

**PENGARUH EDUKASI SADAR INVESTASI TERHADAP MINAT
INVESTASI MELALUI MEDIA SOSIAL SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING DI KALANGAN MAHASISWA**

Shofatun Nida, Mauludin Jihad Alfiyan Mubarak, Dzakiyya Salma Kamila

Manajemen, Universitas Pekalongan,

Jl. Sriwijaya No.3, Bendan, Kec. Pekalongan Bar., Kota Pekalongan, Jawa
Tengah 51119

*E-mail : shofatunnida26@gmail.com

Diterima 8 Februari 2023, direvisi 27 Maret 2023, diterbitkan 28 April 2023

ABSTRAK

Minimnya kesadaran investasi pada kalangan mahasiswa, menjadikan perlu adanya edukasi yang dilakukan secara efektif. Edukasi ini dapat direalisasikan melalui jaringan media sosial karena sifatnya yang cepat tersebar dan mudah diakses. Melihat kalangan mahasiswa yang gemar berselancar di media sosial, menunjukkan adanya peluang untuk memberikan pengaruh akan pentingnya kesadaran investasi dengan menyajikan konten-konten yang menarik. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif. Variabel yang digunakan dalam analisis adalah variabel Y minat investasi, variabel X kuantitas edukasi sadar investasi disertai variabel Z media sosial sebagai variabel intervening. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan menggunakan angket atau kuesioner. Populasi dari penelitian ini adalah generasi milineal dengan umur 18-25 tahun di Universitas Pekalongan. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh edukasi sadar investasi terhadap minat investasi kalangan mahasiswa. Hal ini menunjukkan manfaat ataupun peranan media sosial di era saat ini yang mampu memberi pengaruh kepada mahasiswa untuk berinvestasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kuantitas edukasi sadar investasi berpengaruh positif signifikan terhadap media sosial, Kuantitas edukasi sadar investasi berpengaruh positif signifikan terhadap minat investasi, media sosial berpengaruh positif signifikan terhadap minat investasi, dan media sosial mampu memediasi hubungan antara Kuantitas edukasi sadar investasi terhadap minat investasi.

**Kata Kunci : Kuantitas Edukasi Sadar Investasi,
Minat Investasi, Media Sosial**

1. Pendahuluan

Pasar modal menempati posisi yang krusial berkaitan dengan usaha meningkatkan pembangunan ekonomi negara. Pasar modal menjadi wadah atau tempat bertemunya antara pihak yang membutuhkan dana atau biasa disebut *issuer* dengan pihak yang memiliki kelebihan dana atau disebut investor. Investor perorangan maupun badan usaha dapat menginvestasikan sebagian dana yang dimiliki melalui pasar modal, sehingga dari keuntungan investasi itu lah dapat digunakan sebagai tambahan modal, serta menambah jaringan usaha di pasar modal (Firdhausa & Apriani, 2021).

Adanya perkembangan teknologi dan perkembangan jaringan internet yang pesat, menjadikan investasi di masa ini dapat dilakukan oleh semua kalangan. Sehingga seringkali kita jumpai pada situasi investasi di pasar modal kini didominasi oleh investor generasi millennial. Salah satu kategori yang termasuk dalam generasi millennial adalah kalangan mahasiswa. Perkembangan teknologi yang ada pada saat ini juga memberikan keuntungan bagi para investor dalam memilih metode untuk menjalankan sebuah investasi. Hal ini juga menjadi salah satu akibat yang menguntungkan dengan adanya media internet yang sangat membantu para investor untuk mencari informasi mengenai jenis dan langkah-langkah berinvestasi sebelum membuat keputusan. Selain itu, trend media sosial yang saat ini banyak digunakan sebagai sarana sosialisasi dalam berinvestasi membuat generasi millennial dapat dengan mudah mengakses informasi mengenai investasi (Upadana & Herawati, 2020).

Investasi pada saat ini menjadi salah satu sarana pembangunan yang dibutuhkan Indonesia agar dapat memajukan tingkat kesejahteraan

masyarakatnya. Dengan adanya media sosial, konten edukasi mengenai investasi menjadi tersebar secara merata dan mudah diakses. Edukasi yang disajikan memiliki kemungkinan untuk memberikan pengaruh terhadap sadarnya investasi generasi millennial dikalangan mahasiswa yang belum melek pentingnya investasi. Minimnya kesadaran yang dimiliki mahasiswa ini disebabkan oleh anggapan berinvestasi di pasar modal sulit dipahami dan membutuhkan modal yang sangat besar sehingga menimbulkan keraguan (Bakhri, 2018) .

Tujuan Penelitian :

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh edukasi sadar investasi terhadap media sosial
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh edukasi sadar investasi terhadap minat investasi di kalangan mahasiswa
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh media sosial terhadap minat investasi di kalangan mahasiswa
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh edukasi sadar investasi terhadap minat investasi melalui media sosial di kalangan mahasiswa

2. Literatur dan Pengembangan Hipotesis

1. Pasar Modal

Pasar modal merupakan wadah atau sarana bertemunya antar pihak yang membutuhkan dana atau biasa disebut *issuer* dengan pihak yang memiliki kelebihan dana atau disebut investor (Firdhausa & Apriani, 2021).

2. Investasi

Masri Situmorang berpendapat, pengetahuan investasi merupakan suatu wawasan fundamental terkait investasi yang memiliki manfaat untuk mengetahui mengenai tujuan, risiko, tingkat pengembalian investasi, instrument pasar modal dan sebagainya bagi seseorang. Sedangkan menurut Kusmawati, ketika dalam berinvestasi akan dipengaruhi oleh minat investasi yaitu perasaan kagum dan ingin tahu lebih dalam mengenai jenis-jenis investasi yang ada mulai dari keunggulan, kekurangan, performa investasi, yang kemudian dipelajari lebih jauh atau mengambil tindakan untuk langsung mencoba berinvestasi bahkan meningkatkan jumlah investasi sebelumnya. Sementara itu, pandangan Widyastuti mengenai minat investasi adalah sebuah dorongan untuk berinvestasi yang muncul setelah mengamati dan menganalisis serta mempertimbangkan dengan harapan seseorang melakukan berbagai kegiatan yang berhubungan dengan investasi (Putra & Qodary, 2021).

3. Media sosial

Media sosial yang mampu memberikan informasi yang cepat, dimana saja dan kapan saja sangat membantu orang-orang yang membutuhkan informasi tertentu salah satunya informasi tentang pasar modal dan investasi. Mulai dari perkembangan dan pergerakan harga saham hingga informasi tentang perusahaan-perusahaan yang

membutuhkan dana melalui penjualan saham di bursa efek. Dalam penelitian Mubarak (2018) menyatakan bahwa media sosial berperan cukup besar sebagai media sosialisasi dan edukasi investasi saham. Teknologi media sosial ini digunakan menjadi salah satu faktor yang diduga mempengaruhi minat investasi mahasiswa melalui tiga indikator yaitu intensitas penggunaan media sosial, pemanfaatan media sosial dan efektifitas penggunaan media sosial untuk me-ningkatkan minat investasi mahasiswa (Citra Pratiwi, Susi Yunarti, 2021).

2.1 Hubungan antara konten edukasi sadar investasi (X) terhadap media sosial (Z)

Konten edukasi merupakan ajang penyebaran informasi yang dilakukan oleh pihak tertentu demi sebuah tujuan yang ingin dicapai. Adanya konten, tentunya akan menjadi cara setiap individu untuk menyalurkan kreativitasnya dalam memberikan edukasi sadar investasi. Banyaknya jumlah konten yang diberikan dapat menentukan rating media sosial bagi pemiliknya lalu menjadi tolak ukur bagi berkembangnya media sosial tersebut. Jadi, dapat disimpulkan bahwa semakin banyak jumlah konten edukasi sadar investasi yang diberikan, maka akan berpengaruh terhadap berkembangnya media sosial sehingga mampu menjangkau audience lebih banyak lagi.

Adanya hubungan antara kedua variabel diatas, akan memunculkan dugaan atau hipotesa nol (H_0) dan hipotesa alternatif (H_a) sebagai berikut :

- H_0 : Kuantitas konten edukasi sadar investasi tidak memberikan pengaruh terhadap pengguna media sosial
- H_a : Kuantitas konten edukasi sadar investasi memberikan pengaruh terhadap pengguna media sosial

2.2 Hubungan antara konten edukasi sadar investasi (X) terhadap minat investasi di kalangan mahasiswa (Y)

Minat merupakan ketertarikan individu terhadap suatu hal tertentu yang menjadi titik fokusnya. Minat belajar kalangan mahasiswa terhadap investasi berhubungan dengan kuantitas konten edukasi investasi yang diberikan. Banyaknya jumlah konten akan meningkatkan pemahaman mahasiswa dalam berinvestasi sehingga menemui titik kesadaran bahwa berinvestasi itu penting dan yakin untuk memulainya. Jadi dapat disimpulkan bahwa semakin banyak konten edukasi sadar investasi yang diberikan, maka berpengaruh terhadap minat mahasiswa untuk berinvestasi karena semakin besar keyakinan dan pemahaman mereka.

Adanya hubungan antara kedua variabel diatas, akan memunculkan dugaan atau hipotesa nol (H_0) dan hipotesa alternatif (H_a) sebagai berikut :

- H_0 : Kuantitas konten edukasi sadar investasi tidak memberikan pengaruh terhadap minat investasi dikalangan mahasiswa
- H_a : Kuantitas konten edukasi sadar investasi memberikan pengaruh terhadap minat investasi dikalangan mahasiswa

2.3 Hubungan antara media sosial (Z) terhadap minat investasi di kalangan mahasiswa (Y)

Media sosial sudah tak asing lagi dikalangan generasi millennial terutama mahasiswa. Sudah tak asing lagi, dengan adanya media sosial yang menjadi teknologi pemabantu dalam memudahkan dan mempercepat baik dalam

melakukan kegiatan maupun memperoleh informasi. Segala informasi dapat tersampaikan dengan baik dengan dikemas sedemikian rupa agar menarik perhatian audience. Peluang inilah yang digunakan para individu untuk membuat konten edukasi sadar investasi kemudian menyalurkan konten tersebut ke media sosial agar tergapai sasaran audience yang ditargetkan. Media sosial pun memiliki banyak *platform*, seperti instagram, facebook, twitter, youtube, tiktok dan masih banyak lagi. Setiap mahasiswa tentulah memiliki *platform* media sosial tersendiri yang dirasa paling nyaman atau paling menarik untuk diakses dalam mencari konten edukasi sadar investasi. Jadi, dapat disimpulkan bahwa media sosial memiliki pengaruh terhadap minat mahasiswa sebagai saluran belajar investasi dengan *platform* sesuai keinginan dan kebutuhan mereka..

Adanya hubungan antara kedua variabel diatas, akan memunculkan dugaan atau hipotesa nol (H_0) dan hipotesa alternatif (H_a) sebagai berikut :

- H_0 : Media sosial tidak memberikan pengaruh terhadap minat investasi dikalangan mahasiswa
- H_a : Media sosial memberikan pengaruh terhadap minat investasi dikalangan mahasiswa

2.4 Hubungan antara konten edukasi sadar investasi (X) terhadap minat investasi (Y) melalui media sosial (Z) di kalangan mahasiswa

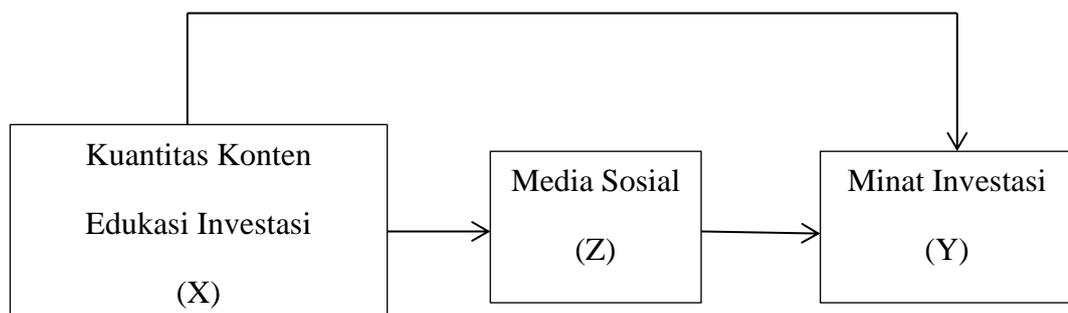
Minat merupakan ketertarikan individu terhadap suatu hal tertentu yang menjadi titik fokusnya. Minat belajar kalangan mahasiswa terhadap investasi berhubungan dengan kuantitas konten edukasi investasi yang diberikan. Banyaknya jumlah konten akan meningkatkan pemahaman mahasiswa dalam berinvestasi sehingga menemui titik kesadaran bahwa berinvestasi itu penting dan

yakin untuk memulainya. Konten edukasi ini banyak dijumpai dalam *platform-platform* media sosial yang sering digunakan mahasiswa. Konten edukasi sadar investasi yang dibagikan melalui media sosial akan berpengaruh terhadap meningkatnya minat mahasiswa dalam berinvestasi sehingga semakin percaya diri dan berkaitan dengan semakin banyaknya jumlah video edukasi yang tersebar akan memberikan perkembangan atau rating yang semakin baik kedepannya.

Adanya hubungan antara kedua variabel diatas, akan memunculkan dugaan atau hipotesa nol (H_0) dan hipotesa alternatif (H_a) sebagai berikut :

- H_0 : Kuantitas konten edukasi sadar investasi melalui media sosial tidak memberikan pengaruh terhadap minat investasi dikalangan mahasiswa
- H_a : Kuantitas konten edukasi sadar investasi melalui media sosial memberikan pengaruh terhadap minat investasi dikalangan mahasiswa

2.5 Model Empiris



3. Metode Penelitian

3.1 Pengumpulan Data dan Pengukuran

Pengumpulan data yang dilakukan akan membantu dalam mendapatkan informasi yang selanjutnya akan diolah sehingga diperoleh hasil penelitian yang akurat dan terpercaya. Objek penelitian dalam karya tulis ilmiah ini yaitu mahasiswa di kota dan/ kabupaten Pekalongan dengan jumlah 100 orang yang ditentukan berdasarkan rumus solvin. Berikut metode pengumpulan data yang digunakan :

- Kuesioner atau angket

Teknik pengumpulan data melalui kuesioner atau angket ini dilakukan menggunakan google form yang disebarkan pada objek penelitian yaitu mahasiswa di kota dan/ kabupaten Pekalongan dengan jumlah 100 orang melalui link. Google form berisi seputar pertanyaan sesuai judul dan tema penelitian yang harus dijawab oleh setiap responden

3.2 Analisis Data dan Hasil

1. Analisis Data

Data yang diolah dalam penelitian ini berbentuk deskriptif karena penelitian dalam karya tulis ilmiah ini berbentuk kualitatif. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis adanya pengaruh edukasi sadar investasi terhadap minat investasi melalui media sosial sebagai variabel intervening di kalangan mahasiswa. Data yang digunakan merupakan data yang diambil dari kuesioner dengan 100 responden yang merupakan mahasiswa di kota dan/ kabupaten Pekalongan. Variabel yang digunakan dalam analisis adalah variabel X yaitu kuantitas konten edukasi sadar investasi serta variabel Y yaitu minat investasi didukung dengan variabel Z sebagai intervening yaitu media sosial. Kuesioner yang dibuat dengan

variabel tersebut memiliki beberapa pertanyaan yang sesuai sebagai berikut :

- Latar belakang Responden

Latar belakang responden berisi pertanyaan seputar karakteristik atau background setiap individu yang dapat memperkuat hasil penelitian. Latar belakang responden ini berisi tentang nama, jenis kelamin, dan umur.

Hasil yang didapatkan yaitu :

Tabel 3.1 Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
Laki-laki	32	32%
Perempuan	68	62%
Total	100	100%

Berdasarkan tabel 3.1 diatas, jenis kelamin dengan presentase keseluruhan 100% yang berisi jenis kelamin perempuan berjumlah 68 orang dengan presentase 68% dan jenis kelamin laki-laki dengan jumlah 32 orang dengan presentase 32%. Ini menunjukkan bahwa jumlah responden perempuan dalam pengisian kuisisioner lebih unggul daripada laki-laki.

Tabel 3.2 Usia

Usia	Frekuensi	Presentase
18 tahun	0	0%
19 tahun	14	14%
20 tahun	23	23%

21 tahun	31	31%
22 tahun	25	25%
23 tahun	4	4%
24 tahun	3	3%
25 tahun	0	0%
Total	100	100%

Berdasarkan tabel 3.2 diatas mengenai usia responden dapat dilihat bahwa mahasiswa yang berusia 21 tahun lebih banyak dengan presentase 31% berjumlah 31 orang, disusul usia 22 tahun dengan presentase 25% berjumlah 25 orang, usia 20 tahun dengan presentase 23% berjumlah 23 orang, usia 19 tahun dengan presentase 14% berjumlah 14 orang, usia 23 tahun dengan presentase 4% berjumlah 4 orang, dan usia 24 tahun dengan presentase 3% berjumlah 3 orang.

2. Hasil

Tabel 3.3 Hasil jawaban responden tentang pentingnya investasi untuk masa depan

Jawaban	Jumlah	Presentase
Iya	97	97%
Netral	3	3%
Tidak	0	0%
Total	100	100%

Tabel 3.3 diatas menunjukkan 97% responden berpendapat bahwa investasi dinilai penting untuk masa depan, sedangkan 3% responden

berpendapat netral, dan tidak ada responden yang berpendapat bahwa investasi tidak penting. Dapat disimpulkan bahwa mahasiswa yang ada di Kota Pekaongan dan/ Kab. Pekalongan sudah menyadari investasi merupakan hal yang penting.

Tabel 3.4 Hasil jawaban responden tentang seringnya menonton konten edukasi investasi di media sosial

Jawaban	Jumlah	Presentase
Iya	42	42%
Netral	53	53%
Tidak	5	5%
Total	100	100%

Tabel 3.4 diatas menunjukkan 42% responden mengatakan sering menonton konten edukasi investasi di media sosial, 53% responden mengatakan netral, dan 5% mengatakan tidak sering menonton konten edukasi investasi di media sosial. Dapat disimpulkan bahwa masih rendahnya keinginan mahasiswa untuk sering menonton konten edukasi investasi di media sosial. Hal ini dapat menjadi salah satu penyebab kurangnya kesadaran mereka untuk memulai investasi di pasar modal.

Tabel 3.5 Hasil jawaban responden tentang *platform* media sosial yang sering digunakan untuk menonton konten edukasi investasi

Jawaban	Jumlah	Presentase
----------------	---------------	-------------------

Youtube	42	42%
Instagram	33	33%
Tiktok	25	25%
Total	100	100%

Tabel 3.5 diatas menunjukkan 42% responden lebih sering menggunakan youtube sebagai *platform* untuk menonton konten edukasi investasi, 33% lebih sering menggunakan instagram, dan 25% lebih sering menggunakan tiktok. Dapat disimpulkan bahwa youtube menjadi pilihan yang paling menarik sebagai media pembelajaran investasi bagi mahasiswa.

Tabel 3.6 Hasil jawaban responden tentang ketertarikan/minat terhadap investasi setelah menonton konten edukasi investasi

Jawaban	Jumlah	Presentase
Iya	67	67%
Netral	32	32%
Tidak	1	1%
Total	100	100%

Tabel 3.6 diatas menunjukkan 67% responden mengatakan muncul ketertarikan/minat terhadap investasi setelah menonton konten edukasi investasi di media sosial, 32% responden mengatakan netral, dan 1% mengatakan tidak ada ketertarikan/minat. Dapat disimpulkan bahwa

konten media sosial dapat menumbuhkan minat mahasiswa untuk berinvestasi.

Tabel 3.7 Hasil Jawaban responden tentang media sosial menjadi alternatif yang tepat untuk penyebaran konten edukasi investasi

Jawaban	Jumlah	Presentase
Iya	90	90%
Netral	10	10%
Tidak	0	0%
Total	100	100%

Tabel 3.7 diatas menunjukkan 90% responden mengatakan bahwa media sosial menjadi alternatif yang tepat untuk penyebaran konten edukasi investasi, 10% responden mengatakan netral, dan 0% mengatakan tidak. Dapat disimpulkan bahwa media sosial dapat memberikan solusi bagi mahasiswa yang ingin belajar investasi karena dapat diakses dimana saja dan kapan saja.

Tabel 3.8 Hasil jawaban responden tentang semakin banyak konten edukasi investasi yang ditonton dapat semakin menarik minat dalam berinvestasi

Jawaban	Jumlah	Presentase
Iya	73	73%
Netral	27	27%

Tidak	0	0%
Total	100	100%

Tabel 3.8 diatas menunjukkan 73% responden mengatakan bahwa semakin banyak konten edukasi investasi yang ditonton dapat semakin menarik minat dalam berinvestasi, 27% responden mengatakan netral, dan 0% mengatakan tidak. Dapat disimpulkan bahwa mahasiswa akan merasa yakin untuk berinvestasi ketika semakin banyak konten yang ia tonton.

4. Diskusi, Implikasi, Kesimpulan, Keterbatasan Penelitian

4.1 Diskusi

Melihat hasil penelitian mengenai “pengaruh edukasi sadar investasi terhadap minat investasi melalui media sosial sebagai variabel intervening di kalangan mahasiswa” yang disebarakan melalui kuesioner, memunculkan berbagai tanggapan responden yang berhubungan dengan penelitian ini. 93% mahasiswa mengatakan bahwa investasi merupakan hal yang penting untuk masa depan, tingginya presentase ini menunjukkan tingkat awal kesadaran yang tinggi. Seringnya menonton konten edukasi investasi menjadi salah satu jembatan yang dipilih untuk menjawab rasa penasaran dan belajar setelah memiliki kesadaran pentingnya investasi, terbukti dengan tanggapan responden dengan presentase 42% setuju dengan hal ini. Konten yang ditonton dapat ditemui dengan mudah di media sosial, seperti youtube, instagram, tiktok dan lainnya. Namun mahasiswa

cenderung lebih menyukai youtube terbukti dengan hasil kuesioner dengan presentase 42%. Bahkan, 62% mahasiswa menjadi semakin tertarik dan minat untuk berinvestasi setelah menonton konten edukasi investasi di media sosial. Tak heran, jika 90% mahasiswa pada akhirnya beranggapan jika media sosial menjadi alternatif yang tepat untuk penyebaran konten-konten tersebut. Apalagi jika konten edukasi yang ditonton semakin banyak, maka dapat menambah keyakinan mahasiswa, dibuktikan dengan 73% mahasiswa setuju. Jadi, dapat diketahui bahwa konten edukasi investasi melalui media sosial dapat menarik minat mahasiswa dalam berinvestasi didukung dengan jumlah atau kuantitas konten yang ditonton.

4.2 Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat diambil implikasi sebagai berikut ; 1.) Implikasi Teoritis : Menonton konten edukasi investasi dapat memberikan kesadaran mahasiswa agar lebih sadar dan berani memulai investasi. Munculnya minat akan beriringan dengan motivasi yang tinggi untuk terus belajar dengan sering menonton konten sehingga tercapai tujuan investasi tiap mahasiswa. 2.) Implikasi Praktis : Adanya media sosial didukung dengan *platformnya* yang semakin beragam setidaknya menjadi faktor pendukung mahasiswa lebih mudah mengakses konten edukasi investasi. Jadi, bagi mahasiswa yang ingin memulai berinvestasi, mulailah dengan belajar melalui konten yang ada di media sosial karena mudah dijumpai dan bisa diakses kapan saja serta dimana saja. Setelah yakin,

maka tindakan yang diambil tentunya tidak gegabah sehingga akan memberikan imbal hasil yang optimal.

4.3 Kesimpulan

Berdasarkan hasil kuesioner yang dijawab responden, dapat diambil kesimpulan bahwa 97% mahasiswa di Kota dan/ Kab. Pekalongan sudah sadar akan pentingnya investasi. Tingginya presentase ini menjadi awal yang baik untuk meningkatkan motivasi belajar lebih dalam seperti melalui media sosial. Namun hanya 42% mahasiswa yang sering menonton konten edukasi investasi di media sosial. Mereka yang menonton konten ini kebanyakan memilih youtube sebagai *platform* yang paling sering digunakan. Setelah menonton, mahasiswa mulai muncul ketertarikan dengan didukung banyaknya jumlah konten yang ditonton. Dapat terlihat bahwa media sosial menjadi alternatif yang tepat bagi berkembangnya pasar modal Indonesia melalui konten-konten yang disebar di media sosial dengan mahasiswa sebagai salah satu target sasarnya.

4.4 Keterbatasan

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah :

1. Keterbatasan waktu untuk melakukan penelitian yang lebih spesifik
2. Masih adanya mahasiswa di Kota dan/ Kab. Pekalongan yang belum mengerti investasi sehingga ragu untuk mengisi kuesioner

5. Daftar Pustaka

- Bakhri, S. (2018). Minat Mahasiswa Dalam Investasi Di Pasar Modal. *Al-Amwal : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah*, 10(1), 146. <https://doi.org/10.24235/amwal.v10i1.2846>
- Citra Pratiwi, Susi Yunarti, A. (2021). Pemanfaatan Media Sebagai Saluran Untuk Memperoleh Informasi Tentang Investasi. *Jurnal IKRAITH-HUMANIORA*, Vol 5(3), 101.
- Firdhaua, F., & Apriani, R. (2021). Pengaruh platform media sosial terhadap minat generasi milenial dalam berinvestasi di Pasar modal. *Supremasi Hukum*, 17(2), 96–103.
- Putra, R. J., & Qodary, H. F. (2021). Pengaruh Pengenaan Bea Materai Dan Kemudahan Teknologi Investasi Terhadap Minat Investasi Yang Dimoderasi Oleh Sosial Media Edukasi Saham. *Uta45 Jakarta*, 6(1), 31–39.
- Upadana, I. W. Y. A., & Herawati, N. T. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan dan Perilaku Keuangan terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika*, 10(2), 126. <https://doi.org/10.23887/jiah.v10i2.25574>