

ANALISIS PENGARUH DARI PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL, PEMAHAMAN INVESTASI DAN HUBUNGAN PERTEMANAN TERHADAP MINAT GENERASI MILLENIAL DALAM BERINVESTASI DI PASAR MODAL

Nesti Istichomah
182010200455

Pendahuluan

Latar Belakang

Munculnya fenomena dari The Harris Poll tahun 2018, bahwa 92% dari millennial sudah suka menabung. Bahkan satu per tiga di antaranya sudah melakukan investasi di luar rencana pensiun yang akan disiapkan. 70% dari millennial sudah mengetahui cara berinvestasi. The Indonesia Capital Market Institute (TICMI) menemukan hal yang lebih mengejutkan lagi, 61,76% dari 168 responden millennial telah menerapkan pengelolaan keuangan dengan investasi.

Variabel Penelitian

- Penggunaan Media Sosial (X1)
- Pemahaman Investasi (X2)
- Hubungan Pertemanan (X3)
- Minat Generasi Millennial dalam Berinvestasi (Y)

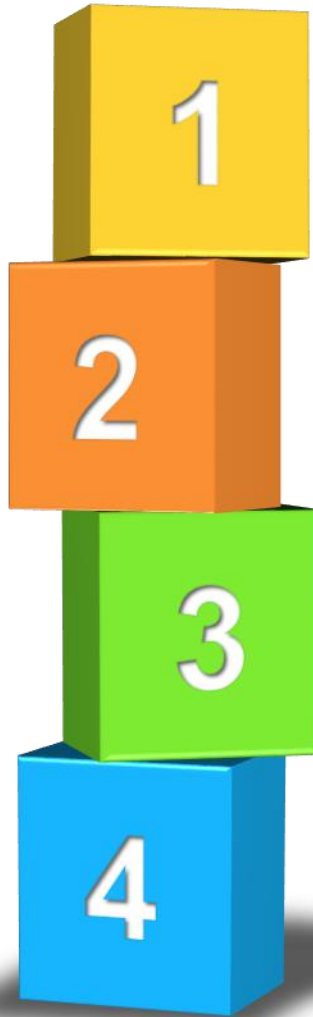
Research Gap

- Fenomena
- Penelitian Terdahulu
- Perbedaan Alat Uji

Hasil penelitian dari (Rosma Suci Fatiah, 2020) yang berjudul "Pengaruh Pengetahuan, Motivasi, Ekspektasi Minat Generasi Millennial Dalam Berinvestasi di Pasar Modal Syariah"

Hasil penelitian dari (Widianto, 2021) yang berjudul "Pengaruh Pengetahuan Investasi dan Modal Minimal Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi di Pasa Modal Syariah"

RUMUSAN MASALAH



→ Apakah terdapat pengaruh dari penggunaan media sosial terhadap minat generasi milenial dalam berinvestasi di pasar modal?

→ Apakah terdapat pengaruh dari pemahaman investasi terhadap minat generasi milenial dalam berinvestasi di pasar modal?

→ Apakah terdapat pengaruh dari hubungan pertemanan terhadap minat generasi milenial dalam berinvestasi di pasar modal?

→ Apakah terdapat pengaruh dari penggunaan media sosial, pemahaman investasi dan hubungan pertemanan terhadap minat generasi milenial dalam berinvestasi di pasar modal?

Kajian Teori

Penilaian dan pertimbangan calon investor muncul karena adanya kesadaran untuk bertindak. Sikap maupun pandangan seorang investor terhadap trading saham bisa menjadi lebih kuat pada saat ia membuat keputusan untuk mencapai tingkat stabilitas finansial tertentu.

Media sosial adalah sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0 dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran user generated content. (Kaplan dan Heanlien, 2010)

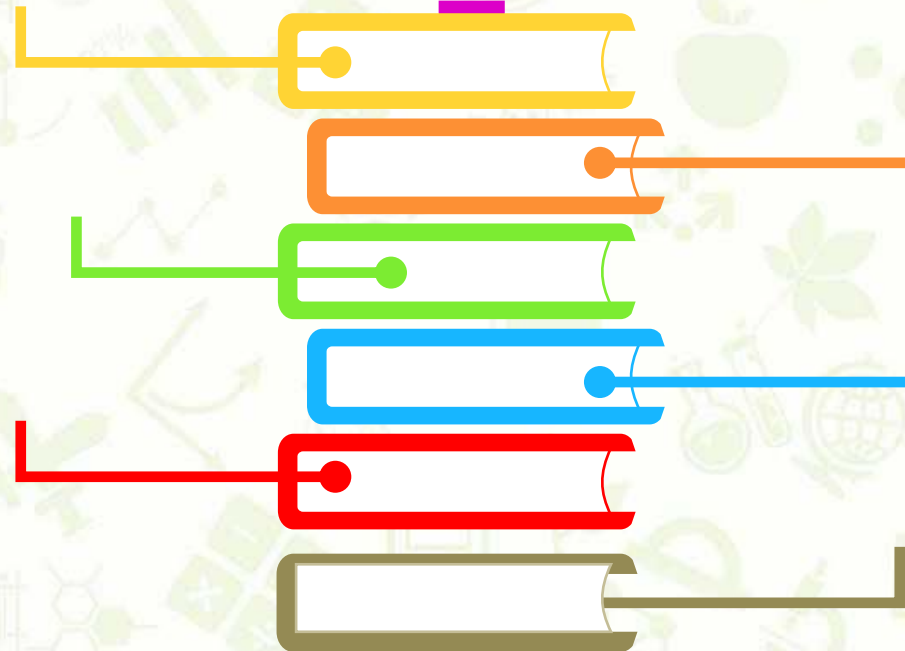
Menurut Wibowo, et al (2018) pengetahuan investasi adalah suatu informasi mengenai bagaimana cara menggunakan sebagian dana atau sumberdaya yang dimiliki untuk mendapatkan keuntungan di masa yang akan datang

Theory of Planned Behavior yang menjelaskan manusia cenderung bertindak sesuai dengan intensi dan persepsi pengendalian melalui perilaku tertentu, dimana intensi dipengaruhi oleh tingkah laku, norma subjektif serta pengendalian perilaku.

Media social menurut McGraw Hill Dictionary adalah sarana yang digunakan oleh orang-orang untuk berinteraksi satu sama lain dengan cara menciptakan, berbagi serta bertukar informasi dan gagasan dalam sebuah jaringan dan komunitas virtual.

Pengetahuan adalah kesan di dalam pikiran manusia sebagai hasil penggunaan panca inderanya. Yang berbeda sekali dengan kepercayaan (*believes*), takhayuk (*supercition*) dan penerangan penerangan yang keliru. (Soekanto, 1003:8)

Menurut Hays (dalam Damir, 2007) menyatakan pertemanan adalah saling ketergantungan sukarela antara dua orang dari waktu ke waktu, bervariasi, keakraban, kasih sayang dan saling membantu.



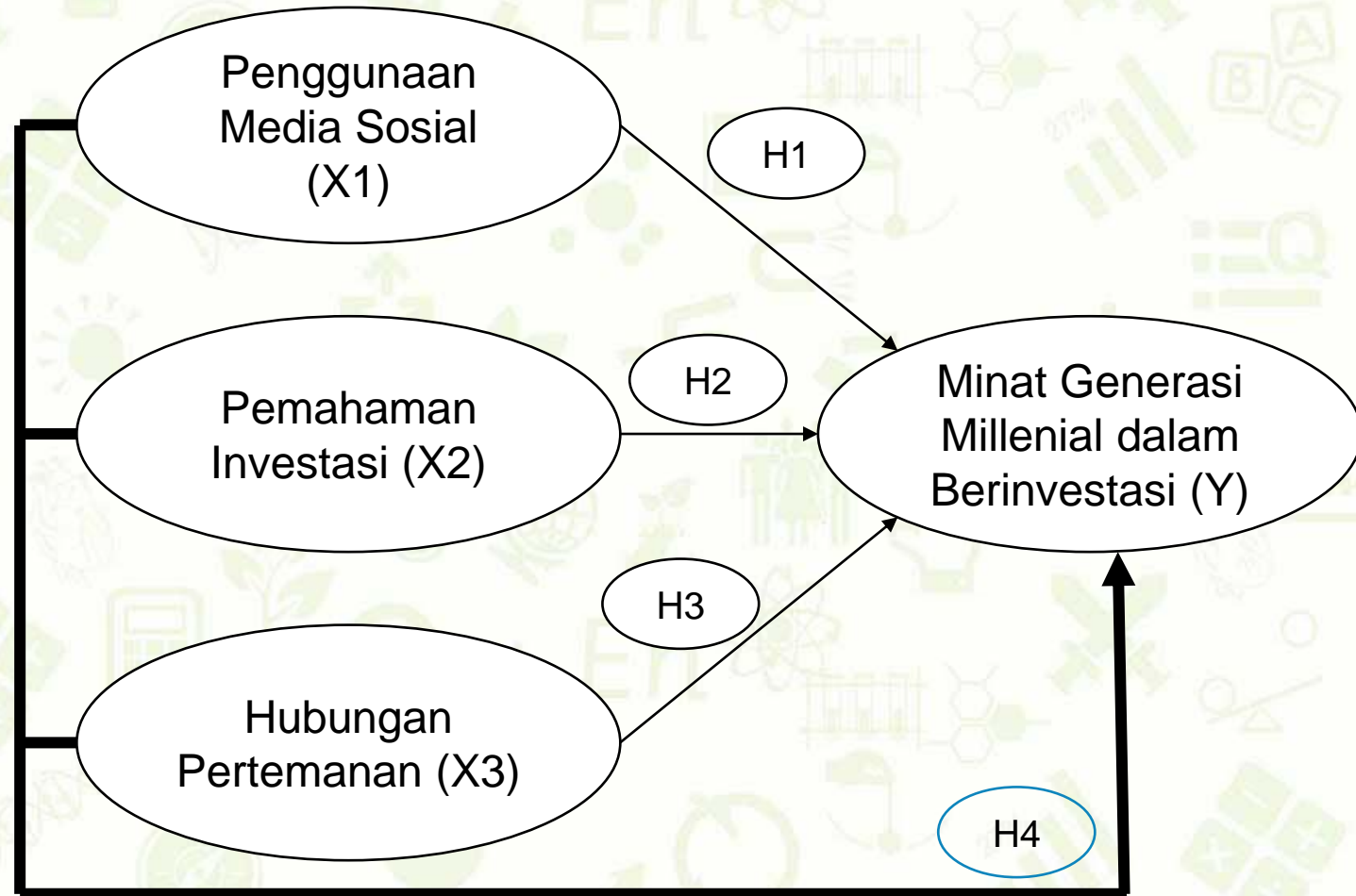
Kerangka Konseptual dan Hipotesis

H1 : Garis tipis (parsial) pada hipotesis pertama (1) menunjukkan pengaruh penggunaan media sosial (X1) terhadap minat generasi millennial (Y).

H2 : Garis tipis (parsial) pada hipotesis kedua (2) menunjukkan pengaruh pemahaman investasi (X2) terhadap minat generasi millennial (Y).

H3 : Garis tipis (parsial) pada hipotesis ketiga (3) menunjukkan pengaruh hubungan pertemanan (X3) terhadap minat generasi millennial (Y).

H4 : Garis tebal (simultan) pada hipotesis keempat (4) menunjukkan pengaruh penggunaan media sosial (X1), pemahaman investasi (X2) dan hubungan pertemanan (X3) terhadap minat generasi millennial (Y).



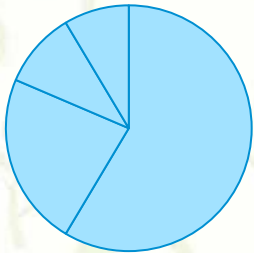
Metode Penelitian

Penelitian Kuantitatif

Menggunakan data yang dapat dikuantitatifkan dan diolah menggunakan teknik statistik (Anshori, 2019).

Jenis Data :

Kuantitatif (data yang berupa angka)



Pengambilan sampel :
Purposive Sampling



Skala Likert

Jawaban	Nilai
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Ragu – ragu (RR)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1



Kriteria Inklusi :

1. Generasi Millennial
2. Berminat untuk investasi atau yang sedang melakukan investasi di pasar modal

Sampel

$$n = \frac{Z^2}{4 (Moe)^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2}{4 (10\%)^2}$$

$n = 96,04$ dibulatkan menjadi 100 sampel

Keterangan :

n = Jumlah sampel

Z = Skore dari tingkat signifikansi tertentu (derajat keyakinan ditentukan 95%. Maka $Z = 1,96$)

Moe = Persentase ketidaktelitian dalam pengambilan sampel maksimum 10%

Hasil estimasi sampel sebesar 96,04 maka dibulatkan menjadi 100 responden yang dapat mewakili generasi millennial.



Teknik Analisis Data

SPSS

1

UJI DESKRIPTIF

- ❖ Karakteristik Responden
- ❖ Statistik Deskriptif

2

UJI KUALITAS DATA

- ❖ Uji Validitas
- ❖ Uji Reabilitas

3

UJI ASUMSI KLASIK

- ❖ Uji Normalitas
- ❖ Uji Multikolonieritas
- ❖ Uji Heteroskedastisitas

4

UJI HIPOTESIS

- ❖ Uji signifikan parameter individual (Uji T)
- ❖ Uji signifikan simultan (Uji F)
- ❖ Uji Koefisien Determinasi

Frekuensi Data Responden : Distribusi Kategori

A. Berdasarkan Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	61	61.0	61.0	61.0
	Perempuan	39	39.0	39.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

B. Berdasarkan usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	22-25 tahun	33	33.0	33.0	33.0
	26-29 tahun	36	36.0	36.0	69.0
	30-33 tahun	24	24.0	24.0	93.0
	34-37 tahun	4	4.0	4.0	97.0
	38-41 tahun	3	3.0	3.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

C. Berdasarkan Jenjang Pendidikan

		Frequen cy	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA/SMK	63	63.0	63.0	63.0
	Akademi/Diplo ma	12	12.0	12.0	75.0
	S1	21	21.0	21.0	96.0
	S2	4	4.0	4.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

D. Berdasarkan Status Pernikahan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Belum Menikah	84	84.0	84.0	84.0
	Sudah Menikah	16	16.0	16.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

E. Berdasarkan Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar/Mahasiswa	36	36.0	36.0	36.0
	Karyawan Swasta	44	44.0	44.0	80.0
	PNS	3	3.0	3.0	83.0
	Wiraswasta	6	6.0	6.0	89.0
	Lainnya	11	11.0	11.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

F. Berdasarkan Penghasilan Perbulan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<Rp. 499.000	15	15.0	15.0	15.0
	Rp. 500.000 - Rp. 1.499.000	25	25.0	25.0	40.0
	Rp. 1.500.000 - Rp. 2.499.000	22	22.0	22.0	62.0
	Rp. 2.500.000 - Rp. 3.999.000	17	17.0	17.0	79.0
	Rp. 4.000.000 - Rp. 4.999.000	13	13.0	13.0	92.0
	>Rp. 5.000.000	8	8.0	8.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Variable	Correlation(r-hitung)	r-Tabel	Sig.	Keterangan
X1	X1_1	.701	0,1654	0,000	Valid
	X1_2	.655	0,1654	0,000	Valid
	X1_3	.672	0,1654	0,000	Valid
	X1_4	.637	0,1654	0,000	Valid
X2	X2_1	.748	0,1654	0,000	Valid
	X2_2	.686	0,1654	0,000	Valid
	X2_3	.730	0,1654	0,000	Valid
	X2_4	.588	0,1654	0,000	Valid
X3	X3_1	.714	0,1654	0,000	Valid
	X3_2	.767	0,1654	0,000	Valid
	X3_3	.772	0,1654	0,000	Valid
	X3_4	.685	0,1654	0,000	Valid
Y	Y_1	.700	0,1654	0,000	Valid
	Y_2	.742	0,1654	0,000	Valid
	Y_3	.698	0,1654	0,000	Valid
	Y_4	.697	0,1654	0,000	Valid

Pengujian juga dapat dilakukan dengan membandingkan r hitung dan rTabel. Suatu kuisisioner dapat dikatakan valid apabila $r_{Hitung} > r_{Tabel}$ menurut (Sugiyono, 2013).

diketahui bahwa semua pertanyaan pada indikator variabel Penggunaan Media Sosial, Pemahaman Investasi, Hubungan Pertemanan dan Minat Generasi Millennial dalam Berinvestasi menghasilkan nilai r hitung $>$ r tabel (0,1654), dengan demikian pernyataan kuesioner yang mengukur variabel penelitian dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk mengukur variabel yang diteliti.

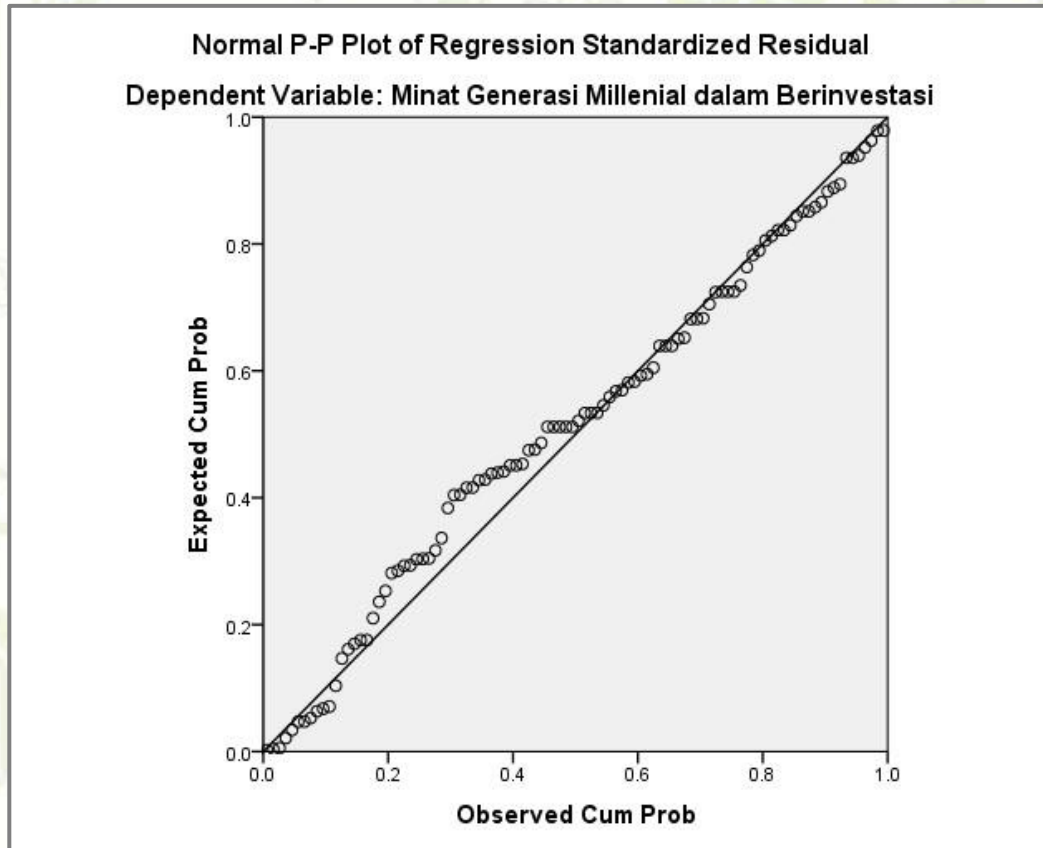
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Alpha Cronbach	Nilai Kritis	Keterangan
X1.1	.747	0,6	Reliabel
X1.2	.762	0,6	Reliabel
X1.3	.766	0,6	Reliabel
X1.4	.773	0,6	Reliabel
X2.1	.760	0,6	Reliabel
X2.2	.753	0,6	Reliabel
X2.3	.763	0,6	Reliabel
X2.4	.760	0,6	Reliabel
X3.1	.763	0,6	Reliabel
X3.2	.749	0,6	Reliabel
X3.1	.746	0,6	Reliabel
X3.4	.748	0,6	Reliabel
Y.1	.755	0,6	Reliabel
Y.2	.752	0,6	Reliabel
Y.3	.745	0,6	Reliabel
Y.4	.752	0,6	Reliabel

Metode *alpha cronbach* yakni dengan cara membandingkan nilai *alpha* dengan tabel *alpha cronbach* digunakan untuk menghitung reliabilitas suatu tes yang tidak mempunyai pilihan benar atau salah, melakukan digunakan untuk menghitung reliabilitas suatu tes yang mengukur sikap atau perilaku. Berdasarkan (Sugiyono, 2019) *item* pengukuran dikatakan *reliable* jika memiliki koefisien *alpha* > 0.6.

Dari beberapa indicator variabel tersebut diketahui nilai koefisien reliabilitas *cronbach alpha* variabel Penggunaan Media Sosial, Pemahaman Investasi, Hubungan Pertemanan dan Minat Generasi Millenial dalam Berinvestasi lebih dari 0,6 maka dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang digunakan reliabel.

Hasil Uji Normalitas



Uji normalitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah residual yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Metode yang digunakan untuk menguji normalitas adalah uji *Kolmogorof-Smirnov*. Jika nilai signifikansi dari hasil uji *Kolmogorof-Smirnov* 0.05, maka berdistribusi normal dan sebaliknya Atau dapat pula dengan melalui grafik.

Gambar di samping menunjukkan bahwa sebaran data membentuk titik-titik yang mendekati garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal.

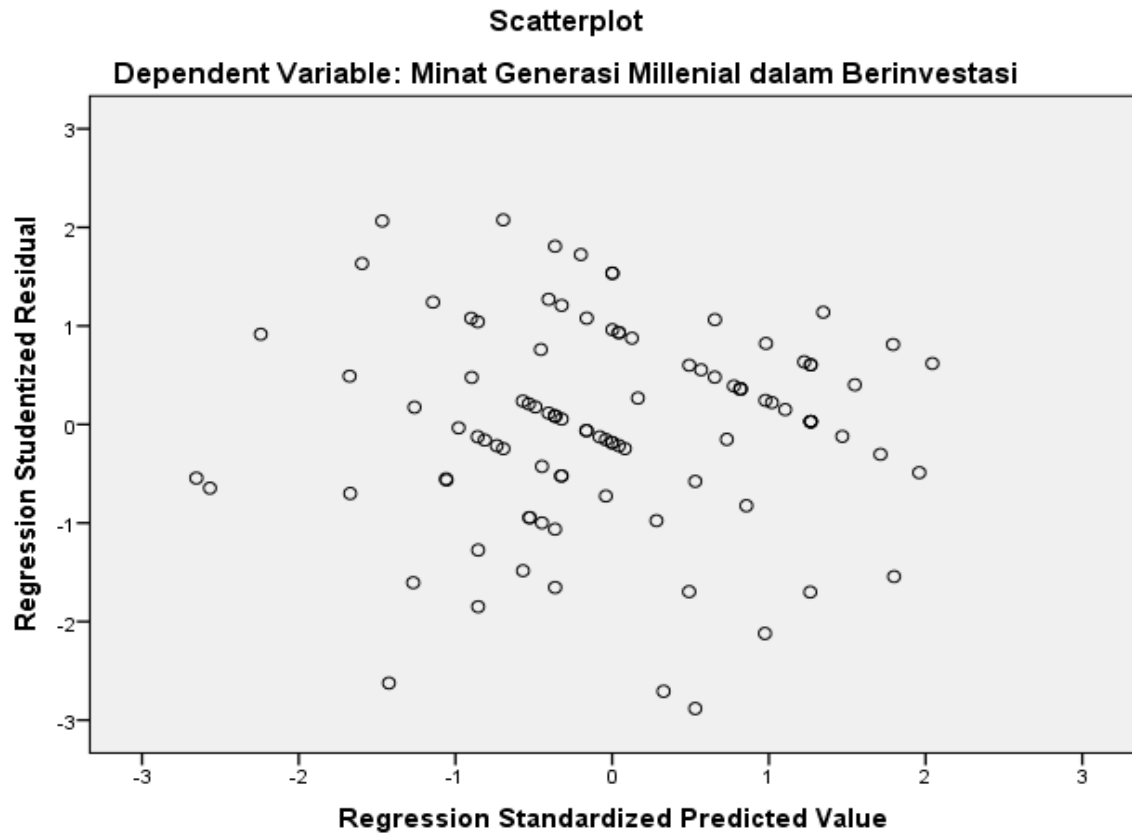
Hasil Uji Linear

No	Variabel	F	Sig.
1	Minat Generasi Millenial dalam Berinvestasi * Penggunaan Media Sosial	3.545	.651
2	Minat Generasi Millenial dalam Berinvestasi * Pemahaman Investasi	1.095	.515
3	Minat Generasi Millenial dalam Berinvestasi * Hubungan Pertemanan	2.358	.493

Uji *linear* dapat dilakukan dengan melihat Tabel *ANOVA Table*. Jika nilai signifikansi pada *Linearity* lebih besar dari 0,05 ($>0,05$) maka hubungan antar variabel dinyatakan *linear*, sebaliknya apabila *Linearity* lebih kecil dari 0,05 ($<0,05$) maka hubungan antara variabel dinyatakan tidak *linear*.

Tabel di atas dapat dijelaskan bahwa nilai f hitung 3.545 dengan tingkat signifikansi $0.651 > 0.05$ maka model regresi memiliki hubungan yang linier antara Penggunaan Media Sosial dengan Minat Generasi Millenial dalam Berinvestasi, dst.

Hasil Uji Heteroskedastisitas



Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang benar dan baik adalah model tanpa terjadi heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas terjadi pada model regresi jika titik-titik pada Tabel *Scatterplot* membentuk pola tertentu, untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model regresi, maka dapat dilihat pada *Scatterplot*.

Gambar di samping menyatakan bahwa data yang menyebar secara acak, maka dapat disimpulkan bahwa homogeny atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Penggunaan Media Sosial	.886	1.128
Pemahaman Investasi	.885	1.130
Hubungan Pertemanan	.937	1.067

a. Dependent Variable: Minat Generasi Millennial dalam Berinvestasi

Uji multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui adanya korelasi yang cukup tinggi (signifikan) diantara variabel *independent* yang berjumlah lebih dari satu variabel. Untuk mendeteksinya dapat melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) yaitu nilai VIF < 10 dan nilai *Tolerance* > 0,10.

Data di samping, menunjukkan bahwa hasil perhitungan nilai VIF lebih kecil dari 10 (<10) dan toleransi lebih besar dari 0,1 (>0,1), maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel penjelas yang satu dengan variabel lainnya tidak saling berkolinieritas.

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	3.205	2.128
Penggunaan Media Sosial	.054	.079
Pemahaman Investasi	.157	.104
Hubungan Pertemanan	.557	.091

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

$$Y = 3.205 + 0.054X_1 + 0.157X_2 + 0.557X_3$$

Analisis regresi merupakan suatu analisis yang digunakan untuk mengukur pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat (Sarjono dan Julianita, 2011).

Nilai konstanta sebesar 3.205 menyatakan jika tidak ada 3 variabel bebas, maka Minat Generasi Millennial dalam Berinvestasi sebesar 3.183.

Nilai koefisien sebesar 0.054 menyatakan bahwa peningkatan Penggunaan Media Sosial sebesar 1 akan meningkatkan Minat Generasi Millennial dalam Berinvestasi sebesar 0.054.

Nilai koefisien sebesar 0.157 menyatakan bahwa peningkatan Pemahaman Investasi sebesar 1 akan meningkatkan Minat Generasi Millennial dalam Berinvestasi sebesar 0.157.

Nilai koefisien sebesar 0.557 menyatakan bahwa peningkatan Hubungan Pertemanan sebesar 1 akan meningkatkan Minat Generasi Millennial dalam Berinvestasi sebesar 0.557.

Hasil Uji Simultan (Uji F)

Model	F	Sig.
Regression	17.553	.000

Untuk menguji hipotesis dapat dilakukan dengan cara membandingkan nilai Fhitung dengan nilai Ftabel. Dimana apabila nilai Fhitung lebih besar dari pada FTabel, maka terdapat alasan yang kuat dari hipotesis satu (H1) untuk diterima dan menolak hipotesis nol (H0), demikian sebaliknya.

Dapat dijelaskan bahwa terdapat pengaruh simultan dari ketiga variabel Penggunaan Media Sosial, Pemahaman Investasi, Hubungan Pertemanan terhadap Minat Generasi Millennial dalam Berinvestasi. Hal ini dapat ditunjukkan dengan nilai Sig. $0.000 < 0.05$ maka H1 diterima dengan ketentuan bahwa $F_{hitung} > F_{Tabel}$ $17.553 > 2.75$.

Hasil Uji Parsial (Uji T)

Model	T	Sig.	Zero-order
(Constant)	2.195	.031	
Penggunaan Media Sosial	2.517	.014	.655
Pemahaman Investasi	6.275	.000	.545
Hubungan Pertemanan	1.764	.008	.017

Probabilitas $.014 < 0.05$ dengan persentase sebesar (65.5%), maka H1 diterima, sehingga dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh variabel Penggunaan Media Sosial terhadap Minat Generasi Millennial dalam Berinvestasi dengan ketentuan bahwa $t_{hitung} > t_{Tabel}$, $2.517 > 1.660$. Dst..

Derajat keabsahan $df = (n-k-1) = 100-3-1 = 96$ dan tingkat taraf kepercayaan 5% atau 0.05, maka nilai t_{Tabel} adalah sebesar 1.660.

