

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN, *SOCIAL MEDIA INFLUENCER* DAN
PERSEPSI KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT INVESTASI DI PASAR MODAL
PADA KALANGAN GENERASI-Z**
(Studi Pada Mahasiswa di Kabupaten Kuningan)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi Sebagian dari
Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen

Oleh :

FACHRI FAZRINSYAH

20200510085



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KUNINGAN
2024**

LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN, *SOCIAL MEDIA INFLUENCER* DAN
PERSEPSI KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT INVESTASI DI PASAR MODAL
PADA KALANGAN GENERASI-Z
(Studi Pada Mahasiswa di Kabupaten Kuningan)**

Oleh

FACHRI FAZRINSYAH
20200510085

Telah berhasil mempertahankan skripsinya pada tanggal 15 Juni 2024 dihadapan Dewan Penguji. Skripsi ini disahkan sebagai bagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.

Susunan Dewan Penguji

Penguji I,

Penguji II,

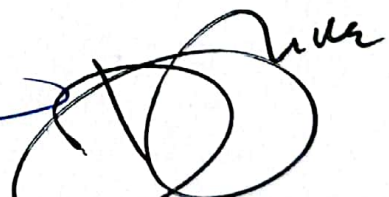
Penguji III,



Dr. H. Ayus A. Yusuf, S.E., M.Si
NIP. 197108012000031002



Dr. H. Dikdik Harjadi, S.E., M. Si
NIK. 41038971055



Dr. Dede Djuniardi, S.E., M.M
NIK. 41038031154

LEMBAR PERSETUJUAN TIM PEMBIMBING

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN, *SOCIAL MEDIA INFLUENCER* DAN
PERSEPSI KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT INVESTASI DI PASAR MODAL
PADA KALANGAN GENERASI-Z
(Studi Pada Mahasiswa di Kabupaten Kuningan)**

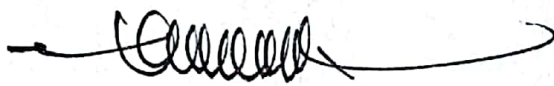
DISETUJUI OLEH PEMBIMBING

Kuningan, Juli 2024

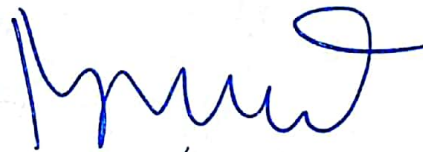
Disetujui Oleh :

Pembimbing I,

Pembimbing II,



Dr. H. Dikdik Harjadi, S.E., M.Si
NIK. 41038971055

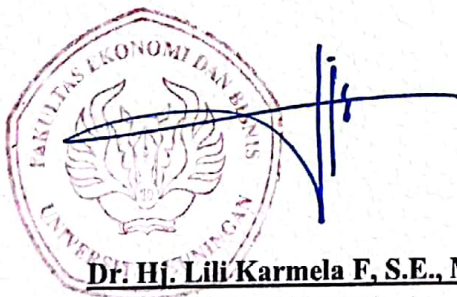


Dr. Munir Nur Komarudin, S.Pd., M.M.
NIK. 410103880119

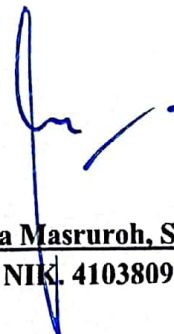
Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Kepala Program Studi Manajemen



Dr. Hj. Lili Karmela F, S.E., M.Si.
NIK. 41038971054



Dr. Rina Masruroh, S.E., ME., Sy.
NIK. 41038091296

PERNYATAAN OTENTISITAS

Bismillahirrahmaanirrahim,

Saya yang bertanda tangah dibawah ini, Nama **FACHRI FAZRINSYAH**, Nomor Induk Mahasiswa **20200510085** menyatakan bahwa skripsi dengan judul “PENGARUH LITERASI KEUANGAN, *SOCIAL MEDIA INFLUENCER* DAN PERSEPSI KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT INVESTASI DI PASAR MODAL PADA KALANGAN GENERASI Z (Studi Pada Mahasiswa di Kabupaten Kuningan)” Beserta isinya adalah benar karya sendiri, bukan merupakan hasil jiplakan atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko atau sanksi apapun yang dijatuhkan kepada saya sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan atau ada klaim terhadap keaslian karya ini

Kuningan, Juli 2024

Yang membuat pernyataan



FACHRI FAZRINSYAH

NIM. 20200510085

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

"Inspirasi yang Menuntun, Pengetahuan yang Mencerahkan dan sebuah Perjalanan yang Membanggakan."

PERSEMBAHAN

Segala perjuangan saya hingga berada di titik ini saya persembahkan kepada :

1. Bapak Saya Tercinta, terimakasih selalu berjuang untuk kehidupan saya, beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai bangku perkuliahan, Namun beliau mampu mendidik saya, memotivasi dan memberikan dukungan hingga saya mampu berada di titik ini.
2. Mamah Saya Tersayang, Yang tidak henti-hentinya memberikan kasih sayang dengan penuh cinta dan selalu memberikan motivasi serta doa hingga saya mampu berada di titik ini.
3. Adik Saya Terkasih, Engkau adalah sumber inspirasi yang tiada tara bagiku. Dengan cemerlangnya semangat dan kecerdasanmu, engkau telah membuka jalan bagiku untuk mengejar impian-impianku. Terima kasih untuk semua dukunganmu, doa-doa, dan senyum-senyummu yang tak pernah pudar.

ABSTRAK

FACHRI FAZRINSYAH (2024). “Pengaruh Literasi Keuangan, Social Media Influncer dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Minat Investasi di Pasar Modal Pada Kalangan Generasi-Z (Studi Pada Mahasiswa di Kabupaten Kuningan)”. Dibimbing oleh Dr. H. Dikdik Harjadi, S.E., M.Si dan Dr. Munir Nur Komarudin, S.Pd., M.M. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Kuningan. 2024.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis : (1) Pengaruh literasi keuangan terhadap minat investasi, (2) Pengaruh *social media influencer* terhadap minat investasi, (3) Pengaruh persepsi kepercayaan terhadap minat investasi. Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa generasi z yang sedang menempuh studi di Kab. Kuningan dengan jumlah sampel sebanyak 390 responden. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan pengukuran yang digunakan adalah skala interval. Analisis data yang digunakan yaitu Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Linear Berganda dan Pengujian Hipotesis dengan menggunakan program *SPSS For Windows 22.0*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan variabel literasi keuangan, *social media influencer* dan persepsi kepercayaan secara bersama-sama berpengaruh positif signifikan terhadap minat investasi di pasar modal pada kalangan generasi z. serta secara parsial variabel literasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap minat investasi . *social media influencer* berpengaruh positif signifikan dan persepsi kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat investasi di pasar modal pada kalangan generasi z.

Kata Kunci : Literasi Keuangan, Social Media Influencer, Persepsi Kepercayaan dan Minat Investasi

ABSTRACT

FACHRI FAZRINSYAH (2024). "The Influence of Financial Literacy, Social Media Influencers and Perceptions of Trust on Investment Interest in the Capital Market Among Generation-Z (Study of Students in Kuningan Regency)". Supervised by Dr. H. Dikdik Harjadi, S.E., M.Si and Dr. Munir Nur Komarudin, S.Pd., M.M. Management Study Program, Faculty of Economics, Kuningan University. 2024.

This research aims to determine and analyze: (1) The influence of financial literacy on investment interest, (2) The influence of social media influencers on investment interest, (3) The influence of perceived trust on investment interest. This research was conducted on generation z students who are studying in Kab. Kuningan with a total sample of 390 respondents. The research method used is a descriptive and verification method with a quantitative approach. The data collection technique uses a questionnaire and the measurement used is an interval scale. The data analysis used was Instrument Test, Classical Assumption Test, Multiple Linear Regression Analysis and Hypothesis Testing using the SPSS For Windows 22.0 program. The research results show that simultaneously the variables financial literacy, social media influencers and perceptions of trust together have a significant positive effect on investment interest in the capital market among generation z. and partially the financial literacy variable has a significant positive effect on investment interest. social media influencers have a significant positive effect and perceived trust has a significant positive effect on investment interest in the capital market among generation z.

Keywords : Financial Literacy, Social Media Influencers, Perception of Trust and Investment Interest

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah serta kekuatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Tidak lupa penulis ucapkan terimakasih kepada dosen pembimbing yang telah memberikan kesempatan dan bimbingan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dalam skripsi ini penulis membahas mengenai **“Pengaruh Literasi Keuangan, *Social Media Influencer* dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Minat Investasi di Pasar Modal Pada Kalangan Generasi-Z (Studi Pada Mahasiswa di Kabupaten Kuningan)”**.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu kritik dan saran yang sifatnya membangun dari berbagai pihak sangat penulis harapkan demi perbaikan perbaikan untuk kedepannya.

Kuningan, Juli 2024

Fachri Fazrinsyah
20200510085

UCAPAN TERIMA KASIH

Allhamdulillahirabilalamiin, puji serta syukur penulis panjatkan kehadirat illahi Rabbi karena berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “PENGARUH LITERASI KEUANGAN, *SOCIAL MEDIA INFLUENCER* DAN PERSEPSI KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT INVESTASI DI PASAR MODAL PADA KALANGAN GENERASI-Z (Studi Pada Mahasiswa di Kabupaten Kuningan)”.

Dalam penyusunan skripsi penulis banyak menghadapi kesulitan dan hambatan, namun berkat bantuan, arahan dan bimbingan serta saran-saran dari berbagai pihak, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada yang terhormat :

1. Kepada kedua orangtua tercinta dan keluarga yang selalu memberikan motivasi dan semangat.
2. Bapak Dr. H. Dikdik Harjadi, S.E., M.Si selaku Pembimbing I yang telah memberikan banyak bantuan dan bimbingan dalam skripsi ini.
3. Bapak Dr. Munir Nur Komarudin, S.Pd., M.M. selaku Pembimbing II yang telah memberikan banyak bantuan dan bimbingan dalam skripsi ini.
4. Bapak Dr. H. Dikdik Harjadi, S.E., M.Si selaku Rektor Universitas Kuningan.
5. Ibu Dr. Lili Karmela Fitriani, S.E., M.Si selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
6. Ibu Dr. Rina Maruroh, S.E., ME., Sy., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Kuningan.
7. Bapak Dr. Dadang Suhardi, S.E., M.M Selaku Dosen Pembimbing Akademik.
8. Bapak/Ibu Dosen serta seluruh Staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
9. Bapak/Ibu Staf Tata Usaha Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.

10. Seluruh Keluarga Besarku yang selalu memberikan dukungan, motivasi dan doa serta semangat kepada peneliti selama ini.
11. Bapak/Ibu serta Mahasiswa dari Universitas Kuningan yang telah membantu dalam proses terselesainya skripsi ini.
12. Bapak/Ibu serta Mahasiswa dari STIQ Al-Mutazam yang telah membantu dalam proses terselesainya skripsi ini.
13. Bapak/Ibu serta Mahasiswa dari Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Kuningan yang telah membantu dalam proses terselesainya skripsi ini.
14. Bapak/Ibu serta Mahasiswa dari Sekolah Tinggi Ilmu Syariah Husnul Khotimah yang telah membantu dalam proses terselesainya skripsi ini.
15. Bapak/Ibu serta Mahasiswa dari Universitas Islam Al-Ihya Kuningan yang telah membantu dalam proses terselesainya skripsi ini.
16. Bapak/Ibu serta Mahasiswa dari STIKES Muhammadiyah Kuningan yang telah membantu dalam proses terselesainya skripsi ini.
17. Bapak/Ibu serta Mahasiswa dari STKIP Muhammadiyah Kuningan yang telah membantu dalam proses terselesainya skripsi ini.
18. Bapak/Ibu serta Mahasiswa dari Sekolah Tinggi Agama Islam Kuningan yang telah membantu dalam proses terselesainya skripsi ini.
19. Bapak/Ibu serta Mahasiswa dari Politeknik Kesehatan KMC Kuningan yang telah membantu dalam proses terselesainya skripsi ini.
20. Nur Wulan Octaviani yang selalu memberikan dukungan dan motivasi kepada peneliti selama ini.
21. Rekan-rekan seperjuangan, Abi Zidani Irawan, Adi Ilham Fauzan, Aldi Pratama, Azima Musdalifah, Azis Putra Sukardi, Ega Prayoga, Fian Apriananda, Ibnu Farroz, Nur Iswandi, Rafi Nur Iman, Reza Fauzan, Ridwan Fauzan, Rizki Sinar, Salsa Billy.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PERSETUJUAN	
PERNYATAAN OTENTISITAS	
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
UCAPAN TERIMAKASIH.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA BERPIKIR DAN	
HIPOTESIS	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Minat Investasi	9
2.1.1.1 Pengertian Minat Investasi.....	9
2.1.1.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Investasi.....	11
2.1.1.3 Jenis-Jenis Investasi	12
2.1.1.4 Manfaat Minat Investasi.....	12
2.1.1.5 Dimensi Minat Investasi	13
2.1.1.6 Indikator Minat Investasi	13
2.1.2 Literasi Keuangan	14
2.1.2.1 Pengertian Literasi Keuangan	14
2.1.2.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Literasi Keuangan	16

2.1.2.3	Aspek-Aspek Literasi Keuangan.....	17
2.1.2.4	Manfaat Literasi Keuangan.....	18
2.1.2.5	Dimensi Literasi Keuangan.....	19
2.1.2.6	Indikator Literasi Keuangan.....	20
2.1.3	<i>Social Media Influencer</i>	21
2.1.3.1	Pengertian <i>Social Media Influencer</i>	21
2.1.3.2	Faktor-Faktor <i>Social Media Influencer</i>	22
2.1.3.3	Aspek-Aspek <i>Social Media Influencer</i>	23
2.1.3.4	Jenis-Jenis <i>Social Media Influencer</i>	24
2.1.3.5	Manfaat <i>Social Media Influencer</i>	24
2.1.3.6	Dimensi <i>Social Media Influencer</i>	25
2.1.3.7	Indikator <i>Social Media Influencer</i>	25
2.1.4	Persepsi Kepercayaan.....	26
2.1.4.1	Pengertian Persepsi Kepercayaan.....	26
2.1.4.2	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Kepercayaan ...	28
2.1.4.3	Jenis-Jenis Persepsi Kepercayaan.....	29
2.1.4.4	Unsur-Unsur Persepsi Kepercayaan Persepsi Kepercayaan ...	29
2.1.4.5	Manfaat Persepsi Kepercayaan.....	30
2.1.4.6	Dimensi Persepsi Kepercayaan.....	30
2.1.4.7	Indikator Persepsi Kepercayaan.....	31
2.2	Hubungan Antar Variabel.....	32
2.2.1	Hubungan Literasi Keuangan, <i>Social Media Influencer</i> dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Minat Investasi.....	32
2.2.2	Hubungan Literasi Keuangan Terhadap Minat Investasi.....	33
2.2.3	Hubungan <i>Social Media Influencer</i> Terhadap Minat Investasi.....	34
2.2.4	Hubungan Persepsi Kepercayaan Terhadap Minat Investasi.....	35
2.3	Penelitian Terdahulu.....	36
2.4	Kerangka Berpikir.....	41
2.5	Hipotesis.....	43
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		44
3.1	Metode Penelitian Yang Digunakan.....	44

3.2 Operasional Variabel	45
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	47
3.3.1 Populasi	47
3.3.2 Sampel.....	48
3.4 Jenis dan Sumber Data	49
3.4.1 Jenis Data	49
3.4.2 Sumber Data.....	50
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	50
3.6 Uji Instrumen	51
3.6.1 Uji Validitas	51
3.6.2 Uji Reliabilitas	55
3.7 Teknik Uji Analisis	56
3.7.1 Analisis Deskriptif	56
3.7.2 Analisis Verivikatif	58
3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....	59
3.7.3.1 Uji Normalitas.....	59
3.7.3.2 Uji Multikolinearitas	59
3.7.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	60
3.7.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	60
3.7.5 Koefisien Determinasi (R^2).....	61
3.7.6 Pengujian Hipotesis.....	61
3.7.6.1 Uji F Simultan (Uji Simultan).....	61
3.7.6.2 Uji T (Uji Parsial)	63
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	64
4.1 Hasil Penelitian	64
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	64
4.1.1.1 Pasar Modal.....	64
4.1.2 Karakteristik Responden	65
4.1.3 Hasil Analisis Data.....	67
4.1.3.1 Analisis Deskripsi	67
4.1.3.2 Skor Kriteria Variabel.....	68

4.1.4 Uji Asumsi Klasik.....	76
4.1.4.1 Uji Normalitas.....	76
4.1.4.2 Multikolinearitas.....	77
4.1.4.3 Heteroskedastisitas.....	77
4.1.4.4 Uji Regresi Linear Berganda.....	78
4.1.4.5 Uji Koefisien Determinasi R ²	80
4.1.5 Uji Hipotesis.....	80
4.1.5.1 Uji Simultan (Uji F).....	80
4.1.5.2 Uji Parsial (Uji T).....	81
4.2 Pembahasan.....	83
4.2.1 Pengaruh Literasi Keuangan, <i>Social Media Influencer</i> Dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal Pada Kalangan Generasi Z.....	83
4.2.2 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal Pada Kalangan Generasi Z.....	86
4.2.3 Pengaruh <i>Social Media Influencer</i> Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal Pada Kalangan Generasi Z.....	89
4.2.4 Pengaruh Persepsi Kepercayaan Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal Pada Kalangan Generasi Z.....	91
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	94
5.1 Kesimpulan.....	94
5.2 Saran.....	95
DAFTAR PUSTAKA.....	97
LAMPIRAN.....	100

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pra Survey Pada Mahasiswa di Kabupaten Kuningan.....	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	36
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	46
Tabel 3.2 Jumlah Mahasiswa di Kuningan	47
Tabel 3.3 Penentuan Sampel Penelitian	49
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Literasi Keuangan (X1)	52
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas <i>Social Media Influencer</i> (X2)	53
Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas Persepsi Kepercayaan (X3)	54
Tabel 3.7 Hasil Uji Validitas Minat Investasi (Y)	54
Tabel 3.8 Hasil Perhitungan Uji Reliabilitas	55
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	65
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	66
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Domisili.....	66
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Perguruan Tinggi.....	66
Tabel 4.5 Responden Pengalaman Berinvestasi di Pasar Modal	67
Tabel 4.6 Analisis Deskripsi	68
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas	76
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas	77
Tabel 4.9 Hasil Uji Heteroskedastisitas	78
Tabel 4.10 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	79
Tabel 4.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi X1, X2 & X3 → Y	80
Tabel 4.12 Hasil Uji Parsial (Uji F)	81
Tabel 4.13 Hasil Uji Parsial (Uji T)	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertumbuhan Investor	2
Gambar 2.1 Paradigma Penelitian.....	43
Gambar 3.1 Skala Interval.....	