

The Role of Social Media Influencers, Investment Knowledge, Investment Returns, And Pocket Money on Investment Interest in Generation Z in Sidoarjo Regency

Peran Social Media Influencer, Pengetahuan Investasi, Return Investasi, Dan Uang Saku Terhadap Minat Investasi Pada Generasi Z Di Kabupaten Sidoarjo

Faizal Fajar Firmansyah¹⁾, Sriyono^{*.2)}

¹⁾ Program Studi Fakultas Bisnis, Hukum, dan Ilmu Sosial, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

²⁾ Program Studi Fakultas Bisnis, Hukum, dan Ilmu Sosial, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

*Email Penulis Korespondensi: Sriyono@umsida.ac.id

Abstract. *The purpose of this research is to find out whether social media influencers, investment knowledge, investment returns, and pocket money influence investment interest in generation Z in Sidoarjo Regency. The method in this research uses quantitative methods with purposive sampling techniques with certain criteria that have been met. The population of this research is generation Z who live in Sidoarjo Regency and the sample used is 100 people who represent the population whose criteria are met. The data used in this research was collected by distributing questionnaires online. Data analysis techniques include testing standard assumptions and multiple linear analysis, in hypothesis testing the R² test and t test are used. The results of this research show that there is a positive influence between social media influencers, investment knowledge, investment returns, and pocket money on investment interest. With (t table value > 1.671) and partially social media influencers have a very strong impact on investment interest in generation Z in Sidoarjo Regency.*

Keywords - *Social Media Influencers, Investment Knowledge, Investment Returns, Pocket Money, and Investment Interest*

Abstrak. *Tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah social media influencer, pengetahuan investasi, return investasi, dan uang saku berpengaruh terhadap minat investasi pada generasi Z di Kab Sidoarjo, metode dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik purposive sampling dengan kriteria tertentu yang telah dipenuhi. Populasi penelitian ini yakni generasi Z yang berdomisili di Kabupaten Sidoarjo dan sampel yang digunakan berjumlah 100 orang yang mewakili populasi dengan kriteria terpenuhi. Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dengan menyebarkan kuisioner secara online. Teknik analisis data meliputi pengujian asumsi standar dan analisis linier berganda, dalam pengujian hipotesis digunakan uji R² dan uji t. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh positif antara social media influencer, pengetahuan investasi, return investasi, dan uang saku terhadap minat investasi. Dengan (nilai t tabel > 1,671) dan secara parsial social media influencer memiliki dampak sangat kuat terhadap minat investasi pada generasi Z di Kabupaten Sidoarjo.*

Kata Kunci - *Social Media Influencer, Pengetahuan Investasi, Return Investasi, Uang Saku, Dan Minat Investasi*

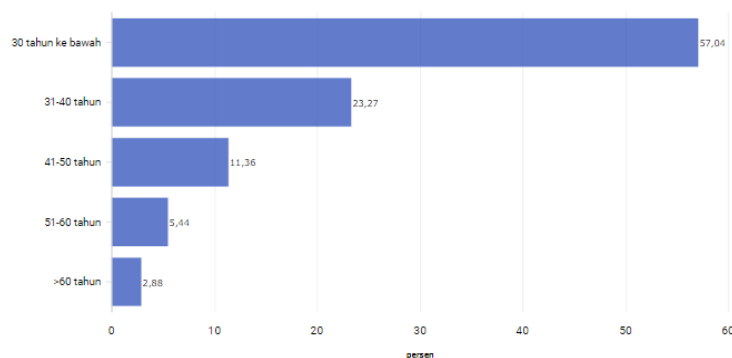
I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi tidak dapat dihindari dalam kehidupan ini. Perkembangan teknologi bukanlah hal yang baru di zaman modern saat ini, teknologi terus berkembang setiap harinya. Oleh karena itu, perkembangan teknologi disebut-sebut membawa banyak kemudahan bagi penggunaannya di seluruh dunia. Saat ini perekonomian suatu negara semakin pesat persaingannya, diiringi dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih sehingga membawa manfaat, salah satunya adalah di bidang investasi. Kegiatan investasi ini merupakan sesuatu yang baru bagi masyarakat Indonesia, khususnya bagi generasi Z. Di era pandemi, masyarakat bergantung pada ponsel pintar karena dapat memenuhi kebutuhannya melalui perdagangan online dan investasi di pasar modal, khususnya saham. Selama pandemi, jumlah investor di pasar modal meningkat karena masyarakat menginginkan lebih banyak pendapatan dari rumah. Kemudahan berinvestasi juga menjadi daya tarik masyarakat, terutama generasi Z yang identik dengan *smartphone* dan internet. Saat ini berinvestasi di pasar modal dapat dilakukan melalui layanan perdagangan online yang dapat diakses melalui *smartphone* atau ponsel pintar[1].

Sejak pemerintah membuka perdagangan saham telah menarik minat masyarakat khususnya generasi Z untuk berinvestasi pada aset yang dapat dianggap sebagai tren investasi baru. Khususnya untuk meningkatkan kesadaran

masyarakat khususnya generasi Z tentang investasi di pasar modal Indonesia, Bursa Efek Indonesia gencar melakukan kegiatan edukasi dan peningkatan kesadaran pasar modal di perguruan tinggi di seluruh Indonesia[2]. Akses yang lebih mudah terhadap informasi pasar keuangan diharapkan akan meningkatkan minat investor saat ini atau calon investor untuk berinvestasi. Kebutuhan akan kecepatan dan ketepatan dalam perdagangan saham sangat penting untuk membantu seluruh pemangku kepentingan, terutama investor, dalam menganalisis dan mengambil keputusan dengan lebih cepat[1]. Kemudahan ini akan berdampak pada meningkatnya minat berinvestasi, terutama di kalangan generasi Z yang melek teknologi. Berdasarkan hasil survei *Manulife Investor Sentiment Index (MISI)* tahun 2023, tercatat kesadaran masyarakat Indonesia dalam berinvestasi di pasar saham meningkat seiring berkembangnya Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG), yang memiliki tren positif (<http://id.beritasatu.com/>).

Indeks berikut ini merupakan survei berdasarkan data Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) mengenai jumlah investor di pasar modal berdasarkan umur. Hingga Agustus 2023, terdapat sekitar 11,5 juta investor individu di pasar modal Indonesia.



Gambar 1. Demografi Investasi
Sumber : (KSEI,2023)

Data menunjukkan bahwa 57,04% dari mereka berusia 30 tahun ke bawah dan 23,27% diantaranya berusia 31-40 tahun. Kemudian investor berusia 41-50 tahun sebanyak 11,36%, berusia 51-60 tahun sebanyak 5,44%, dan berusia di atas 60 tahun sebanyak 2,88%. Hal ini menunjukkan investor di pasar keuangan didominasi generasi Z dan milenial. Meski memiliki proporsi terbesar, investor generasi muda memiliki nilai aset terendah. Total aset investor berusia 30 tahun ke bawah hanya mencapai Rp 50,51 triliun pada Agustus 2023. Pada periode yang sama, total aset investor berusia 31-40 tahun mencapai Rp 112,92 triliun, dan investor berusia 41-50 tahun memiliki total aset sebesar Rp 173,15 triliun. Tingginya data pada generasi Z yang menunjukkan bahwa minat investasi sudah mulai meningkat di kalangan muda. Meningkatnya jumlah investor di pasar modal Indonesia adalah salah satunya juga dipengaruhi oleh media sosial, hal ini dimungkinkan karena banyaknya konten di media sosial yang menginspirasi masyarakat untuk berinvestasi, dan masyarakat mulai membuat konten digital terkait investasi sebagai upaya untuk menarik minat masyarakat untuk berinvestasi [2].

Minat investasi merupakan perasaan adanya ketertarikan yang kuat pada diri seseorang untuk melakukan kegiatan investasi [3]. Besarnya keinginan seseorang untuk berinvestasi maka akan menimbulkan sikap yang mendorongnya untuk berinvestasi, dan sikap tersebut mempengaruhi niat berinvestasi mahasiswa.

Sosial media menjadi suatu platform yang juga sering digunakan oleh generasi Z untuk mencari informasi juga berkomunikasi. Social media influencer dianggap mampu mempengaruhi minat investasi pada generasi Z [4]. Dengan banyaknya keunggulan dalam penggunaan social media seperti lebih cepat dalam mendapatkan informasi dan tentunya dengan biaya yang lebih murah, karena social media juga digunakan seperti sebagai sarana untuk melakukan kegiatan edukasi[5]. Mayoritas orang memandang influencer social media sebagai sumber informasi terpercaya ketika mencari berbagai informasi produk keuangan. *Influence* adalah kemampuan untuk mempengaruhi dan bisa mengubah opini dari seseorang. Hal ini termasuk hal yang penting karena memiliki pengaruh dalam beberapa hal, sehingga dengan apa yang dicuapkan bisa berpengaruh yang bersifat opini maupun publik [6]. Dengan perannya yang sangat penting bisa dipergunakan untuk memberikan informasi mengenai pentingnya investasi serta dapat memberikan pengaruh pada minat investasi di pasar modal, terutama di generasi Z yang mahir dalam memakai teknologi, karena seseorang akan percaya dengan influencer social media dan memiliki kemungkinan untuk terpengaruh jika pendapat influencer social media sama dengan topik yang ingin dicari tahu.

Generasi Z mempunyai peran penting dalam memajukan dan meneruskan bangsa Indonesia. Demi mencapai hal tersebut, generasi ini harus dibekali dengan pengalaman, pengetahuan, dan pembelajaran literasi yang cukup. Pada masa ini terdapat banyak fenomena yang menyatakan masih banyak individu yang tidak dapat mengelola aktivitas keuangannya karena tingkat perilaku gaya hidup di Indonesia yang masih tergolong tinggi. Adapun dari hasil penelitian [7] Pengetahuan yang cukup mengenai cara berinvestasi yang baik, dan benar, akan mempengaruhi

kecenderungan investasi mereka. Pengetahuan investasi merupakan pemahaman dari seseorang mengenai dunia investasi, meliputi pertimbangan investasi, tingkat risiko, dan tingkat hasil investasi[8].

Generasi Z pada tahun 2023 sekarang ada juga yang berada di fase bekerja maupun perkuliahan yakni Mahasiswa. Ada beberapa orang yang menjalaninya sebagai mahasiswa juga pekerja sehingga mereka memiliki uang saku dari orang tua dan uang saku dari hasil pekerjaan mereka sendiri. Sebagai seorang generasi Z juga memiliki banyak pengeluaran untuk mendapatkan atau memenuhi apa yang diinginkannya, dan cenderung kesulitan dalam mengatur keuangannya, pengeluaran terbesar setelah belanja konsumsi adalah pengeluaran untuk berbelanja atau keinginan lainnya yang menimbulkan masalah pada pengelolaan keuangan. Pada hakikatnya mendapatkan keuntungan dari berinvestasi di pasar modal, namun masih terdapat kendala yang harus diatasi, terutama bagi investor yang belum berpengalaman atau pemula dan belum memahami cara melakukan investasi yang benar serta risiko yang dihadapi. Kesuksesan keuangan memang tidak mudah dan salah satu solusinya adalah generasi Z harus mengenal dan mempelajari ilmu investasi[9]. Karena berinvestasi merupakan cara yang tepat untuk mengamankan dan melindungi masa depan serta melindungi nilai uang dari inflasi. Faktor yang mempengaruhi minat investasi pada gen Z adalah pengetahuan investasi, dan uang saku[10]. Uang saku adalah suatu hal yang penting bagi seorang untuk menjalankan aktivitas. Mengambil langkah keputusan penting bagi mahasiswa dalam mengelola keuangannya untuk menjalankan aktivitas dan biaya hidup[11]. Uang saku merupakan sejumlah uang yang diperoleh dari orang tua kepada anaknya, sebagainya yang memiliki tujuan untuk memberikan sejumlah nominal uang untuk memenuhi sebagian kebutuhan atau keinginan seseorang. Jumlah Uang Saku dapat mempengaruhi pengeluaran seseorang.

Pada era sekarang, keadaan perekonomian terus mengalami perubahan karena setiap harinya mengalami peningkatan dan pertumbuhan. Hal ini menyadarkan masyarakat bahwa mereka perlu menambah modal. Selain mempunyai pendanaan dari uang saku dan juga pendapatan lainnya, tentunya masyarakat juga ingin mempunyai pendanaan di luar uang saku. Salah satu cara mendapatkan uang di luar uang saku adalah dengan berinvestasi. Diharapkan dengan melakukan investasi maka jumlah yang diinvestasikan mampu menghasilkan keuntungan yang diharapkan. Apapun jenis investasinya bertujuan mendapatkan imbalan atau hasil dari investasi atau penanaman modal tersebut [12]. Return Investasi adalah hasil yang diperoleh dari investasi pada suatu investasi. Return dapat berupa pendapatan aktual (pendapatan yang telah terjadi) atau pendapatan yang diharapkan (pendapatan yang belum terjadi tapi sudah diharapkan atau diperhitungkan terjadi di masa depan atau yang akan datang) [13].

Penelitian terdahulu. Terdapat hasil dari penelitian sebelumnya menunjukkan social media influencer dapat mempengaruhi minat investasi[4]. Selain itu pada hasil penelitian menurut [14] bahwa pengetahuan investasi memiliki pengaruh positif pada minat investasi, namun hasil dari penelitian[15] menunjukkan pengetahuan investasi tidak berpengaruh pada minat investasi.

Adapun penelitian dari [16] bahwa return investasi secara simultan berpengaruh signifikan pada minat investasi, sebaliknya menurut penelitian [17] menunjukkan return investasi tidak berpengaruh signifikan pada minat investasi.

Menurut penelitian [18] menunjukkan uang saku memiliki pengaruh terhadap minat investasi. Tetapi menurut [19] menyatakan bahwa uang saku terdapat pengaruh tetapi tidak signifikan pada minat investasi.

Berdasarkan latar belakang penelitian terdahulu, penelitian ini dilatar belakangi oleh Research GAP, dimana Research Gap adalah perbandingan adanya kesimpulan antara hasil riset dari riset satu dengan yang lainnya tidak konsisten. Gap tersebut terkait dengan faktor yang berpengaruh pada minat investasi generasi Z. Berdasarkan fenomena yang diuraikan diatas penelitian ini pengembangan dari beberapa penelitian terdahulu dengan hasil yang berbeda beda, penelitian ini mengambil variabel independen yang berbeda dari penelitian terdahulu sehingga juga ingin membuktikan seberapa pengaruhnya terhadap variabel dependen, dan didalam penelitian ini mencoba untuk mengisi kesenjangan tersebut dan memberi pemahaman lebih kuat terkait mengenai faktor yang mempengaruhi minat investasi. Maka penulis tertarik dan akan melakukan penelitian dengan judul “**Peran Social Media Influencer, Pengetahuan Investasi, Return Investasi, dan Uang Saku Terhadap Minat Investasi Pada Generasi Z Di Kabupaten Sidoarjo**”.

Rumusan Masalah

1. Apakah social media influencer berpengaruh terhadap minat investasi pada generasi Z ?
2. Apakah pengetahuan investasi berpengaruh terhadap minat investasi pada generasi Z ?
3. Apakah return investasi berpengaruh terhadap minat investasi pada generasi Z ?
4. Apakah uang saku berpengaruh terhadap minat investasi pada generasi Z ?

Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui apakah social media influencer, pengetahuan investasi, return investasi, dan uang saku berpengaruh terhadap minat investasi pada generasi Z di Kabupaten Sidoarjo.

Pertanyaan Penelitian

Apakah social media influencer, pengetahuan investasi, return investasi, dan uang saku berpengaruh terhadap minat investasi pada generasi Z di Kabupaten Sidoarjo?

Kategori SDGS

Kategori SDGs : Penelitian ini termasuk dalam kategori ke delapan (8) dari 17 kategori SDGs (*Sustainable Development Goals*) yaitu meningkatkan pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan, melalui investasi. Berdasarkan uraian di atas maka perlu adanya penelitian lebih lanjut mengenai minat investasi. Dengan ini peneliti mengambil judul “Peran Social Media Influencer, Pengetahuan Investasi, Return Investasi, dan Uang Saku Terhadap Minat Investasi Pada Generasi Z Di Kabupaten Sidoarjo”. Dengan berinvestasi sejak muda memberikan pemahaman akan meningkatkan pertumbuhan ekonomi.

<https://sdgs.un.org/goals/goal8>

Literatur Review

Social Media Influencer (X1)

Social media influencer adalah seseorang yang mempunyai tingkat ketenaran dan keahlian tertentu di media sosial, dan bergerak sebagai pihak ketiga untuk mendeskripsikan, menyampaikan dan merekomendasikan topik atau informasi tertentu melalui media sosial untuk dapat mempengaruhi pengikutnya [6]. Di sisi lain, influencer media sosial juga mempengaruhi atas pengikutnya. Alasan pengaruh mereka adalah karena para pengikutnya tidak hanya mengevaluasi dan mengagumi gagasan dan tindakan mereka, namun diri mereka sendiri juga menirunya. Indikator influencer[20] :

1. *Trustworthiness* (dapat dipercaya), Informasi yang disampaikan oleh influencer harus bersifat jujur.
2. *Expertise* (Keahlian), Influencer harus memiliki pengetahuan yang cukup untuk merekomendasikan sesuatu.
3. *Attractiveness* (daya tarik fisik), influencer harus memiliki karakteristik sendiri yang membuat dirinya memiliki daya tarik.
4. *Respect* (Kualitas dihargai), influencer dihargai karena prestasi dan pencapaiannya.
5. *Similarity* (Kesamaan), influencer memiliki kesamaan dengan audiensnya.

Pengetahuan Investasi (X2)

Pengetahuan investasi ilmu atau pengetahuan terkait investasi yang bersifat sangat penting bagi calon investor tujuannya untuk menghindari penipuan [4]. Pengetahuan investasi merupakan pemahaman yang perlu Anda miliki tentang berbagai aspek dalam berinvestasi, mulai dari pengetahuan dasar seperti penilaian investasi, tingkat risiko, dan hasil investasi [21]. Diperlukan pengetahuan yang cukup tentang investasi pasar modal untuk dapat menganalisis dampak dari produk investasi.

Pengetahuan juga diperlukan untuk menghindari kerugian besar. Indikator dari pengetahuan investasi menurut [22] : 1. Pentingnya pengetahuan dasar investasi 2. Instrumen pasar modal 3. Pemahaman pasar modal 4. Tingkat keuntungan 5. Tingkat risiko.

Return Investasi (X3)

Return Investasi adalah hasil yang diperoleh dari investasi pada suatu investasi. Pengembalian return bisa berupa *capital gain* atau *dividen*, ataupun kerugian seperti *capital loss*. Return dapat berupa pendapatan aktual (pendapatan yang telah terjadi) atau pendapatan yang diharapkan (pendapatan yang belum terjadi tapi sudah diharapkan atau diperhitungkan terjadi di masa depan atau masa yang akan datang) [23]. Dalam hal ini, tingginya keuntungan atau return yang diperoleh dari suatu investasi akan sebanding dengan tingginya tingkat risiko. Oleh karena itu, investor hendaknya mengumpulkan informasi terkait pasar modal untuk meminimalkan risiko yang ditimbulkan akibat keputusan investasinya [24]. Jika tidak ada keuntungan yang didapatkan dari investasi, maka investor tidak akan berinvestasi [13]. Indikator return menurut [23] : pengetahuan return, sumber return, dan return yang diharapkan.

Uang Saku (X4)

Uang saku adalah uang yang dikumpulkan atau diberikan dari orang tua, untuk bantuan, atau beasiswa dan untuk membantu memenuhi kebutuhan seseorang [10]. Uang saku ialah sejumlah uang yang didapat dari orang tua kepada anaknya, maupun yang didapat dari hasil bekerja yang digunakan dalam periode waktu tertentu. Adapun indikator penentuan uang saku yaitu hubungan uang saku serta motif konsumsi. Indikator uang saku menurut [18] adalah jumlah uang saku dan pengeluaran yang dimiliki atau motif konsumsi.

Minat Investasi (Y)

Minat investasi ialah perasaan adanya ketertarikan yang kuat pada diri seseorang untuk melakukan kegiatan investasi. Dalam arti lain, minat berinvestasi diartikan sebagai keinginan kuat suatu individu untuk mempelajari seluruh aspek investasi hingga pada tingkat praktik yaitu berinvestasi [10]. Semakin besarnya keinginan seseorang untuk berinvestasi maka semakin kuat pula sikapnya terhadap investasi di pasar modal, dan sikap tersebut akan mempengaruhi minat investasi mahasiswa. Indikator minat berinvestasi menurut [25] adalah sebagai berikut : (1) Keinginan untuk mempelajari jenis-jenis investasi. (2) Bersedia meluangkan waktu untuk belajar lebih banyak tentang investasi dengan mengikuti pelatihan dan seminar investasi. (3) Serta mencoba berinvestasi.

Tabel 1
Definisi Indikator Operasional

No	Variabel	Indikator	Pengukuran
1.	Sosial Media Influencer	1. Thustworthiness	[20]
		2. Expertise	
		3. Attractiveness	
		4. Respect	
		5. Similarity	
2.	Pengetahuan Investasi	1. Pentingnya pengetahuan dasar Investasi	[22]
		2. Instrumen Pasar Modal	
		3. Pemahaman Pasar Modal	

		4. Tingkat Keuntungan	
		5. Tingkat Risiko	
3.	Return Investasi	1. Pengetahuan Return	[23]
		2. Sumber Return	
		3. Return yang diharapkan	
4.	Uang Saku	1. Jumlah Uang saku	[18]
		2. Pengeluaran yang dimiliki atau motif konsumsi	
5.	Minat Investasi	1. Keinginan untuk mempelajari jenis- jenis Investasi	[25]
		2. Bersedia meluangkan waktu untuk belajar lebih banyak tentang investasi dengan mengikuti pelatihan dan seminar Investasi	
		3. Serta mencoba berinvestasi	

II. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yakni metode yang berfokus pada analisis data angka/numerik. Sesuai dengan judul penelitian ini maka digunakan *explanatory research* yaitu penelitian yang bertujuan menjelaskan adanya pengaruh atau peran variabel social media influencer pada minat investasi, variabel pengetahuan investasi pada minat investasi, variabel return investasi pada minat investasi, dan juga variabel uang saku pada minat investasi dengan menggunakan uji hipotesis. Metode yang digunakan dalam pengumpulan data adalah menggunakan data primer sehingga termasuk dalam penelitian *primary research* dimana pengumpulan data dilakukan secara langsung, bukan tergantung pada data yang didapat oleh penelitian terdahulu [26].

Data penelitian ini diperoleh dari hasil survei, di mana survei dilakukan di Kabupaten Sidoarjo. Survei merupakan data yang didapatkan dari hasil kuisioner. Analisis ini menggunakan regresi linier berganda, sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Keterangan :

- Y : Minat Investasi
- α : Konstanta
- β : Nilai regresi/ koefisien
- X1 : Social Media Influencer
- X2 : Pengetahuan Investasi
- X3 : Return Investasi
- X4 : Uang Saku
- e : Standar error

Populasi penelitian ini adalah Generasi Z di Kabupaten Sidoarjo. Di dalam penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* dengan *purposive sampling*, artinya pengambilan sampel ini dengan pertimbangan dan kriteria tertentu [27]. Sampel penelitian ini menggunakan kriteria sebagai berikut 1. Generasi Z di Kabupaten Sidoarjo, 2.Gen Z yang memahami tentang investasi di pasar modal, 3. Memiliki usia 17-26 tahun. Lokasi pada penelitian ini berada di Kab Sidoarjo, Jawa Timur, Indonesia. Dikarenakan pada penelitian ini jumlah populasi tidak diketahui atau tak terhingga maka menggunakan rumus Lemeshow, sebagai berikut :

$$n = \frac{Za^2 x P x Q}{L^2}$$

Keterangan :

- n : Jumlah sampel minimal yang diperlukan

- Z : Nilai standar dari distribusi sesuai nilai $\alpha = 5\% = 1.96$
 P : Prevelansi outcome, karena data belum didapat maka dipakai 50%
 Q : Komplementer dari P, $Q = 1-P$
 L : Tingkat Ketelitian 10%

Dari perhitungan tersebut didapatkan hasil yang didapat adalah 96.04, jadi dibulatkan menjadi 100. Maka dalam penelitian ini sampel yang digunakan berjumlah 100 orang. Data penelitian ini menggunakan data primer melalui kuisisioner secara online yang dibagikan kepada responden, dan studi kepustakaan. Instrumen kuisisioner diukur dengan skala likert yakni digunakan untuk mengukur pendapat, dan persepsi dari responden dalam menjawab kuisisioner, setelah itu oleh peneliti dilakukan tabulasi data, pada skala likert terdapat lima kategori jawaban yaitu : {SS} sangat setuju dengan nilai 5, {S} setuju dengan nilai 4, {N} netral dengan nilai 3, {TS} tidak setuju dengan nilai 2, {STS} sangat tidak setuju dengan nilai 1. Dilakukan dengan pengujian instrumen data “pengkajian validitas dan reliabilitas”, pengkajian asumsi klasik, pengkajian normalitas, pengujian autokorelasi, pengujian heteroskedastisitas, pengujian multikolonieritas serta pengujian linearitas” dan pengujian hipotesis menggunakan pengujian parsial “T”, pengujian koefisien korelasi berganda “R” serta pengujian koefisien determinasi berganda “R²” serta di ukur melalui program aplikasi SPSS *statistic* versi 26.

Hipotesis

Berdasarkan teori tersebut, maka pengembangan kerangka konseptual sebagai berikut :

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yakni metode yang berfokus pada analisis data angka/numerik. Sesuai dengan judul penelitian ini maka digunakan *explanatory research* yaitu penelitian yang bertujuan menjelaskan adanya pengaruh atau peran variabel social media influencer pada minat investasi, variabel pengetahuan investasi pada minat investasi, variabel return investasi pada minat investasi, dan juga variabel uang saku pada minat investasi dengan menggunakan uji hipotesis. Metode yang digunakan dalam pengumpulan data adalah menggunakan data primer sehingga termasuk dalam penelitian *primary research* dimana pengumpulan data dilakukan secara langsung, bukan tergantung pada data yang didapat oleh penelitian terdahulu [26].

Data penelitian ini diperoleh dari hasil survei, di mana survei dilakukan di Kabupaten Sidoarjo. Survei merupakan data yang didapatkan dari hasil kuisisioner. Analisis ini menggunakan regresi linier berganda, sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Keterangan :

- Y : Minat Investasi
 α : Konstanta
 β : Nilai regresi/ koefisien
 X1 : Social Media Influencer
 X2 : Pengetahuan Investasi
 X3 : Return Investasi
 X4 : Uang Saku
 e : Standar error

Populasi penelitian ini adalah Generasi Z di Kabupaten Sidoarjo. Di dalam penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* dengan *purposive sampling*, artinya pengambilan sampel ini dengan pertimbangan dan kriteria tertentu [27]. Sampel penelitian ini menggunakan kriteria sebagai berikut 1. Generasi Z di Kabupaten Sidoarjo, 2. Gen Z yang memahami tentang investasi di pasar modal, 3. Memiliki usia 17-26 tahun. Lokasi pada penelitian ini berada di Kab Sidoarjo, Jawa Timur, Indonesia. Dikarenakan pada penelitian ini jumlah populasi tidak diketahui atau tak terhitung maka menggunakan rumus Lemeshow, sebagai berikut :

$$n = \frac{Z\alpha^2 \times P \times Q}{L^2}$$

Keterangan :

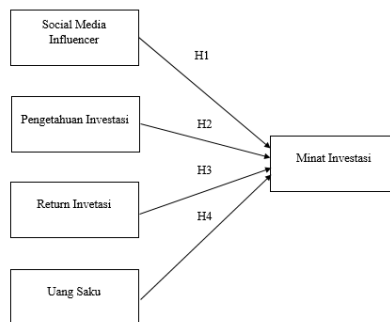
- n : Jumlah sampel minimal yang diperlukan
 Z : Nilai standar dari distribusi sesuai nilai $\alpha = 5\% = 1.96$
 P : Prevelansi outcome, karena data belum didapat maka dipakai 50%
 Q : Komplementer dari P, $Q = 1-P$
 L : Tingkat Ketelitian 10%

Dari perhitungan tersebut didapatkan hasil yang didapat adalah 96.04, jadi dibulatkan menjadi 100. Maka dalam penelitian ini sampel yang digunakan berjumlah 100 orang. Data penelitian ini menggunakan data primer melalui kuisisioner secara online yang dibagikan kepada responden, dan studi kepustakaan. Instrumen kuisisioner diukur

dengan skala likert yakni digunakan untuk mengukur pendapat, dan persepsi dari responden dalam menjawab kuisioner, setelah itu oleh peneliti dilakukan tabulasi data, pada skala likert terdapat lima kategori jawaban yaitu : {SS}sangat setuju dengan nilai 5, {S}setuju dengan nilai 4, {N}netral dengan nilai 3, {TS}tidak setuju dengan nilai 2, {STS}sangat tidak setuju dengan nilai 1. Dilakukan dengan pengujian instrumen data “pengkajian validitas dan reliabilitas”, pengkajian asumsi klasik, pengkajian normalitas, pengujian autokorelasi, pengujian heteroskedastisitas, pengujian multikolonieritas serta pengujian linearitas” dan pengujian hipotesis menggunakan pengujian parsial “T”, pengujian koefisien korelasi berganda “R” serta pengujian koefisien determinasi berganda “R²” serta di ukur melalui program aplikasi SPSS *statistic* versi 26.

Hipotesis

Berdasarkan teori tersebut, maka pengembangan kerangka konseptual sebagai berikut :



Gambar 2. Kerangka Konseptual

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Responden

Penghimpunan data ini dilakukan secara online dan sibarkan secara acak dan dengan kriteria tertentu antara lain, 1. Generasi Z di Kabupaten Sidoarjo, 2. Generasi Z yang memahami tentang investasi di pasar modal, 3. Memiliki Usia 17-26 tahun. Melalui proses *screening*, diperoleh sebanyak 100 responden yang memenuhi persyaratan. Karakteristik tersebut bisa dilihat pada tabel 3.1 sebagai berikut :

Tabel 3.1
Profil Responden

Variabel	Fitur	Presentase
Pekerjaan/Profesi	Pelajar/Mahasiswa	52,1 %
	Wiraswasta	6,3 %
	Karyawan Swasta	30,3 %
	Lain-Lain	11,3 %
Jenis Kelamin	Laki-Laki	51,4 %
	Perempuan	48,6 %
Tingkat Pendidikan Terakhir	SMA/SMK	84,5 %
	Diploma (D1,D2,D3)	2,1 %
	Sarjana (S1)	13,4 %
Jumlah Uang Saku	< 1.000.000	43 %
	1.000.000 – 2.500.000	26,6 %
	2.500.000 – 5.000.000	24,5 %
	> 5.000.000	5,8 %

Uji Validitas

Uji validitas suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keaslian suatu instrument dapat dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila instrument tersebut menjalankan fungsi ukurannya. Keefektifan suatu instrumen dapat ditentukan dengan mengkorelasikan skor setiap pertanyaan. Pemeriksaan validasi dilakukan dengan mempertimbangkan hal-hal berikut: (apabila r hitung $>$ r tabel, dengan ukuran signifikan $\alpha = 0,05$, maka H_0 ditolak. Yang artinya instrumen penelitian tersebut valid. Dan apabila r hitung $<$ r tabel dengan taraf $\alpha = 0,05$ maka H_0 diterima, yang artinya instrumen penelitian tidak valid [28]. Untuk r tabel pada penelitian di nilai R-Tabel dengan uji 2 sisi dan jumlah data (n) = 100 nilai r tabelnya yaitu 0,1946. Hasil analisis uji validitas data dilihat pada Tabel 3.2 sebagai berikut :

Tabel 3.2 Uji Validitas

Variabel	Pertanyaan	r hitung	r table	Sig. (2-tailed)	Deskripsi
Social Media Influencer (X1)	1	0,860	0,196	0,000	Valid
	2	0,903	0,196	0,000	Valid
	3	0,906	0,196	0,000	Valid
	4	0,906	0,196	0,000	Valid
	5	0,876	0,196	0,000	Valid
Pengetahuan Investasi (X2)	1	0,725	0,196	0,000	Valid
	2	0,916	0,196	0,000	Valid
	3	0,841	0,196	0,000	Valid
	4	0,911	0,196	0,000	Valid
	5	0,893	0,196	0,000	Valid
Return Investasi (X3)	1	0,884	0,196	0,000	Valid
	2	0,892	0,196	0,000	Valid
	3	0,807	0,196	0,000	Valid
Uang Saku (X4)	1	0,915	0,196	0,000	Valid
	2	0,905	0,196	0,000	Valid
Minat Investasi (Y)	1	0,869	0,196	0,000	Valid
	2	0,922	0,196	0,000	Valid
	3	0,846	0,196	0,000	Valid

Sumber : Data primer yang diolah 2023

Dari hasil tabel 3.2 menunjukkan bahwa nilai variabel Social Media Influencer (X1). Pengetahuan Investasi (X2), Return Investasi (X3), Uang Saku (X4), dan Minat Investasi (Y) menunjukkan bahwa r hitung $>$ r tabel dan dengan ukuran signifikan $<$ 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan yang telah digunakan dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana tingkat kepercayaan dari sebuah pengukuran [29]. Uji reliabilitas dikatakan reliabel jika nilai Cronbach's alpha r hitung $>$ r tabel, jika r hitung $<$ r tabel maka dikatakan tidak reliabel atau tidak valid. Hasil analisis uji reliabilitas data dapat dilihat pada tabel 3.3 sebagai berikut :

Tabel 3.3 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	N of Items	Hasil Cronbach's alpha	Koefisien Cronbach's alpha	Deskripsi
Social Media Influencer (X1)	5	0,933	$>$ 0,60	Reliabel
Pengetahuan Investasi (X2)	5	0,909	$>$ 0,60	Reliabel
Return Investasi (X3)	3	0,825	$>$ 0,60	Reliabel
Uang Saku (X4)	2	0,805	$>$ 0,60	Reliabel
Minat Investasi (Y)	3	0,853	$>$ 0,60	Reliabel

Sumber : Data primer yang diolah 2023

Hasil dari tabel 3.3 menunjukkan bahwa variabel Social Media Influencer (X1) menunjukkan nilai Cronbach's alpha $0,933 > 0,60$, jadi data dikatakan valid dan reliabel. Pada variabel Pengetahuan Investasi (X2) menunjukkan nilai Cronbach's alpha $0,909 > 0,60$, jadi data dikatakan valid dan reliabel. Pada variabel Return investasi (X3) menunjukkan nilai Cronbach's alpha $0,825 > 0,60$, jadi data dikatakan valid dan reliabel. Pada variabel Uang Saku (X4) menunjukkan nilai Cronbach's alpha $0,805 > 0,60$, jadi data dikatakan valid dan reliabel. Dan pada variabel Minat Investasi (Y) menunjukkan nilai Cronbach's alpha $0,853 > 0,60$, jadi data dikatakan valid dan reliabel.

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data dalam model regresi variabel residu memiliki distribusi normal. Pengujian dilakukan dengan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Suatu data berdistribusi normal jika nilai *Asymp.Sig. (2-tailed) > 0,05* [30]. Hasil uji normalitas data dapat dilihat pada tabel 3.4 sebagai berikut :

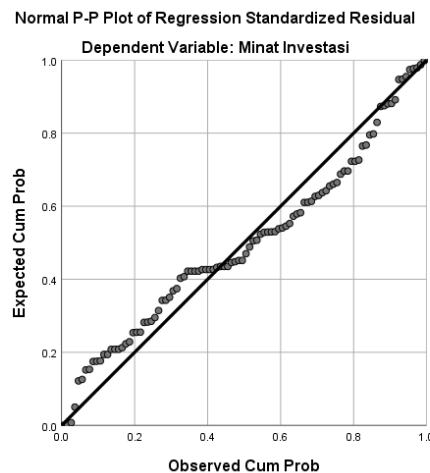
Tabel 3.4 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.08870163
	Absolute	.092
	Positive	.092
	Negative	-.090
Test Statistic		.092
Asymp. Sig. (2-tailed)		.037 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber : Data primer yang diolah 2023

Hasil dari tabel 3.4 menunjukkan bahwa pada uji normalitas bisa juga diyakinkan dengan menggunakan uji One-Sampel Kolmogorov-Smirnov Test, pada uji ini dikatakan valid dan signifikan karena data menunjukkan nilai dari *Asymp. Sig. (2-tailed) 0,37 > 0,05*. Dapat dikatakan valid dan berdistribusi normal.

Gambar 3.1



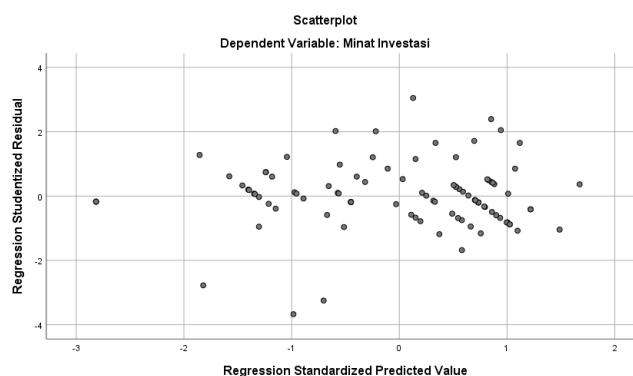
Sumber : Data primer yang diolah 2023

Pada gambar 3.1 menunjukkan bahwa titik-titik tidak menjauh dari garis horizontal melainkan berada di bagian garis horizontal tersebut, dapat disimpulkan bahwa pengujian ini berdistribusi normal.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas yaitu adanya ketidak samaan varian dan residual untuk semua pengamatan pada model regresi [5]. Persyaratan yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala heteroskedastisitas. Hasil dari uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada gambar 3.2 sebagai berikut :

Gambar 3.2



Sumber : Data primer yang diolah 2023

Pada gambar 3.2 menunjukkan bahwa titik-titik dalam gambar tidak berkumpul, melainkan semua titik-titik tersebut menyebar maka dapat dikatakan bahwa pada penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen atau tidak [31]. Hasil yang diharapkan dalam pengujian multikolinearitas adalah tidak terjadinya korelasi antar variabel independen. Pengujian dapat dikatakan valid apabila nilai VIF (Variance Inflation Factor) lebih kecil dari 10 maka tidak ada masalah pada multikolinearitas. Hasil analisis data uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel 3.5 sebagai berikut :

Tabel 3.5 Uji Multikolinearitas

		Coefficients ^a						
		Unstandardized	Coefficients	Standardized	T	Sig.	Collinearity	Statistic
		B	Std. Error	Coefficients			Tolerance	VIF
				Beta				
1	(Constant)	.169	.504		.336	.737		
	Social Media Influencer	.155	.053	.266	2.933	.004	.198	5.058
	Pengetahuan Investasi	.237	.061	.392	3.899	.000	.160	6.232
	Return Investasi	.154	.088	.138	1.749	.084	.260	3.841
	Uang Saku	.293	.104	.191	2.826	.006	.355	2.819

a. Dependent Variable : Minat Investasi

Sumber : Data primer yang di olah 2023

Hasil dari tabel 3.5 menunjukkan bahwa nilai dari masing masing variabel pada kolom VIF menunjukkan bahwa berdistribusi tidak ada masalah karena hasil multikolinearitas variabel Social Media Influencer $5,058 < 10$, nilai dari Pengetahuan Investasi $6,232 < 20$, nilai dari Return Invetasi $3,841 < 10$, dan variabel Uang Saku $2,819 < 10$. Yang memiliki arti model regresi tidak terkena gejala multikolinearitas. Dan koefisien kolerasi variabel di bawah 0,8.

Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan hasil dari olah data pada tabel 3.5 kolom unstandardized Coefficients pada bagian B maka diketahui nilai koefisien regresi masing-masing variabel dapat disusun persamaan regresinya, berikut :

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3 X_3 + b_4X_4 + e$$

$$Y = (0,169) + 0,155 + 0,237 + 0,154 + 0,293 + e$$

Dari persamaan regresi linear berganda di atas, dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta (a) memiliki nilai sebesar 0,169 menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independen dan dependen. Hal ini menunjukkan bahwa jika varaibel independen yang meliputi Social Media Influencer (X1), Pengetahuan Investasi (X2), Return Investasi (X3), dan Uang Saku (X4) bernilai 0 persen atau tidak mengalami perubahan, maka nilai Minat Investasi adalah 0,169.
2. Nilai koefisien regresi untuk variabel Social Media Influencer (X1) memiliki nilai positif sebesar 0,155. Hal ini berarti jika social media influencer mengalami kenaikan 1 %, maka minat investasi akan naik sebesar 0,155 dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan. Tanda positif menunjukkan bahwa pengaruh yang searah antara variabel independen dan dependen.
3. Nilai koefisien regresi untuk variabel Pengetahuan Investasi (X2) memiliki nilai positif sebesar 0,237. Hal ini berarti jika pengetahuan investasi mengalami kenaikan 1 %, maka minat investasi akan naik sebesar 0,237 dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan. Tanda positif menunjukkan bahwa pengaruh yang searah antara variabel independen dan dependen.
4. Nilai koefisien regresi untuk variabel Return Invetasi (X3) memiliki nilai positif sebesar 0,154. Hal ini berarti jika social media influencer mengalami kenaikan 1 %, maka minat investasi akan naik sebesar 0,154 dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan. Tanda positif menunjukkan bahwa pengaruh yang searah antara variabel independen dan dependen.
5. Nilai koefisien regresi untuk variabel Uang Saku(X4) memiliki nilai positif sebesar 0,293. Hal ini berarti jika uang saku mengalami kenaikan 1 %, maka minat investasi akan naik sebesar 0,293 dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan. Tanda positif menunjukkan bahwa pengaruh yang searah antara variabel independen dan dependen.

Uji T

Pada uji t penelitian ini dilakukan untuk menguji hipotesis penelitian mengenai pengaruh dari masing-masing variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Hasil analisis data uji t dapat dilihat pada tabel 3.6 sebagai berikut :

Tabel 3.6 Uji T

		Coefficients ^a						
		Unstandardize d B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	T	Sig.	Collinearity Tolerance	Statistic VIF
1	(Constant)	.169	.504		.336	.737		
	Social Media Influencer	.155	.053	.266	2.933	.004	.198	5.058
	Pengetahuan Investasi	.237	.061	.392	3.899	.000	.160	6.232
	Return Investasi	.154	.088	.138	1.749	.084	.260	3.841
	Uang Saku	.293	.104	.191	2.826	.006	.355	2.819

b. Dependent Variable : Minat Investasi

Sumber : Data primer yang diolah 2023

Keterangan :

Df = n - k = 100 - 4 = 96

A = 5% = 0,05

Sehingga nilai Df = 96 dan alpha sebesar 0,05 t tabel sebesar 1,671

Hasil uji t pada penelitian ini menunjukkan tingkat signifikansi parsial positif dari variabel independen yakni Social Media Influencer (X1), Pengetahuan Investasi (X2), Return Investasi (X3), Uang saku (X4), dan variabel dependen Minat Investasi (Y), dapat ditinjau dari hasil signifikansi terhadap variabel sebagai berikut :

H1 : Social Media Influencer (X1)

Pada tabel 3.6 menunjukkan bahwa variabel social media influencer berpengaruh signifikan dan positif terhadap variabel minat investasi dengan nilai t hitung signifikansi pada variabel social media influencer sebesar 2,933 nilai t tabel 1,671 dan pada nilai signifikansi 0,004.

H2 : Pengetahuan Investasi (X2)

Pada tabel 3.6 menunjukkan bahwa variabel pengetahuan investasi berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap variabel minat investasi dengan nilai t hitung signifikansi pada variabel pengetahuan investasi sebesar 3,889 nilai t tabel 1,671 dan pada nilai signifikansi 0,000.

H3 : Return Investasi (X3)

Pada tabel 3.6 menunjukkan bahwa variabel return investasi berpengaruh signifikan dan positif terhadap variabel minat investasi dengan nilai t hitung signifikansi pada variabel return investasi sebesar 1,749 nilai t tabel 1,671 dan pada nilai signifikansi 0,084.

H4 : Uang Saku (X4)

Pada tabel 3.6 menunjukkan bahwa variabel uang saku berpengaruh signifikan dan positif terhadap variabel minat investasi dengan nilai t hitung signifikansi pada variabel uang saku sebesar 2,826 nilai t tabel 1,671 dan pada nilai signifikansi 0,006.

Uji Koefisien Korelasi Berganda

Hasil analisis data dari uji koefisien korelasi berganda dapat dilihat pada tabel 3.7, sebagai berikut :

Tabel 3.7 Uji Koefisien Korelasi Berganda

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error Of the Estimate

1	.919 ^a	.845	.839	1.111
a.	Predictors : (Constant), Uang Saku, Return Investasi, Social Media Influencer, Pengetahuan Investasi			
b.	Dependent Variable : Minat Investasi			

Sumber : Data primer yang diolah 2023

Berdasarkan hasil dari tabel 3.7 menyatakan bahwa koefisien determinasi (Adj R) adalah 0,839, sedangkan koefisien determinasi berganda (R^2) adalah 0,845, nilai (R) 0,919 maka dapat disimpulkan bahwa variabel lisocial media influencer, pengetahuan investasi, return investasi, dan uang saku terhadap minat investasi masing masing nilai individu R sebesar 91,9 % dan sisanya 8,1 % dijelaskan oleh variabel lainnya, nilai R Square 84,5 % dan sisanya 14,5 % dijelaskan oleh variael lain, dan untuk nilai Adj R Square 83,9 % dan sisanya 16,1 % dijelaskan oleh variabel lain.

Pembahasan

Hipotesis pertama Social Media Influencer Terhadap Minat Investasi

Hasil dari olah data pada tabel 3.5 menunjukkan bahwa variabel Social Media Influencer (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian [4] yang berjudul “Pengaruh Modal Awal Investasi, Pengetahuan Investasi, dan Social Media Influencer Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Akuntansi Universitas Tidar”. Hal ini menunjukkan bahwa media social sering dipakai oleh Generasi Z sebagai media untuk hiburan, edukasi, hingga mencari informasi, dengan adanya social media influencer yang mengedukasi maupun memberikan informasi mengenai pengalaman atau ilmu tentang berinvestasi di pasar modal dan berperan dalam minat investasi pada gen Z di Kabupaten Sidoarjo. Karena Sosial media menjadi suatu platform yang juga serig digunakan oleh generasi Z untuk mencari informasi juga berkomunikasi. Social media influencer dianggap mampu mempengaruhi minat investasi pada generasi Z. Dengan adanya kecepatan dan kemudahan dalam mendapatkan informasi jika menggunakan social media sebagai sarana mencari informasi.

Hipotesis Kedua Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Investasi

Hasil dari olah data pada tabel 3.5 menunjukkan bahwa variabel Pengetahuan Invetasi (X2) berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap minat investasi. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian [14] yang berjudul “Analisis Motivasi dan Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Di Pasar Modal”. Hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan investasi berperan dalam minat investasi pada gen Z di Kabupaten Sidoarjo dimana Pengetahuan yang cukup mengenai cara berinvetasi yang baik, dan benar, akan mempengaruhi kecenderungan investasi mereka. Pengetahuan investasi merupakan pemahaman dari seseorang mengenai dunia investasi, meliputi pertimbangan investasi, tingkat risiko, dan tingkat hasil investasi[8]. Pengetahuan dan wawasan tentag investasi diperlukan bagi seseorang yang akan berinvestasi guna menghindari kerugian juga memhamai mana investasi yang baik. Karena pengetahuan dasar juga sanagt dielrukan untuk berinvestasi seperti return, risiko, dan jenis investasi yang akan membantu seseorang dalam memilih investasi.

Hipotesis Ketiga Return Investasi Terhadap Minat Investasi

Hasil dari olah data pada tabel 3.5 menunjukkan bahwa variabel Return Invetasi (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian [16] yang berjudul “Pengaruh Motivasi Investasi, Modal Miimal Investasi, Pengetahuan Investasi, dan Return Investasi Terhadap Minat Investasi di Pasar Modal”. Hal ini menunjukkan bahwa return investasi berperan dalam minat investasi pada gen Z di Kabupaten Sidoarjo dimana pada era sekarang, keadaan perekonomian terus mengalami perubahan karena setiap harinya mengalami peningkatan dan pertumbuhan. Hal ini menyadarkan masyarakat bahwa mereka perlu menambah modal. Selain mempunyai pendanaan dari uang saku dan juga pendapatan lainnya, tentunya masyarakat juga ingin mempunyai pendanaan di luar uang saku. Salah satu cara mendapatkan uang di luar uang saku adalah dengan berinvestasi. Diharapkan dengan melakukan investasi maka jumlah yang diinvestasikan mampu menghasilkan keuntungan yang diharapkan. Apapun jenis investasinya bertujuan mendapatkan imbalan atau hasil dari investasi atau penanaman modal tersebut [12].

Hipotesis Keempat Uang Saku Terhadap Minat Investasi

Hasil dari olah data pada tabel 3.5 menunjukkan bahwa variabel Uang Saku (X4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi.. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian [18] yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan Investasi, Motivasi, dan Uang Saku terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi di Pasar Modal Syariah dengan Risiko Investasi sebagai Variabel Intervening “.Hal ini menunjukkan uang saku berperan dalam minat investasi pada gen Z di Kabupaten Sidoarjo. Karena Uang saku adalah suatu hal yang penting bagi seorang untuk menjalankan aktivitas. Mengambil langkah keputusan penting bagi seseorang dalam mengelola keuangannya untuk menjalankan aktivitas dan biaya hidup [11]. Pengelolaan uang saku dirasa juga sangat penting bagi seseorang karena dengan uang saku tersebut mereka dapat mengalokasikan dana mereka ke pengeluaran konsumsi rutin maupun tidak. Dan jumlah uang saku akan mempengaruhi motif konsumsi seseorang karena dengan uang saku mereka dapat merencanakan hal atau apa saja yang ingin dilakukannya termasuk berinvestasi.

IV. SIMPULAN

Hasil dari penelitian juga pembahasan pada penelitian ini adalah dapat disimpulkan bahwa Social Media Influencer, Pengetahuan Investasi, Return Investasi, dan Uang Saku secara parsial berpengaruh positif terhadap Minat Investasi pada generasi Z di Kabupaten Sidoarjo. Influencer media sosial mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi generasi Z di Kabupaten Sidoarjo . Hal ini menegaskan bahwa generasi Z semakin mempercayai influencer media sosial dari sudut pandang investasi, sehingga meningkatkan minat untuk berpartisipasi di pasar modal Indonesia. Apalagi generasi milenial tertarik berinvestasi di pasar modal Indonesia, bukan karena idolanya adalah influencer media sosial, namun generasi Z dalam penelitian ini tertarik berinvestasi di pasar modal Indonesia, sehingga Anda akan lebih tertarik untuk berinvestasi. Investasi dan berbagi keahlian juga pengalaman investasinya dengan pengikutnya. Pada pengetahuan Investasi memiliki hasil yang paling dominan dimana Pengetahuan investasi juga berperan dalam minat investasi pada gen Z di Kabupaten Sidoarjo dimana Pengetahuan yang cukup mengenai cara berinvestasi yang baik, dan benar, akan mempengaruhi kecenderungan investasi mereka. Pada return investasi pada Gen Z Sidoarjo bahwa saat melakukan investasi memiliki harapan timbal balik atau hasil yang menguntungkan saat melakukan investasi di pasar modal. Dan untuk Uang saku pada gen Z di Kabupaten Sidoarjo melihat dengan jumlah uang saku yang mereka miliki mempengaruhi motif pengeluaran mereka. Untuk penelitian berikutnya diharapkan mampu menambah variabel lainnya atau juga memilih subjek permasalahan yang memiliki perbedaan sehingga dapat menjadikan penemuan serta bertambahnya komprehensif.

V. UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada semua pihak yang terlibat atas bantuannya sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik. Peneliti menyadari tanpa adanya bantuan dari berbagai macam pihak maka penelitian ini akan sulit untuk terselesaikan. Semoga hasil dari penelitian ini mampu memberikan manfaat serta gambaran juga pengetahuan baru di bidang investasi.

REFERENCES

- [1] B. Tri Cahya dan N. W. Ayu Kusuma, “Pengaruh Motivasi dan Kemajuan Teknologi Terhadap Minat Investasi Saham,” *J. Ilmu Ekon. Dan Keislam.*, vol. 7, hlm. 192–207, 2019.
- [2] N. A. H. dan A. P. Sephia Nurul Susanti, “Kemajuan Teknologi dan Pemahaman Terhadap Minat Generasi Z dalam Berinvestasi di Pasar Modal,” *J. Pijar Studi Manaj. Dan Bisnis*, vol. 1, no. 2, hlm. 76–82, 2023.
- [3] U. Muhammadiyah Mataram Mataram, K. Laras Asih, E. Sri Wahyuningsih, S. Muntahanah, dan F. Manajemen, “Seminar Nasional LPPM UMMAT Pengaruh Literasi Keuangan, Kemajuan Teknologi Informasi, Modal Minimal Dan Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Berinvestasi Di Pasar Modal,” vol. 2, no. April, hlm. 598–610, 2023.
- [4] Anastasya Fauzianti dan Retnosari, “Pengaruh Modal Awal Investasi, Pengetahuan Investasi, Sosial Media Influencer Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Akuntansi Universitas Tidar,” *J. Sinar Manaj.*, vol. 9, no. 1, hlm. 26–35, 2022, doi: 10.56338/jsm.v9i1.2323.

- [5] P. Y. Mahendrayani dan L. S. Musmini, “Pengaruh Pemahaman Investasi, Penggunaan Teknologi Media Sosial Dan Hubungan Pertemanan Terhadap Minat Investasi Generasi Milenial Di Pasar Modal,” *J. Akunt. Profesi*, vol. 12, no. 2, hlm. 294, 2021, doi: 10.23887/jap.v12i2.35618.
- [6] I. I. P. Gunanti dan L. P. Mahyuni, “Minat Investasi Generasi Milenial di Bursa Efek Indonesia,” *J. Ekon. Keuang. Dan Manaj.*, vol. 18, no. 3, hlm. 425, 2022, doi: 10.29264/jinv.v18i3.10344.
- [7] Rofinus Leki dan Asruni, “Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Investasi Civitas Akademika Stie Pancasetia Banjarmasin Di Pasar Modal Indonesia,” *Kindai*, vol. 18, no. 3, hlm. 456–466, 2023, doi: 10.35972/kindai.v18i3.921.
- [8] A. Maharani dan Farhan Saputra, “Relationship of Investment Motivation, Investment Knowledge and Minimum Capital to Investment Interest,” *J. Law Polit. Humanit.*, vol. 2, no. 1, hlm. 23–32, 2021, doi: 10.38035/jlph.v2i1.84.
- [9] A. Darmawan, K. Kurnia, dan S. Rejeki, “Pengetahuan Investasi, Motivasi Investasi, Literasi Keuangan Dan Lingkungan Keluarga Pengaruhnya Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal,” *J. Ilm. Akunt. Dan Keuang.*, vol. 8, no. 2, hlm. 44–56, 2019, doi: 10.32639/jiak.v8i2.297.
- [10] L. A. Robyani, S. Sucipto, dan M. Ismail, “Pengaruh Pengetahuan Investasi Dan Uang Saku Terhadap Minat Berinvestasi Di Pasar Modal Pada Mahasiswa Program Studi ...,” *J. Bisnis Dan Manaj.*, vol. 7, no. 2, hlm. 1–13, 2022, doi: 10.47065/jtear.v4i1.821.
- [11] P. E. Noviyanti dan R. Masdiantini, “Pengaruh Pengetahuan Investasi, Literasi Keuangan, Efikasi Keuangan, Uang Saku dan Sosialisasi Pasar Modal terhadap Minat Berinvestasi Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi S1 Akuntansi Universitas Pendidikan Ganesha),” *J. Akunt. Profesi*, vol. 13, no. 3, hlm. 723–733, 2022.
- [12] E. Felisiah dan E. Y. Natalia, “Analisis Pengetahuan Investasi, Return Investasi dan Motivasi Investasi Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Akuntansi Kota Batam,” *ECo-Buss*, vol. 6, no. 1, hlm. 287–300, 2023, doi: 10.32877/eb.v6i1.804.
- [13] L. Gede, K. Dewi, N. Trisna Herawati, L. P. Erlina, dan A. Wati, “Pengaruh Literasi Keuangan, Efikasi Keuangan dan Return Investasi Terhadap Minat Investasi Mata Uang Kripto Pada Mahasiswa di Provinsi Bali,” *Akunt. Profesi*, vol. 13, no. 3, hlm. 649–659, 2022.
- [14] E. Suyanti dan N. U. Hadi, “Analisis Motivasi Dan Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Investasi Mahasiswa di Pasar Modal,” *Edunomic J. Pendidik. Ekon.*, vol. 7, no. 2, hlm. 108, 2019, doi: 10.33603/ejpe.v7i2.2352.
- [15] P. K. D. Lubis, “Influence of Knowledge Investment and Investment Motivation Against the Interest of Investing in the Stock Market on Economic Education Status of Students of State University of Medan,” *J. Phys. Conf. Ser.*, vol. 1387, no. 1, 2019, doi: 10.1088/1742-6596/1387/1/012064.
- [16] R. Yuliati, Moh. Amin, dan S. A. Anwar, “PENGARUH MOTIVASI INVESTASI, MODAL MINIMAL INVESTASI, PENGETAHUAN INVESTASI, DAN RETURN INVESTASI TERHADAP MINAT INVESTASI DI PASAR MODAL Rosa,” *J. Phys. Math. Theor.*, vol. 09, no. 3, hlm. 32–48, 2020.
- [17] S. Widati, E. Wulandari, dan A. Putriliawati, “Analisis Pengaruh Pengetahuan Investasi, Motivasi Investasi, Return Investasi Dan Resiko Investasi Terhadap Minat Mahasiswa Untuk Melakukan Investasi Di Pasar Modal,” *Semin. Nas. Pariwisata Dan Kewirausahaan SNPK*, vol. 1, hlm. 483–491, 2022, doi: 10.36441/snpk.vol1.2022.78.

- [18] A. A. Soemarsono dan U. D. Sofianti, “Perspektif Hukum Mengenai Penggunaan Securities Crowdfunding pada Masa Pemulihan Ekonomi Akibat Pandemi,” *J. Huk. Lex Gen.*, vol. 2, no. 8, hlm. 607–626, 2021, doi: 10.56370/jhlg.v2i8.103.
- [19] L. A. Robyani, S. Sucipto, dan M. Ismail, “Pengaruh Pengetahuan Investasi Dan Uang Saku Terhadap Minat Berinvestasi Di Pasar Modal Pada Mahasiswa Program Studi ...,” *J. Bisnis Dan Manaj.*, vol. 7, no. 2, hlm. 1–13, 2022, doi: 10.47065/jtear.v4i1.821.
- [20] T. I. Regita, “Pengaruh Influencer Saham Terhadap Minat Investasi Generasi Milenial Pada Pasar Modal,” *JIMEK J. Ilm. Mhs. Ekon.*, vol. 5, no. 1, hlm. 37–45, 2022.
- [21] Hasanudin Hasanudin, Andini Nurwulandari, dan Ronika Kris Safitri, “PENGARUH PENGETAHUAN INVESTASI, MOTIVASI DAN PELATIHAN PASAR MODAL TERHADAP KEPUTUSAN INVESTASI YANG DIMEDIASI OLEH MINAT INVESTASI,” *J. Ilm. Manaj. Ekon. Akunt. MEA*, vol. 5, no. 3, Sep 2021, doi: 10.31955/mea.v5i3.1575.
- [22] D. A. Lestari, A. Sokarina, dan A. B. Suryantara, “Determinan Minat Investasi Di Pasar Modal,” *J. Risma*, vol. 2, no. 1, hlm. 70–84, 2022.
- [23] M. Yusuf, Y. Yahya, dan Abd. Hamid, “Pengaruh Modal Minimal Investasi Dan Return Terhadap Minat Investasi Masyarakat Kota Palembang Di Pasar Modal,” *J. Neraca J. Pendidik. Dan Ilmu Ekon. Akunt.*, vol. 5, no. 1, hlm. 83, 2021, doi: 10.31851/neraca.v5i1.5889.
- [24] A. Nurwulandari, Hasanudin, dan Raihan, “the Effect of Investment Knowledge , Return , and Social Media on Capital Market Investment and the Progress of the Millennium Generation in the,” *J. Ekon.*, vol. 11, no. 02, hlm. 1107–1115, 2022.
- [25] Y. H. Wibowo dan B. H. Santoso, “Analisis Tingkat Pengetahuan, Motivasi Dan Perilaku Mahasiswa Terhadap Minat Berinvestasi Di Pasar Modal,” *J. Ilmu Dan Ris. Manaj.*, vol. 11, no. 17, hlm. 1–16, 2022.
- [26] S. Sriyono, “Strategi Menarik Kaum Milenial Untuk Investasi Di Sektor Keuangan : Langkah Apa Yang Harus Dilakukan ?,” *J. Nusant. Apl. Manaj. Bisnis*, vol. 6, no. 1, hlm. 86, 2021.
- [27] D. A. Wiyono, “Dampak Pengetahuan Investasi Pada Pengaruh Modal Awal, Risiko, Dan Social Media Influencer Terhadap Minat Investasi,” *J. Ilmu Dan Ris. Akunt. STIESIA*, vol. 12 No 6, 2023.
- [28] N. M. Janna dan Herianto, “Artikel Statistik yang Benar,” *J. Darul Dakwah Wal-Irsyad DDI*, no. 18210047, hlm. 1–12, 2021.
- [29] R. A. Firdaus dan N. Ifrochah, “Pengaruh Pengetahuan Investasi Dan Motivasi Investasi Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Politeknik Keuangan Negara Stan Di Pasar Modal,” *J. Acitya Ardana*, vol. 2, no. 1, hlm. 16–28, 2022, doi: 10.31092/jaa.v2i1.1434.
- [30] M. R. Slamet dan F. B. Thara, “Pengaruh Pengetahuan dan Kompatibilitas Terhadap Minat Berinvestasi di Pasar Modal Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Batam,” *J. Appl. Manag. Account.*, vol. 4, no. 1, hlm. 122–131, 2020, doi: 10.30871/jama.v4i1.1922.
- [31] S. Sadad, H. Rusliani, dan M. Orinaldi, “PENGARUH PENGETAHUAN PASAR MODAL SYARIAH DAN MODAL MINIMAL TERHADAP MINAT BERINVESTASI SAHAM (Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN Jambi),” *Manaj. Keuang. Syariah*, vol. 2, no. 2, hlm. 101–113, 2022, doi: 10.30631/makesya.v2i2.1375.

Conflict of Interest Statement:

The author declares that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.