

# Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-WoM) Di Sosial Media Pada Keputusan Investasi

**Oleh:**

Amalia Putri Ikasari 202010300033,

Aisha Hanif 071118904

Progam Studi Akuntansi

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

April, 2024

# Pendahuluan

Fokus penelitian ini adalah SDGs no. 8 yaitu decent work and economic growth



Sejalan dengan target SDG no.8 yaitu target no. 8.2 bahwa minat investasi Masyarakat dapat menjadi salah satu sumber pembiayaan untuk lapangan kerja baru



Investasi merupakan kegiatan untuk mendapatkan keuntungan dengan pilihan kegiatan yang bervariasi seperti saham, obligasi, reksadana, dan lain-lain



Komunitas investasi online menjadi wadah investor untuk berbagi dan bertukar informasi terkait saham atau bisa disebut *Electronic Word of Mouth (E-WoM)* yang terdiri atas 3 dimensi yaitu *valance of opinion, intensity, dan content.*



Neutral Information menjadi salah satu faktor yang digunakan investor sebagai bahan pertimbangan dalam berinvestasi.



Kegiatan investasi berkaitan dengan pengambilan keputusan.

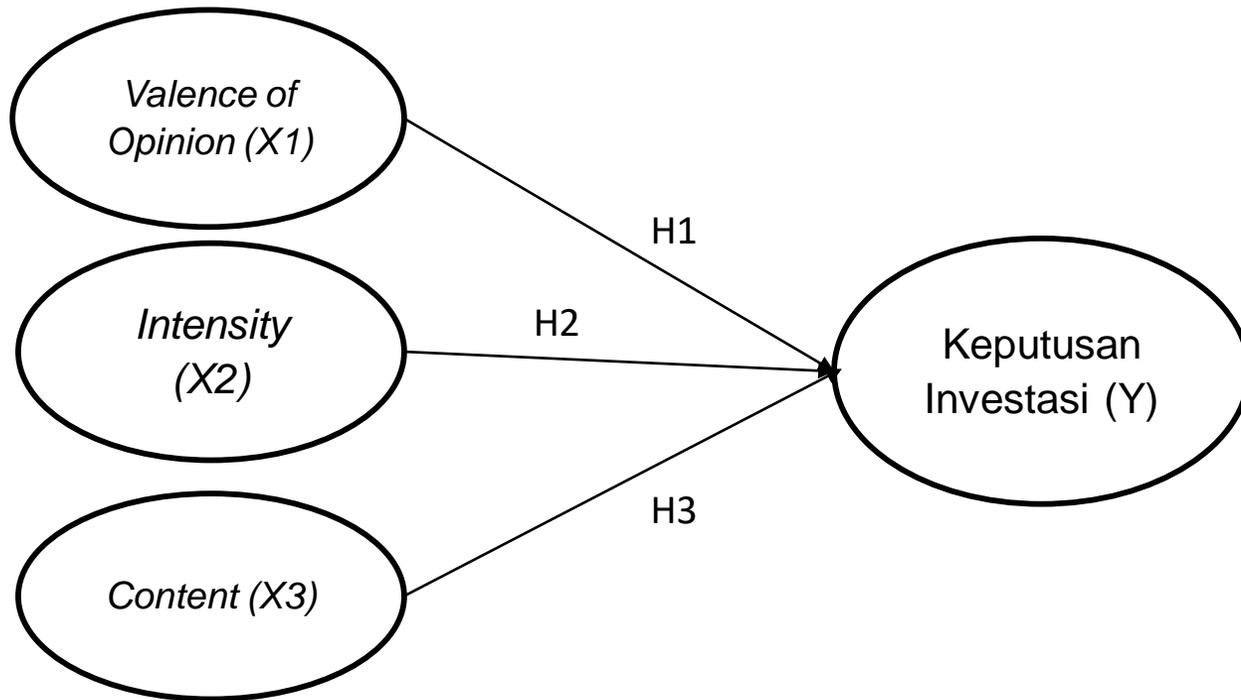
Keputusan investasi adalah fungsi manajemen keuangan untuk mengelola penyaluran dana dimasa sekarang dengan maksud mendapatkan return yang lebih besar pada masa yang akan datang.

# Rumusan Masalah

- 01 *Apakah Valence of opinion* berpengaruh terhadap keputusan investasi?
- 02 *Apakah Intensity* berpengaruh terhadap keputusan investasi?
- 03 *Apakah Content* berpengaruh terhadap keputusan investasi?



# Hipotesis



H1 : *Valence of opinion* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi

H2 : *Intensity* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi

H3 : *Content* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi

# Metode Penelitian

## Jenis Penelitian

1. Jenis Penelitian ini adalah Kuantitatif
2. Menggunakan data primer dengan cara menyebar kuisisioner menggunakan *google form*
3. Pengukuran dari penelitian ini menggunakan skala likert

## Populasi dan Sampel

1. Populasi dalam penelitian adalah followers twitter @Saham\_fess yang pada per bulan November 2023 sebanyak 66.500 followers
2. Jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 400 responden
3. Teknik sampling yang digunakan *simple random sampling*

## Analisis Data

1. Menggunakan Aplikasi SPSS Versi 23
2. Uji kualitas data dengan uji validitas dan uji reabilitas
3. Uji hipotesis dengan uji Regresi Linier Berganda, Uji Koefisien Determinasi dan Uji T

# Hasil

## Hasil Uji Validitas

## Hasil Uji Reliabilitas



Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Nilai Kritis	Keterangan
Valance of opinion X1	0,613	0,6	Reliabel
Intensity X2	0,796	0,6	Reliabel
Content X3	0,645	0,6	Reliabel
Keputusan Investasi	0,712	0,6	Reliabel

Variabel	Item	R hitung	R tabel	Keterangan
Valance of Opinion (X1)	X1.1	0,506	0,098	Valid
	X1.2	0,684	0,098	Valid
	X1.3	0,556	0,098	Valid
	X1.4	0,476	0,098	Valid
	X1.5	0,603	0,098	Valid
	X1.6	0,558	0,098	Valid
	X1.7	0,582	0,098	Valid
Intensity (X2)	X2.1	0,599	0,098	Valid
	X2.2	0,667	0,098	Valid
	X2.3	0,536	0,098	Valid
	X2.4	0,751	0,098	Valid
	X2.5	0,679	0,098	Valid
	X2.6	0,715	0,098	Valid
	X2.7	0,763	0,098	Valid
Content (X3)	X3.1	0,643	0,098	Valid
	X3.2	0,683	0,098	Valid
	X3.3	0,722	0,098	Valid
	X3.4	0,722	0,098	Valid
	X3.5	0,753	0,098	Valid
	X3.6	0,696	0,098	Valid
	X3.7	0,684	0,098	Valid
	X3.8	0,674	0,098	Valid
Keputusan Investasi (Y)	Y.1	0,607	0,098	Valid
	Y.2	0,576	0,098	Valid
	Y.3	0,639	0,098	Valid
	Y.4	0,653	0,098	Valid
	Y.5	0,726	0,098	Valid
	Y.6	0,461	0,098	Valid
	Y.7	0,644	0,098	Valid
	Y.8	0,602	0,098	Valid

# Hasil Uji Hipotesis

## Hasil Uji T



Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.641	1.121		12.164	.000
	Valance_of_Opinion	.257	.055	.245	4.719	.000
	Intensity	.200	.053	.229	3.810	.000
	Content	.232	.046	.295	5.061	.000

## Hasil Uji Regresi Linear Berganda



Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	13.641	1.121
	Valance_of_Opinion	.257	.055
	Intensity	.200	.053
	Content	.232	.046

# Hasil Uji Hipotesis

Hasil Uji Koefisien Determinasi



Mode	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.687 <sup>a</sup>	.472	.468	2.67188

# Pembahasan



## Pengaruh *valance of opinion* terhadap keputusan investasi

Berdasarkan dari hasil pengujian, *valance of opinion* secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi. Hal ini menunjukkan bahwa review, rekomendasi, dan saran berupa komentar negatif dan positif sangat membantu para investor dalam pertimbangan keputusan akan investasinya.



## Pengaruh *intensity* terhadap keputusan investasi

Berdasarkan dari hasil pengujian, *intensity* secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi. Hal ini menunjukkan bahwa banyaknya jumlah opini, informasi dan interaksi kepada sesama investor dapat membantu dan meyakinkan investor dalam pengambilan keputusan untuk berinvestasi

# Pembahasan



## **Pengaruh *content* terhadap keputusan investasi**

Berdasarkan dari hasil pengujian, *content* secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi. Hal ini menunjukkan bahwa sebelum berinvestasi investor mempelajari dan mencari terlebih dahulu informasi terkait saham yang akan dibeli yang kemudian informasi tersebut dikumpulkan dan diproses untuk pengambilan keputusan investasi

# Kesimpulan



Valance of opinion berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi. Artinya saran dan rekomendasi dari orang lain yang ada di sosial media dapat mempengaruhi keputusan investasi. Semakin meningkatnya saran dan rekomendasi yang ada maka akan semakin tinggi pula tingkat keputusan investor untuk berinvestasi.



Intensity berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi. Artinya intensitas dari suatu informasi yang ada pada sosial media maupun forum saham online dapat mempengaruhi keputusan investasi. Semakin tinggi intensitas suatu opini tentang saham di sosial media maka akan semakin tinggi pula tingkat keputusan investor untuk berinvestasi.



Content berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi. Artinya informasi terkait saham dan investasi yang ada pada sosial media dapat mempengaruhi keputusan investasi. Semakin meningkatnya informasi saham dan investasi yang tersedia maka akan semakin tinggi pula tingkat keputusan investor untuk berinvestasi.

# Manfaat Penelitian



Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi para investor maupun calon investor dalam pengambilan keputusan untuk berinvestasi, yaitu dengan menggunakan social media sebaik mungkin sebagai sumber informasi dan bertukar informasi yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan keputusan untuk berinvestasi pada saham yang diminati.

# Referensi



- [1] A. Sofianto, “Integrasi Target dan Indikator Sustainable Development Goals (SDGs) ke dalam Perencanaan Pembangunan Daerah di Jawa Tengah,” *J. Litbang Provinsi Jawa Teng.*, vol. 17, no. 1, pp. 25–41, 2019.
- [2] Bappenas, “8. Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi,” SDGs Bappenas. [Online]. Available: <https://sdgs.bappenas.go.id/tujuan-8/>
- [3] H. Damayanti, H. Sasana, and J. A. Prakoso, “ANALISIS PERTUMBUHAN INKLUSIF DALAM KEMISKINAN DI INDONESIA,” *Din. Dir. J. Econ.*, vol. 3, no. 3, pp. 642–652, 2021.
- [4] N. N. Ain, “Pengaruh Investasi Terhadap Pertumbuhan dan Pembangunan Ekonomi,” *Al-tsaman J. Ekon. dan Keuang. Islam*, vol. 3, no. 1, pp. 162–169, 2021.
- [5] T. Salvatore and M. A. Esra, “Pengaruh overconfidence, herding, regret aversion, dan risk tolerance terhadap pengambilan keputusan investasi investor,” *J. Manaj.*, vol. 10, no. 2, pp. 48–56, 2020.

