N., Kumoro, D. T., Hidayati, L., Prasetyo, Y. P. W., Sudarsono, Liantoni, F., Mulyodiputro, M. D., Haryadi, D., & Setiawan, D. 2025. *Strategi dan Teknologi Media Sosial*. Sumedang: Mega Press Nusantara.
- Arniati, A. 2022. Pengaruh Pelatihan Pasar Modal terhadap Minat Berinvestasi. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 5(1), 48-53.
- Aurora, T. (2016). *Manajemen Investasi dan Perilaku Keuangan*. Jambi: Salim Media Indonesia.
- Badan Pusat Statistik. 2025. *Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin, 2025*. Statistic Indonesia. <https://www.bps.go.id/id/statisticstable/3/wvc0mgeymxbkvfuxy25kee9hd dzkbtzkwkvkb1p6mdkjmywmaw/jumlah-penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin--ribu-jiwa-.html?year=2025>.
- Badan Pusat Statistik. 2025. *Jumlah penduduk menurut kelompok umur dan jenis kelamin*. Statistic Indonesia. <https://lampung.bps.go.id/id/statistics-table/2/ODA0IzI=/jumlah-penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin.html>.
- Bandura, A. 1997. *Self-Efficacy: The Exercise of Control*. New York: Freeman.
- Baron, R. A., & Byrne, D. 2019. *Psikologi Sosial: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Erlangga.
- Besri, A. A. O., Husni, T., & Rahim, R. 2023. Pengaruh Financial Literacy, Religiusitas, Investment Knowledge terhadap Pengambilan Keputusan Investasi melalui Investment Intention sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 5(4), 1350-1354.
- Bursa Efek Indonesia. 2025. *Aku Investor Saham*. BEI. <https://www.idx.co.id/id/investhub/aku-investor-saham>.

- Cahyo, H., Isnawati, N. N., & Muntahanah, S. 2024. Analisis Pengaruh Likuiditas Obligasi, Jatuh Tempo, dan Kupon Obligasi terhadap Harga Obligasi di Bursa Efek Indonesia (BEI). *Majalah Imiah Manajemen dan Bisnis*, 21(2), 194-204.
- Chen, L., Chen, S., Gao, T., & Zhao, W. 2025. Verifiable Content in Social Media Stock-Analysis Articles: the Long and Short of It. *Journal of Business Finance and Accounting*, 52(2), 991-1024.
- Chowdhury, E. K. 2024. Role of Stock Exchanges in Regional Economic Progress: A South Asia Perspective (MPRA Paper No. 123002). *Economic Policy*, 21(16), 1–33.
- Das, D., Shenoy, R., & Likitha, D. 2024. The Role of Fintech in Increasing Retail Participation in the Indian Stock Market. *Indian Scientific Journal Of Research In Engineering and Management*, 08(11), 1–7.
- Dayka, R. D. W. H., Winatha, I. K., Suroto, S., Rusman, T., Rizal, Y., & Nurdin, N. 2023. The Influence of Teaching Readiness, Perception of The Teaching Profession, and Family Environment on Interest in Becoming A Teacher. *Economic Education and Entrepreneurship Journal*, 6(1), 89-96.
- Dewi, P., Tamansari, N. M., & Santini, N. M. 2020. Pengaruh Edukasi Pasar Modal terhadap Persepsi Risiko dan Minat Berinvestasi Masyarakat. *KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi*, 12(1), 75–83.
- Diana, I. K. W., Winatha, I. K., & Suroto, S. 2022. Efikasi Diri, Lingkungan Keluarga dan Kebebasan dalam Bekerja dan Pengaruhnya terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa. *Jurnal Produktivitas: Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Pontianak*, 9(1), 17-23.
- Dika, R. P., Bella, S., & Apriyanti, N. 2024. *Investasi Saham Syariah*. Padang: CV Gita Lentera.
- Dwitayanti, Y., Robiani, B., Mukhlis, M., & Rohima, S. 2024. Determinan Investasi di Indonesia. *Jurnal Proaksi*, 11(1), 184–200.
- Efendi, R. A., & Hidayah, N. 2024. Pengaruh Pengetahuan Investasi, Pendapatan dan Personal Financial Needs terhadap Keputusan Investasi pada Pekerja Perempuan di Magelang. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 10(2), 255-267.
- Fattah, M. W. 2023. Pengaruh Kemajuan Teknologi Investasi, Sosial Media Edukasi Saham, dan Motivasi terhadap Minat Investasi di Pasar Modal Indonesia. *Journal of Economics and Business UBS*, 12(4), 2026–2042.

- Fortunatus, A. E., & Pamungkas, A. S. 2023. The Influence of Investment Motivation, Investment Knowledge, and Financial Literacy on Investment Interest. *International Journal of Application on Economics and Business*, 1(3), 1722–1731.
- Hadi, M. M., Mardani, R. M., & Saraswaty, E. 2023. Pengaruh Social Media Platform, Financial Literasi, dan Investment Motivation terhadap Minat Berinvestasi di Pasar Modal. *Jurnal Riset Manajemen*, 12(1), 641–651.
- Hakim, L. 2021. Penguatan Efikasi Diri pada Pribadi Introvert. *Jurnal Konseling Pendidikan Islam*, 2(1), 203-216.
- Hakim, L., Abriyoso, O., Lumbanraja, T., Sari, D. P., & Indrasari, A. 2024. *Arah Investasi Indonesia Tahun 2025*. Padang: Takaza Innovatix Labs.
- Halilsoy, T. 2024. The Importance of Self-Confidence. *Akademik Tarih ve Düşünce Dergisi*, 11(5), 2975–2989.
- Harahap, S. B., Bustami, Y., & Syukrawati, S. 2021. Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Minat Investasi Saham Syariah: Studi Kasus Galeri Investasi Syariah IAIN Kerinci. *Al Fiddhoh: Journal of Banking, Insurance, and Finance*, 2(2), 75-82.
- Haryono, D., Salsabila, V. A., Endaryanto, T., Affandi, M. I., & Firdasari, F. 2024. Structural Transformation of the Agricultural Sector and Influencing Factors in Sumatra Island. *International Journal of Environmental Engineering and Development*, 2(1), 195–202.
- Hasbiah, S., Anwar, A., & Hasdiansa, I. W. 2024. *Pengantar Metodologi Penelitian Bisnis*. Mataram: Seval Literindo Kreasi.
- Hasri, M. Y., Mitan, W., & Aurelia, P. N. 2024. Pengaruh Motivasi Investasi dan Pengetahuan Investasi terhadap Minat Investasi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Pasar Modal Melalui Galeri Investasi Universitas Nusa Nipa. *Jurnal Riset Manajemen dan Ekonomi (JRIME)*, 2(4), 59-70.
- Hidayat, A. A. I., & Suhaedi, W. 2024. Pengaruh Pengetahuan Investasi, Ekspektasi Return dan Pemahaman Kemajuan teknologi terhadap Minat Investasi Mahasiswa di Pasar Modal. *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi*, 4(3), 413-425.
- Hidayat, R., & Nainggolan, E. P. 2023. Determinan Minat Mahasiswa Berinvestasi di Pasar Modal. *Jurnal Ilmiah Global Education*, 4(4), 2000-2007.

- Hidayati, N. Y., & Destiana, R. 2023. The Influence of Attitude, Subjective Norms, Perceived Behavioral Control, and Financial Literacy on Investment Intention. *Return: Study of Management, Economic and Business*, 2(7), 718-728.
- Irmayani, N. W. D., Rusadi, N. W. P., Premayanti, K. P., & Pradana, P. A. 2022. Motivasi, Pengetahuan Investasi, Self Efficacy, dan Minat Investasi Selama Pandemi Covid-19. *E-Jurnal Akuntansi*, 32(10), 3176-3196.
- Ismail, A. 2024. *Mengenal Investasi di Pasar Modal: Melalui Sekolah Pasar Modal Bursa Efek Indonesia*. Kota Waringin Timur: Asadel Liamsindo Teknologi.
- Janah, R. N., Kanaya, Z. M., Sausan, D. W., Permatasari, I., Febrianti, F. C., & Sawitri, N. N. 2024. Pengaruh Pengetahuan Investasi dan Modal Minimum terhadap Minat Berinvestasi di Pasar Modal Melalui Financial Technology Pada Generasi Z di Kota dan Kabupaten Bekasi: Bahasa Indonesia. *IJESM Indonesian Journal of Economics and Strategic Management*, 2(4), 2915-2933.
- Jankowski, J., & Piotrowski, D. 2024. Social Media as A Source of Knowledge Used in Financial Market Investments. *E-Mentor*, 103(1), 86–96.
- Jayengsari, R., & Ramadhan, N. F. 2021. Pengaruh Pengetahuan Investasi dan Motivasi terhadap Minat Investasi di Pasar Modal Syariah pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Suryakancana Cianjur. *El-Ecosy: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, 01(02), 165-182.
- Jessica, N. P., Putri, A. W., & Ratnadi, N. M. D. 2023. Investment Knowledge, Self Efficacy, Expected Return, Perceived Risk dan Minat Mahasiswa Berinvestasi Saham. *E-Jurnal Akuntansi*, 33(8), 1972–1985.
- Jusman, J., & Lestari, T. 2024. Minat Investasi Mahasiswa di Pasar Modal yang Dideterminasi Oleh Pengetahuan Investasi, Manfaat Investasi dan Modal Minimal Investasi (Studi pada Mahasiswa STIE Pancasetia Banjarmasin). *Kindai*, 20(2), 185-197.
- Kaja, L. D., Angi, Y. F., & Tungga, C. 2023. Pengaruh Ekspektasi Return, Persepsi Risiko, dan Self Efficacy terhadap Minat Investasi Saham pada Mahasiswa Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusa Cendana. *Conference on Economic and Business Innovation*, 26(35), 1573–1585.
- Karimah, F. L., Nurdin, N., & Hestiningtyas, W. 2022. The Effect of Social Influence on Students' Purchase Decision at Marketplace of Shopee. *Journal of Economics Education and Entrepreneurship*, 3(1), 65-74.

- Khadijah, N., Mariah, & Khair, A. U. 2023. Pengaruh Pengetahuan, Pelatihan Pasar Modal, Modal Minimum, Return Saham terhadap Minat Berinvestasi Saham Mahasiswa ITB Nobel Indonesia di Pasar Modal. *Manuver: Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 1(1), 93–107.
- Khan, S., Mahmood, F., & Younas, S. 2024. Impact of Financial Knowledge and Investor's Personality Traits on Investment Intention: Role of Attitude and Financial Self-Efficacy. *FWU Journal of Social Sciences*, 8(1), 120–134.
- Khunainah, I., Idayanti, S., & Rahayu, K. 2024. *Pembuktian Kepemilikan Aset Investasi dengan Trading Kripto di Indonesia*. Pekalongan: Penerbit NEM.
- Klana, M., & Muttaqin, A. A. 2025. Factors Influencing Generation Z's Intention to Invest in the Capital Market. *Contemporary Studies in Economic, Finance and Banking*, 4(1), 66-80.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2016. *Handbook of Research of Effective Advertising Strategies in The Social Media Age*. Cambridge: IGI Global.
- Krische, S. D. 2019. Investment Experience, Financial Literacy, and Investment-Related Judgments. *Contemporary Accounting Research*, 36(3), 1634–1668.
- Kupastuntas.co. 2024. Investor Saham di Lampung Tumbuh 10 Kali Lipat dalam 5 Tahun, Generasi Muda Mendominasi. Kupastuntas.co. <https://kupastuntas.co/2024/11/11/investor-saham-di-lampung-tumbuh-10-kali-lipat-dalam-5-tahun-generasi-muda-mendominasi>.
- Kurniawan, D., Fahmi, A. S. R., Budiman, A., Mulyani, E. L., Paturochman, I. R., Kurniawati, A., & Badriatin, T. 2024. Membuka Akses Generasi Zenial dengan Meningkatkan Literasi dan Keterampilan Investasi Melalui Pembentukan Galeri Edukasi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara (JPMN)*, 4(2), 113-119.
- Kustandi, T. 2024. *Manajemen Investasi*. Yogyakarta: K-Media.
- Kusumawati, C. A., Sundoro, F. M., & Widyakto, A. 2022. The Title Written Using Uppercase Format Analysis of Factors Influencing Students' Interest in Investing in the Capital Market (Case Study on University of Semarang Students). *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 6(3), 2570–2576.
- Lestusen, I. M., Wutres, K., Tuarissa, R. N., Pinontoan, F. A., & Kahaela, F. 2023. Pentingnya Analisis Keungan dalam Pengambilan Keputusan Infestasi. *Indonesian Journal of Economy and Education Economy*, 1(2), 94-101.

- Listyani, T. T., Rois, M., & Prihati, S. 2019. Analisis Pengaruh Pengetahuan Investasi, Pelatihan Pasar Modal, Modal Investasi Minimal dan Persepsi Risiko terhadap Minat Investasi Mahasiswa di Pasar Modal (Studi Pada PT. Phintraco Sekuritas Branch Office Semarang). *Jurnal Aktual Akuntansi Keuangan Bisnis Terapan (Akunbisnis)*, 2(1), 49-70.
- Maemunah, S. 2022. Strategies for Enhancing Financial Literacy in Indonesia. *Journal of Economics and Business Letters*, 2(1), 13-15.
- Marfuah, M., & Dewati, A. A. 2021. Determinan Minat Mahasiswa Berinvestasi pada Pasar Modal. *Akurasi : Jurnal Studi Akuntansi dan Keuangan*, 4(1), 45–60.
- Marji, S. C. W., Hidayati, L., & Febiharsa, D. 2021. *Pasar Kerja Generasi-Z Bidang Vokasi*. Semarang: Cerdas Ulet Kreatif Publisher.
- Maulani, M. D., & Nur, D. I. 2023. Meningkatkan Pemahaman Perdagangan Berjangka Komoditi untuk Membangun Keterampilan Masyarakat dalam Berinvestasi. *KARYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 324-330.
- Maulinar, H., & Damau, U. O. 2025. Analisis Hard Skill, Soft Skill dan Self Efficacy pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Halu Oleo. *Jurnal HOMANIS: Halu Oleo Manajemen dan Bisnis*, 2(2), 419-438.
- Maydiantoro, A., Jaya, M. T. B. S., Hestiningtyas, W., & Rahmawati, R. 2021. Pendampingan UMKM Menuju Digitalisasi Marketing Upaya Kebangkitan di Era New Normal. *Jurnal Kreativitas Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM)*, 4(6), 1530-1539.
- Mendrofa, A. G., Wibowo, S., & Putra, D. D. 2024. Tantangan Utama Pasar Modal Indonesia: Analisis Permasalahan dan Upaya Penyelesaiannya. *Akuntansi*, 3(1), 233-243.
- Mulatsih, L. S., Tawil, M. R., Lianti, L., Wendy, W., & Ristati, R. 2023. Pengaruh Investmen Knowledge, Self Efficacy dan Perceived Risk terhadap Minat Mahasiswa Investasi Saham. *Edunomika*, 8(1), 1-10.
- Nafisah, L. Z., Mudhar, M., Nurvithasary, U., & Pattipeiluhu, T. V. 2025. Pengaruh Self Efficacy terhadap Pengelolaan Stress Akademik Mahasiswa. *LintekEdu: Jurnal Literasi dan Teknologi Pendidikan*, 6(2). 79-92.
- Nasution, S. A., Lasmi, A., Silalahi, P. R., & Nasution, A. 2022. Efektivitas Galeri Investasi Syariah Bursa Efek Indonesia (GIS BEI) UINSU Medan dalam Meningkatkan Literasi Pasar Modal. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam*, 4(3), 548–559.

- Negara, A. K., & Febrianto, H. G. 2020. Pengaruh Kemajuan Teknologi Informasi dan Pengetahuan Investasi terhadap Minat Investasi Generasi Milenial di Pasar Modal. *Business Management Journal*, 16(2), 81-95.
- Nufal, A. A., & Kuswinarno, M. 2024. Pengaruh Pelatihan dan Pengembangan Tentang Pasar Modal terhadap Minat Berinvestasi Masyarakat Indonesia. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 2(11), 1-12.
- Nurhayati, E. C., Trihudiyatmanto, M., Efendi, B., Purwanto, H., & Affandi, A. 2022. Corporate Social Responsibility: Pemoderasi Pengaruh Kebijakan Deviden terhadap Harga Saham. *Jamasy: Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Perbankan Syariah*, 2(3), 24-40.
- Nurkumalasari, R., & Yudiantoro, D. 2024. Pengaruh Literasi Keuangan, Pengendalian Diri, dan Media Sosial terhadap Minat Investasi Generasi Z di Desa Wajak Lor. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 7(3), 999-1014.
- Nurmawan, A., Putri, R. D., & Rupaidah, E. 2023. Analysis of Student Perceptions About Cryptocurrency Assets Viewed from Perceived Costs, Benefits and Risks. *Economic Education and Entrepreneurship Journal*, 6(1), 110-117.
- Nurmiati. 2024. *Manajemen Investasi*. Bandung: Widina Media Utama.
- OJK. 2023. *Buku Saku Pasar Modal*. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan.
- Otoritas Jasa Keuangan. 2022. *Statistik Bulanan Pasar Modal - Desember 2022*. OJK. <https://www.ojk.go.id/id/kanal/pasar-modal/data-dan-statistik/statistik-pasar-modal/Pages/Statistik-Bulanan-Pasar-Modal---Desember-2022.aspx>.
- Otoritas Jasa Keuangan. 2023. *Statistik bulanan pasar modal - Desember 2023*. OJK. <https://www.ojk.go.id/id/kanal/pasar-modal/data-dan-statistik/statistik-pasar-modal/Pages/Statistik-Bulanan-Pasar-Modal---Desember-2023.aspx>.
- Otoritas Jasa Keuangan. 2024. *Statistik bulanan pasar modal - Desember 2024*. OJK. <https://www.ojk.go.id/id/kanal/pasar-modal/data-dan-statistik/statistik-pasar-modal/Pages/Statistik-Bulanan-Pasar-Modal---Desember-2024.aspx>.
- Otoritas Jasa Keuangan. 2025. *Statistik bulanan pasar modal – Maret 2025*. OJK. <https://www.ojk.go.id/id/kanal/pasar-modal/data-dan-statistik/statistik-pasar-modal/Pages/Statistik-Bulanan-Pasar-Modal---Maret-2025.aspx>.

- Pangestu, A., & Bagana, B. D. 2022. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Investasi Generasi Milenial di Kota Semarang. *E-Bisnis : Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 15(2), 212–220.
- Pitriyani, A., Setiawan, R. A., & Liza, C. 2024. Pengaruh Pengetahuan Investasi dan Return Saham terhadap Minat Mahasiswa dalam Berinvestasi di Galeri Investasi Syariah. *El-Mal : Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam*, 5(6), 3648–3658.
- Pratiwi, W., Reswari, R. A., Utama, N. U., & Zalviwan, M. 2024. Investment Management and Capital Markets Training for Students State Vocational School 1 Pontianak Pelatihan Manajemen Investasi dan Pasar Modal bagi Siswa / i SMK Negeri 1 Pontianak. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(4), 1123–1128.
- Pritandhari, M., & Sandi, G. 2025. Strategi Pembelajaran Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan Berbasis Project-Based Learning dalam Meningkatkan Minat Berwirausaha. *Edu Society: Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 968–974.
- Priya, C. I., & Kesavraj, G. 2022. Social media A Key Pathway to Marketing Analytics. *Proceedings of the International Conference on Cognitive and Intelligent Computing: ICCIC 2021*, 1, 263–275.
- PT. Kustodian Sentral Efek Indonesia. 2025. *Statistik Publik Maret 2025*. KSEI. https://www.ksei.co.id/files/Statistik_Publik_Maret_2025.pdf.
- Putriani, D. T., Ahmad, A. W., & Rosita, I. 2025. Pengaruh Pengetahuan Investasi, Kemampuan Finansial dan Teknologi Media Sosial terhadap Minat Investasi Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa Akuntansi di Sumatera Barat). *Jurnal Ilmiah Raflesia Akuntansi*, 11(1), 288–298.
- Rachmadi, T. 2020. *Investasi Cerdas Kaum Milenial (Vol. 1)*. Surakarta: Tiga Ebook.
- Rachmawati, E. 2021. *Media Sosial dan Perilaku Investasi Generasi Z*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Rahmawati, F., Maulana, P., Rahmah, S. A., Amalia, D. U., & Sunarto 2021. Pilar-Pilar yang Mempengaruhi Perkembangan Ekonomi Kreatif di Indonesia. *Economic Education And Entrepreneurship Journal*, 4(2), 159–164.
- Rais, M., Khairi, H., & Hidayat, F. 2023. Pengaruh Teknologi Digital, Religiusitas, dan Sosial Media terhadap Keputusan Generasi Z Berinvestasi di Saham Syariah. *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis*, 6(2), 342–355.

- Ramdani, M., Pratiwi, S. E., Hairullah, M. T., Cahaya, T. P., & N. 2024. Evaluating Capital Market Education to Enhance Investment Interest and Financial Inclusion: A Mixed Methods Approach. *Ratio: Reviu Akuntansi Kontemporer Indonesia*, 5(1), 125–138.
- Raya, N. Z. M., Souisa, J., Fadillah, S., & Febriana, D. V. W. 2024. Pengaruh Literasi Keuangan, Perilaku Keuangan dan Toleransi Risiko terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa (pada Univervitas Semarang). *Jurnal Manajemen dan Bisnis Ekonomi*, 2(1), 19-38.
- Rifani, D., Soemitra, A., & Nurlaila, N. 2025. Pengaruh Literasi Keuangan, Edukasi Sekolah Pasar Modal, dan Gaya Hidup Generasi Z terhadap Minat Berinvestasi Saham Syariah. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Islam*, 13(1), 5–30.
- Rosyd, A., Purnamasari, A. I., & Ali, I. 2024. Penerapan Metode Long Short Term Memory (LSTM) dalam Memprediksi Harga Saham Pt Bank Central Asia. *JATI (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)*, 8(1), 501-506.
- Rozi, M. F., Susyanti, J., & Saraswati, E. 2022. The Ease of Investing in Indonesia's Capital Market Based on Improved Financial Literacy, Investment Community and Capital Market School. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 9(2), 54-62.
- Rufaidah, E., Ma'ruf, A., Pujiati, P., & BR, A. D. M. 2023. Minat Penggunaan E-Money di Masa Pandemi: Studi Kasus Mahasiswa Universitas Lampung. *Jurnal Bisnis dan Manajemen (JBM)*, 36-43.
- Rusman, T. 2024. *Statistik Inferensial & Aplikasi SPSS*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sabil, R. A. 2023. *Efikasi Diri Membangun Kesuksesan dalam Manajemen Perbankan*. Makassar: Nas Media Pustaka.
- Safii, M. A., Pratama, V. Y., & Devy, H. S. 2022. New Investor Iteration Program Sebagai Upaya Peningkatan Pengetahuan Investasi Pasar Modal Siswa Sma Negeri 2 Pemalang. *Jubaedah: Jurnal Pengabdian dan Edukasi Sekolah (Indonesian Journal of Community Services and School Education)*, 2(3), 310-318.
- Samadi, M. 2018. *Inspirasi Karier Kedua: Purnakarya Kreatif, Cerdas, dan Bijak Memaknai Hidup*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Sandi, G., & Pritandhari, M. 2025. Peran Media Sosial sebagai Sarana Pembelajaran Ekonomi : Peluang dan Tantangan. *Edu Society: Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 975–982.

- Sasikirono, N., Meidiaswati, H., Rachman, N. M., & Madyan, M. 2023. Financial Literacy, Financial Technology Literacy, and Capital Market Participation. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, 16(3). 613-625.
- Satoto, E. B., & Kosjoko, K. 2025. Peningkatan Kemampuan Analisis Fundamental Sebagai Dasar Investasi Bagi Aktivis IMM Jember. *JMM Jurnal Masyarakat Mandiri*, 9(1), 1106-1115.
- Schunk, D. H., & DiBenedetto, M. K. 2021. Self-efficacy and Human Motivation. *Elsevier*, 8, 153–179.
- Selasi, D. 2021. Peran Galeri Investasi terhadap Tumbuhnya Investor Saham pada Lingkungan Kampus. *Jurnal Studi Ilmu Keislaman*, 1(1), 208–239.
- Septia, L., & Nesneri, Y. 2024. Determinan Perilaku Pengelolaan Keuangan pada Generasi Z di Kota Pekanbaru. *Akuntansi dan Manajemen*, 19(2), 94-110.
- Setiawati, A. A., & Venusita, L. 2024. Pengaruh Media Sosial, Edukasi Pasar Modal dan Penggunaan Analisis Fundamental terhadap Keputusan Investasi di Pasar Modal Studi pada Masasiswa Investor Saham di Surabaya. *Jurnal Revenueu: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 5 (1), 1015–1025.
- Sharma, A., & Kumari, N. 2024. Examining the Factors Influencing Investment Decisions of Investors : Insights From a Review of. *International Journal of Creative Research Thoughts*, 12(4), 770–776.
- Silaban, H. B., Manurung, E. V., Amelia, R., Nadapdap, Y. E., & Lubis, P. K. D. 2024. Peran Intermediasi Pasar Modal dalam Meningkatkan Partisipasi Investor di Pasar Modal Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Ekonomi Kreatif*, 2(3), 18-30.
- Standlee, A. R. 2024. Social Media Analysis. *The Blackwell Encyclopedia of Sociology*, 10(1), 1–3.
- Subandi, S. P., & M. M. 2025. *Metode Penelitian: Sebuah Pengantar Ringan untuk Melakukan Penelitian*. Cirebon: Goresan Pena.
- Suciono, W. 2021. *Berpikir Kritis: Tinjauan Melalui Kemandirian Belajar, Kemampuan Akademik dan Efikasi Diri*. Indramayu: Adab.
- Sudimantoro, A. S., Afridah, N., Kharisma, A. S., & Mulyani, I. D. 2023. Pengaruh Efikasi Diri dan Literasi Keuangan terhadap Intensi Berwirausaha pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhamadi Setiabudi. *JECMER: Journal of Economic, Management and Entrepreneurship Research*, 1(3), 257-273.

- Sugianto, S., El Hakim, M. L., & Hana'an, D. S. S. 2024. Manajemen Risiko pada Investasi Bisnis Properti Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(1), 702-708.
- Sugiyono. 2023. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Suroto, S., Winatha, I. K., & Rahmawati, F. 2022. Strategi Peningkatan Self-Directed Learning melalui Pemahaman Literasi pada Online Learning. *Jurnal Pengabdian Sosial Indonesia*, 2(1), 22-27.
- Suryani, A. D., & Amanah, L. 2024. Pengaruh Platform Media Sosial, Pengetahuan Investasi, Persepsi Risiko, dan Return terhadap Minat Generasi Z Berinvestasi di Pasar Modal. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 13(3), 1–19.
- Tsaurai, K. 2018. What Are the Determinants of Stock Market Development in Emerging Markets. *Academy of Accounting and Financial Studies Journal*, 22(2), 1–11.
- Usman, N. A., Rahma, B., Syaifudin, A. M., & Muchran, M. 2022. Pengaruh Pelatihan Pasar Modal pada Minat Berinvestasi Mahasiswa Akuntansi Universitas Muhammadiyah Makassar. *IJMA (Indonesian Journal of Management and Accounting)*, 5(1), 434-440.
- Utami, O. W., Arrido, H. T., Pittor, R. C., & Abdilah, R. 2024. Hubungan Antara Dukungan Sosial dengan Self Efficacy Mahasiswa. *HUMANITIS: Jurnal Homaniora, Sosial dan Bisnis*, 2(8), 847-858.
- Utari, S. T., Ramashar, W., & Aristi, M. D. 2022. The Effect of Financial Literacy, Investment Motivation and Financial Behavior on Investment Interest. *International Journal of Trends in Accounting Research*, 3(2), 121-126.
- Visual Capitalist. 2025. *Ranked: Top Countries by Stock Market Ownership*. Visual Capitalist. <https://www.visualcapitalist.com/ranked-top-countries-by-stock-market-ownership>.
- Wahyuni, N. L. D. U. 2018. *Efikasi Diri dan Perilaku Inovasi*. Sidoarjo: Indomedia Pustaka.
- Wasito, B., Brastoro, B., & Birowo, S. 2022. “Yuk Nabung Saham” Antara Untung dan Buntung Deteksi Dini dengan ICHIMOKU. *Bakti Sekawan: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 154-149.

- Wicaksono, M. P., & Wafiroh, N. L. 2022. Analisis Pengaruh Literasi Keuangan dan Sosial Media Edukasi Saham terhadap Keputusan Investasi (Studi Kasus Pada Mahasiswa Kota Malang). *Jurnal Sosial Ekonomi dan Humaniora*, 8(2), 200–206.
- Widiyastuti, A., & Nashirudin, M. 2022. Faktor Penyebab Rendahnya Minat Mahasiswa untuk Berinvestasi. *Jurnal Justisia Ekonomika: Magister Hukum Ekonomi Syariah*, 6(1), 454–466.
- Wijayanti, K. 2024. Pengaruh Edukasi Pasar Modal, Pengetahuan Investasi, Kemudahan Teknologi, dan Gender terhadap Minat Investasi Saham. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 7(1), 149–162.
- Wirastiti, M., Widhyasa, A. A., & Yasin, M. 2024. Analisis Penyebab, Konsekuensi, dan Solusi Potret Investasi di Indonesia Pasca Reformasi. *Jurnal Riset Ekonomi dan Akuntansi*, 2(2), 212-223.
- Witakusuma, G. E., Kurniawan, P. S., & Sujana, E. 2018. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Perilaku Mahasiswa dalam Berinvestasi di Pasar Modal (Sebuah Tinjauan Empiris pada Investor Pemula) Universitas Pendidikan Ganesha. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*, 87–98.
- Wulandari, P., Susilawati, S., & Sutrisno, S. 2021. Studi Literatur: Faktor-Faktor yang Memengaruhi Breastfeeding Self Efficacy. *Malang Journal of Midwifery*, 3(2), 6-20.
- Wulan, M. N., Dalimunthe, N. P., Rusman, T., & Nurdin, N. 2023. Edukasi Financial Ilegal dalam Bentuk Pinjaman Online dan Investasi Online Berdasarkan Penilaian Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Pada Koperasi Kelompok Wanita Tani “Melati Jaya” Kelurahan Sukamenanti Baru Kecamatan Kedaton Kota Bandar Lampung. *BEGAWI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 55-58.
- Zafri, & Hastuti, H. 2023. *Metode Penelitian Pendidikan*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada (Rajawali Pers).