

SKRIPSI

PENGARUH PENGETAHUAN INVESTASI, *INDIVIDUAL INCOME*, DAN *INFLUENCER* MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BERINVESTASI GENERASI MILENIAL PROVINSI BALI DI BURSA EFEK INDONESIA



POLITEKNIK NEGERI BALI

**NAMA : GUSTI AYU PUTRI YUNITA DEWI
NIM : 1815644012**

**PRODI SARJANA TERAPAN AKUNTANSI MANAJERIAL
JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI BALI
2022**

PENGARUH PENGETAHUAN INVESTASI, *INDIVIDUAL INCOME*, DAN *INFLUENCER* MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BERINVESTASI GENERASI MILENIAL PROVINSI BALI DI BURSA EFEK INDONESIA

**Gusti Ayu Putri Yunita Dewi
1815644012**

(Prodi Sarjana Terapan Akuntansi Manajerial, Politeknik Negeri Bali)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan investasi, *individual income*, dan *influencer* media sosial terhadap minat berinvestasi generasi milenial Provinsi Bali di BEI. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Objek dalam penelitian ini merupakan generasi milenial yang lahir pada tahun 1980 sampai dengan tahun 2000 yang berdomisili di Provinsi Bali. Pengambilan sampel menggunakan rumus *slovin* sehingga diperoleh 100 responden dari total populasi. Teknik pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling*. Dan pengumpulan data menggunakan kuisioner secara *online*, yang penyebarannya dibantu dengan media *google form*. Data kemudian dianalisis dengan analisis regresi linier berganda yang pengolahannya menggunakan aplikasi IBM SPSS *Statistic* 23.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan investasi, *individual income*, dan *influencer* media sosial berpengaruh positif dan signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap minat berinvestasi generasi milenial Provinsi Bali di BEI.

Kata kunci: Pengetahuan Investasi, Individual Income, Influencer Media Sosial, Generasi Milenial, dan Minat Berinvestasi

***THE INFLUENCE OF INVESTMENT KNOWLEGDE,
INDIVIDUAL INCOME, AND SOCIAL MEDIA
INFLUENCER TOWARD MILLENNIAL
GENERATION BALI INVESTING INTEREST
ON INDONESIA STOCK EXCHANGE***

Gusti Ayu Putri Yunita Dewi

1815644012

(Prodi Sarjana Terapan Akuntansi Manajerial, Politeknik Negeri Bali)

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of investment knowledge, individual income, and social media influencers on the investment interest of the millennial generation of Bali Province on the IDX. This study uses a quantitative approach. The object of this research is the millennial generation who were born in 1980 to 2000 who are domiciled in the province of Bali. Sampling using the Slovin formula so that 100 respondents were obtained from the total population. The sampling technique used is simple random sampling. And data collection using online questionnaires, the distribution of which is assisted by google form media. The data were then analyzed by multiple linear regression analysis, which was processed using the IBM SPSS Statistic 23.0 application. The results of the study show that investment knowledge, individual income, and social media influencers have a positive and significant effect both partially and simultaneously on the investment interest of the millennial generation of Bali Province on the IDX.

Keywords: Investment Knowledge, Individual Income, Social Media Influencers, Millennial Generation, and Investment Interest

**PENGARUH PENGETAHUAN INVESTASI, *INDIVIDUAL
INCOME*, DAN *INFLUENCER* MEDIA SOSIAL
TERHADAP MINAT BERINVESTASI
GENERASI MILENIAL PROVINSI
BALI DI BURSA EFEK INDONESIA**

SKRIPSI

**Dibuat sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Terapan Akuntansi pada Program Studi Sarjana Terapan
Akuntansi Manajerial Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Bali**

**NAMA : GUSTI AYU PUTRI YUNITA DEWI
NIM : 1815644012**

**PRODI SARJANA TERAPAN AKUNTANSI MANAJERIAL
JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI BALI
2022**

SURAT PERNYATAAN ORISINIL KARYA ILMIAH

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Gusti Ayu Putri Yunita Dewi
NIM : 1815644012
Program Studi : Sarjana Terapan Akuntansi Manajerial

Menyatakan bahwa sesungguhnya Sripsi:

Judul : Pengaruh Pengetahuan Investasi, *Individual Income*, dan *Influencer* Media Sosial terhadap Minat Berinvestasi Generasi Milenial Bali di Bursa Efek Indonesia
Pembimbing : 1. I Wayan Karmana, S.E., M.M.
2. I Komang Sugiarta, S.E., M.M.A.
Tanggal Ujian : 10 Agustus 2022

Skripsi yang ditulis merupakan karya sendiri dan orisinal, bukan merupakan kegiatan plagiat atau saduran karya pihak lain serta belum pernah diajukan sebagai syarat atau bagian dari syarat untuk memperoleh gelar kesarjanaan dari perguruan tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Badung, 10 Agustus 2022



Gusti Ayu Putri Yunita Dewi

SKRIPSI

PENGARUH PENGETAHUAN INVESTASI, *INDIVIDUAL INCOME*, DAN *INFLUENCER* MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BERINVESTASI GENERASI MILENIAL PROVINSI BALI DI BURSA EFEK INDONESIA

DIAJUKAN OLEH:

NAMA : GUSTI AYU PUTRI YUNITA DEWI
NIM : 1815644012

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik oleh:

DOSEN PEMBIMBING 1



I Wayan Karmana, S.E., M.M.
NIP. 197610071996021001

DOSEN PEMBIMBING 2



I Komang Sugiarta, S.E., M.M.A.
NIP. 196201061992121001

JURUSAN AKUNTANSI
KETUA



I Made Sudana, S.E., M.Si.
NIP. 196112281990031001

SKRIPSI

PENGARUH PENGETAHUAN INVESTASI, *INDIVIDUAL INCOME*, DAN *INFLUENCER* MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BERINVESTASI GENERASI MILENIAL PROVINSI BALI DI BURSA EFEK INDONESIA

Telah Dinyatakan Lulus Ujian Pada:
Tanggal 10 bln Agustus thn 2022
PANITIA PENGUJI
KETUA:



I Wayan Karmana, S.E., M.M.
NIP: 197610071996021001

ANGGOTA:



2. Wayan Tari Indra Putri, S.S.T.Ak., M.Si.
NIP: 199212272019032027



3. I Ketut Suwintana, S.Kom., M.T.
NIP: 1978011922002121001

KATA PENGANTAR

Puji syukur dipanjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa (Ida Sang Hyang Widhi Wasa), karena atas berkat dan rahmat-Nya skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan lancar. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Terapan Akuntansi Manajerial pada Politeknik Negeri Bali. Sangat disadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak sangatlah sulit untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu terima kasih diucapkan kepada:

1. I Nyoman Abdi, SE., M. eCom, selaku Direktur Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan kesempatan untuk menuntut Pendidikan di Politeknik Negeri Bali.
2. I Made Sudana, SE., M.Si, selaku Ketua Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan pengarahan dan petunjuk untuk menyelesaikan studi di Politeknik Negeri Bali.
3. I Made Bagiada, SE., M.Si., Ak., selaku Sekretaris Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan pengarahan dan petunjuk dalam menyelesaikan studi di Politeknik Negeri Bali.
4. Cening Ardina, SE., M. Agb., selaku Ketua Program Studi Sarjana Terapan Akuntansi Manajerial yang telah memberikan petunjuk dan pengarahan dalam menyelesaikan proposal penelitian sebagai salah satu syarat dalam penyusunan skripsi.

5. I Wayan Karmana, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing dan mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
6. I Komang Sugiarta, S.E., M.M.A., selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing dan mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
7. Para Dosen Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Bali yang telah mendidik dan membekali saya dengan ilmu pengetahuan selama mengikuti perkuliahan di Prodi Sarjana Terapan Akuntansi Manajerial Politeknik Negeri Bali.
8. Ajik dan Byang yang telah memberikan dukungan kepada saya, baik secara material dan moral.
9. Ari Kurniawan yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk direpotkan dalam proses penyusunan skripsi ini.
10. Teman-teman yang telah banyak membantu dan mendukung saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan dapat dipergunakan untuk menambah pengetahuan dan bahan masukan bagi penelitian selanjutnya. Disadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu saran dan kritik selalu diharapkan demi perbaikan lebih lanjut.

Badung, 10 Agustus 2022

Gusti Ayu Putri Yunita Dewi

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Depan.....	i
ABSTRAK	ii
<i>ABSTRACT</i>	iii
Halaman Prasyarat Gelar Sarjana Terapan.....	iv
Halaman Surat Pernyataan Orisinalitas Karya Ilmiah	v
Halaman Persetujuan	vi
Halaman Penetapan Kelulusan.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Batasan Masalah	6
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
BAB V	9
A. Simpulan	9
B. Implikasi	9
C. Saran	10
DAFTAR PUSTAKA	12

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1_Demografi Usia Investor 2

DAFTAR GAMBAR

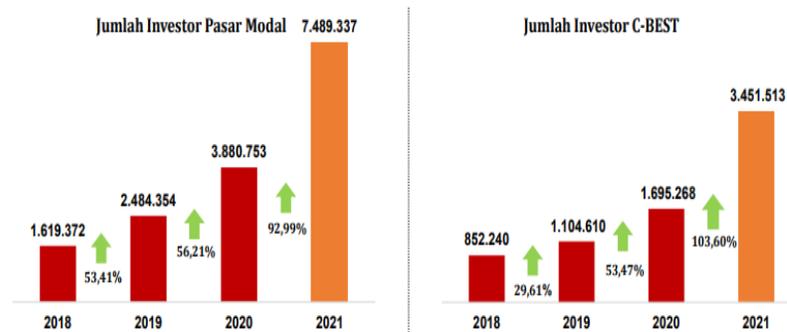
Gambar 1. 1 Pertumbuhan Investor di BEI	1
Gambar 1. 2 Demografi Investor Bali	3

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bursa Efek Indonesia (BEI) mencatat jumlah investor yang sangat pesat pada tahun 2021. Tercatat investor mencapai jumlah 7,49 juta pada tahun 2021, meningkat 92,99% dari 3,88 juta investor pada akhir 2020, hal tersebut berdasarkan data yang diunggah oleh Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI). Menurut Direktur BEI Inarno Djajadi, BEI menarik 3,6 juta pengguna baru. Investor pasar modal, lebih dari delapan kali lipat dibandingkan tahun 2016 (CNN Indonesia, 2021). Dari total jumlah investor di pasar modal, investor saham atau *C-Best* mencapai 3,45 juta, naik 103,60% dari 1,69 juta investor pada akhir tahun 2020. Data pada tahun 2018 untuk investor pasar modal hingga tahun 2021 dapat dilihat Gambar 1.1 berikut:



Sumber: www.ksei.co.id

Gambar 1. 1 Pertumbuhan Investor di BEI

Menurut statistik pasar modal Indonesia yang diunggah KSEI, kelompok dari 1981-1996 dan 1997-2012 mendominasi investor pasar modal baru.

Dilaporkan 88% atau 2,7 juta diantaranya merupakan investor muda. Menurut Inarto Djajadi dalam keterangan terpisah, kemunculan anak muda akan mendorong pasar modal. Ternyata jumlah investor dengan transaksi aktif harian meningkat 6x dibandingkan tahun 2016 (CNN Indonesia, 2021).

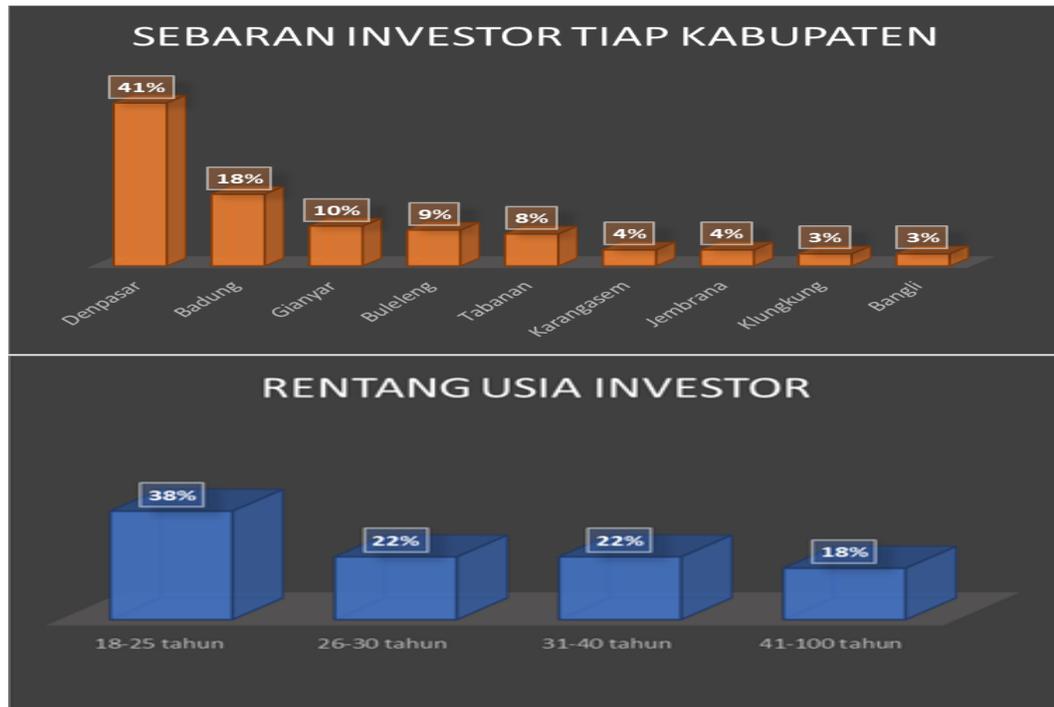
Tabel 1. 1
Demografi Usia Investor

	2020	2021
<= 30 tahun	54,90%	60,02%
31-40 tahun	22,51%	21,46%
41-50 tahun	11,88%	10,45%
51-60 tahun	6,54%	5,16%
>60 tahun	4,17%	2,91%
Total	100%	100%

Sumber: www.ksei.co.id

Lonjakan jumlah investor pasar modal juga terjadi di Provinsi Bali. Menurut Kepala BEI Perwakilan Bali I Gusti Agus Andiyasa, pada tahun 2021 jumlah investor pasar modal adalah sebanyak 148.270 investor. Yang mana jumlah investor baru mengalami peningkatan sebesar 69.653 atau 89% dari tahun 2020. Sementara itu, untuk jumlah investor saham di Bali sepanjang 2021 meningkat sebesar 36.695 investor atau 94,83 persen dari tahun 2020. Jika dilihat dari perkembangan investor saham baru secara konsisten pada tahun 2021 mengalami perkembangan sebesar 119%. Sementara itu, sepanjang tahun 2021, total transaksi saham di Bali sudah mencapai kurang lebih Rp 46,9 triliun. Jumlah ini sudah mencapai 191% dari total transaksi saham di tahun 2020 sebelumnya atau meningkat 91%. Kondisi ini mengindikasikan bahwa minat berinvestasi generasi

milennial Indonesia termasuk Bali sangatlah tinggi. Berikut merupakan demografi sebaran wilayah dan rentang usia investor saham di Provinsi Bali:



Sumber: Tribun Bali, 2021

Gambar 1. 2 Demografi Investor Bali

Pesatnya pertumbuhan investor harus dibarengi dengan pengetahuan investasi yang baik. Pengetahuan dasar investasi merupakan bagian penting bagi calon investor. Dengan begitu, investor dapat menghindari aktivitas investasi yang tidak rasional, aktivitas penipuan serta mengurangi risiko kerugian. Pengetahuan investasi juga mempengaruhi penilaian individu mengenai *return* dan risiko investasi. Dalam berinvestasi, seorang investor harus memahami konsep bahwa *high risk-high return* dan *low risk-low return*. Hal ini karena keuntungan investasi selalu diikuti oleh risiko investasi atau dengan kata lain keuntungan yang diperoleh

berbanding lurus dengan risiko investasi. Dimana semakin besar risiko maka semakin besar keuntungan yang didapat, dan begitu pula sebaliknya.

Individual income juga merupakan hal yang harus dipertimbangkan calon investor sebelum melakukan investasi. Ketika *individual income* relatif rendah dan hanya cukup untuk memenuhi kebutuhan pokok maka tidak dapat menyisihkan *individual income* untuk hal lain seperti investasi. Karena pada dasarnya kebutuhan pokok adalah hal wajib untuk dipenuhi dan investasi adalah suatu bentuk usaha untuk memanfaatkan sisa pendapatan setelah digunakan untuk memenuhi kebutuhan pokok seseorang.

Media sosial memegang peran dalam meningkatnya jumlah investor yang didominasi anak muda. Mengingat pada era ini media sosial merupakan suatu hal wajib yang dimiliki oleh semua orang terutama pada generasi milenial. Media sosial dijadikan tempat untuk saling berbagi kabar hingga informasi dari berbagai belahan dunia. Akibat kondisi ini, banyak bermunculan *influencer* media sosial termasuk pada bidang pasar modal. *Influencer* media sosial merupakan individu yang memiliki popularitas dan kemampuan di media sosial yang bertindak sebagai pihak ketiga dalam menyampaikan, mendeskripsikan, dan merekomendasikan suatu informasi atau topik tertentu melalui media sosial sehingga dapat mempengaruhi audiensnya (Putri dan Tiarawati, 2021). Generasi milenial menganggap bahwa informasi yang disampaikan oleh *influencer* media sosial lebih mudah dicerna, karena disampaikan dengan cara yang menarik.

Pada tahun 2019, BEI merespon fenomena ini dan bekerja sama dengan *influencer* media sosial untuk menciptakan program *influencer incubator* yang merupakan suatu kolaborasi BEI dengan para *influencer* media sosial untuk melakukan edukasi mengenai pasar modal kepada seluruh masyarakat Indonesia. Direktur Pengembangan BEI Hasan Fawzi menyatakan bahwa adanya kolaborasi ini memberikan dampak yang cukup signifikan bagi pertumbuhan investor di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2020 (Liputan 6, 2021).

Berdasarkan fenomena yang telah dipaparkan, peneliti tertarik melihat lebih jauh dan meneliti terkait faktor yang dapat memunculkan minat untuk berinvestasi generasi milenial di BEI. Penelitian terkait sudah pernah dilakukan. Menurut Rusda (2020), dalam penelitiannya yang menggunakan sampel mahasiswa Kota Semarang, menyatakan bahwa pengetahuan investasi dan *individual income* berpengaruh positif pada minat berinvestasi mahasiswa di Semarang. Selanjutnya menurut Hati & Harefa (2019), dalam penelitiannya yang menggunakan sampel mahasiswa jurusan Manajemen Bisnis Politeknik Negeri Malang, menyatakan bahwa pengetahuan pasar modal dan preferensi risiko berpengaruh terhadap minat investasi mahasiswa jurusan Manajemen Bisnis Politeknik Negeri Malang. Namun hasil berbeda diperoleh dari hasil penelitian oleh Malik (2017), dalam penelitiannya menyatakan bahwa pengetahuan investasi tidak memberikan pengaruh pada minat investasi masyarakat dikalangan pemodal syar'e.

Berdasarkan uraian tersebut masih terdapat kesenjangan pada penelitian sebelumnya, sehingga penulis ingin melakukan penelitian terbaru dengan sampel

yang berbeda, dengan judul “**Pengaruh Pengetahuan Investasi, *Individual Income*, dan *Influencer* Media Sosial pada Minat Berinvestasi Generasi Milenial Provinsi Bali di Bursa Efek Indonesia**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah pengaruh pengetahuan investasi terhadap minat berinvestasi generasi milenial Provinsi Bali di BEI?
2. Bagaimanakah pengaruh *individual income* terhadap minat berinvestasi generasi milenial Provinsi Bali di BEI?
3. Bagaimanakah pengaruh *influencer* media sosial terhadap minat berinvestasi generasi milenial Provinsi Bali di BEI?
4. Bagaimanakah pengaruh pengetahuan investasi, *individual income*, dan *influencer* media sosial terhadap minat berinvestasi generasi milenial Provinsi Bali di BEI?

C. Batasan Masalah

Penelitian ini difokuskan kepada generasi milenial yang berdomisili di Provinsi Bali. Menurut Yuswohady dalam artikel *Millennial Trends* Generasi Milenial (*Millennial Generation*), generasi milenial adalah mereka yang lahir tahun 1980 hingga 2000 dan saat ini berusia 22 sampai 42 tahun. *Influencer* media sosial disini merupakan seseorang yang aktif membagikan konten terkait investasi pada media sosialnya dan merupakan warga negara Indonesia.

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Ada pun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Guna mengetahui pengaruh pengetahuan investasi terhadap minat berinvestasi generasi milenial Provinsi Bali di BEI.
- b. Guna mengetahui pengaruh *individual income* terhadap minat berinvestasi generasi milenial Provinsi Bali di BEI.
- c. Guna mengetahui pengaruh *influencer* media sosial terhadap minat berinvestasi generasi milenial Provinsi Bali di BEI.
- d. Guna mengetahui pengaruh pengetahuan investasi, *individual income*, dan *influencer* media sosial terhadap minat berinvestasi generasi milenial Provinsi Bali di BEI.

2. Manfaat Penelitian

Ada pun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat berinvestasi di BEI, serta diharapkan sebagai sarana pengembangan ilmu pengetahuan yang secara teoritis dipelajari di bangku perkuliahan.

b. Manfaat Praktis

1) Untuk Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana yang bermanfaat dalam mengimplementasikan pengetahuan peneliti tentang pentingnya pengetahuan investasi, *individual income*, dan *influencer* media sosial dalam menumbuhkan minat berinvestasi di BEI.

2) Bagi Politeknik Negeri Bali

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan pendidikan Politeknik Negeri Bali dan peningkatan bahan ajar. Penelitian ini juga merupakan perpustakaan tambahan yang dapat digunakan sebagai referensi, informasi dan wawasan untuk mendukung penelitian selanjutnya yang sejenis.

3) Untuk BEI

Dari studi ini bisa berguna sebagai referensi bagi BEI sebagai upaya guna menumbuhkan minat berinvestasi pada generasi milenial.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai pengaruh pengetahuan investasi, *individual income*, dan *influencer* media sosial terhadap minat berinvestasi generasi milenial Provinsi Bali di Bursa Efek Indonesia, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengetahuan investasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi generasi milenial Provinsi Bali di BEI.
2. *Individual income* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi generasi milenial Provinsi Bali di BEI.
3. *Influencer* media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi generasi milenial Provinsi Bali di BEI.
4. Pengetahuan investasi, *individual income*, dan *influencer* media sosial secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap minat berinvestasi generasi milenial Provinsi Bali di BEI.

B. Implikasi

Implikasi adalah suatu konsekuensi atau akibat langsung dari hasil penemuan suatu penelitian ilmiah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pengetahuan investasi, *individual income*, dan *influencer* media sosial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat berinvestasi generasi milenial Provinsi

Bali di BEI. Berdasarkan hasil tersebut, untuk meningkatkan minat masyarakat khususnya generasi milenial untuk berinvestasi di BEI, maka generasi milenial perlu memiliki pengetahuan investasi yang baik, *individual income* yang cukup, dan dibantu dengan adanya *influencer* media sosial yang paham akan seluk beluk dunia investasi.

C. Saran

Berdasarkan hasil analisis dan simpulan di atas, maka saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan hasil penelitian ini dengan menambahkan variabel lain seperti persepsi resiko dan pengalaman teman atau keluarga untuk mengetahui lebih lanjut mengenai pengaruhnya terhadap minat berinvestasi di luar dari variabel pengetahuan investasi, *individual income*, dan *influencer* media sosial yang digunakan pada penelitian ini. Selain itu peneliti selanjutnya juga dapat melakukan penelitian dengan variabel yang sama namun dilakukan di tempat yang berbeda dengan tujuan mencari tahu apakah variabel-variabel terkait memiliki pengaruh yang sama walaupun dengan lokasi penelitian yang berbeda.

2. Bagi Calon Investor

Untuk menumbuhkan minat berinvestasi, maka sebaiknya mempersiapkan diri dengan pengetahuan investasi yang baik, tingkat *individual*

income yang cukup, dan mengikuti akun dari *influencer* media sosial yang ahli dan paham dalam bidang investasi di BEI.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini et al. (2019). *Pengaruh Pengetahuan dan Pemahaman Investasi, Modal Minimum Investasi, Return, Risiko dan Motivasi Investasi terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi di Pasar Modal (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Kota Malang)*.
- Ajzen, I. (1991). Theory of Planned Behavior. *Organizational Human Behavior and Human Decision Processes*.
- Baihaqi, M. (2016). *Pengantar Psikologi Kognitif*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Casalo et al. (2018). *Influencers on Instagram: Antecedents and consequences of opinion leadership*.
- CNN Indonesia. (2021). *Investor Pasar Modal Tembus 7,5 Juta per Desember 2021*. Retrieved from <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20211230132146-92-740527/investor-pasar-modal-tembus-75-juta-per-desember-2021#:~:text=Jakarta%2C%20CNN%20Indonesia%20%2D%2D,hanya%203%2C88%20juta%20orang>.
- Darmawan et al. (2019). *Pengetahuan Investasi, Motivasi Investasi, Literasi Keuangan dan Lingkungan Keluarga Pengaruhnya terhadap Minat Investasi di Pasar Modal*.
- Databoks. (2021). *Penduduk Bali Capai 4,27 Juta, Mayoritas Usia Produktif*. Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/12/03/penduduk-bali-capai-427-juta-mayoritas-usia-produktif>
- Deviyanti et al. (2017). *Pengaruh Norma Subjektif, Persepsi Return, dan Literasi Keuangan terhadap Minat Mahasiswa untuk Berinvestasi Saham di Pasar*

Modal (Studi pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Program SI Universitas Pendidikan Ganesha).

Dewi dan Yunawati. (2018). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa untuk Berinvestasi di Pasar Modal (Studi Pada Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian).

Fauzianti dan Retnosari. (2022). Pengaruh Modal Awal Investasi, Pengetahuan Investasi, dan Sosial Media Influencer terhadap Minat Berinvestasi Mahasiswa Akuntansi Universitas Tidar. *Jurnal Sinar Manajemen*.

Hati dan Harefa. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Berinvestasi di Pasar Modal bagi Generasi Milenial (Studi pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Bisnis Politeknik Negeri Batam).

Kadekova dan Holiencinova. (2018). Influencer marketing as a modern phenomenon creating a new frontier of virtual opportunities. *Communication Today*, 9(2).

Karagiannaki dan Platt. (2015). The Changing Distribution of Individual Income in the UK Before and After Recession. *Central for Analytis of Social Exclusion London School of Economics*.

Khairani, M. (2017). *Psikologi Belajar*. Yogyakarta: Aswara Pressindo.

Kusmawati. (2011). Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Berinvestasi Di Pasar Modal Dengan Pemahaman Investasi Dan Usia Sebagai Variabel Moderat. *Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi (Jenius) Vo. 1 No.2 P:ISSN:2302-514X. e:ISSN:2303-1018*.

Latha, R. (2016). "Investor's Behaviour Towards Investment Intention: A Study Of Investors Of Mutual Funds In Naapattinan District". *International Journal of Innovative Research and Advanced Studies (IJIRAS), Vol. 3, Issue 9*.

- Leibenstein. (1975). Bandwagon, Snob, and Veblen Effect in the Theory of Consumers's Demand. *The Quarterly Journal of Economics*.
- Linda dan Bloom. (2017). The Bandwagon Effect. *Psychology Today*.
- Liputan 6. (2021). *Genjot Edukasi Pasar Modal, BEI Bakal Gandeng Influencer Saham*. Retrieved from <https://www.liputan6.com/saham/read/4490726/genjot-edukasi-pasar-modal-bei-bakal-gandeng-influencer-saham>
- Luthfiyanti et al. (2021). Pengaruh Platform Media Sosial terhadap Minat Generasi Milenial dalam Berinvestasi di Pasar Modal. *Jurnal Pendidikan Tambusai*.
- Malik, A. (2017). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Berinvestasi di Pasar Modal Syariah melalui Bursa Galeri Investasi UISI*.
- Nasrullah, R. (2015). Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi.
- Pajar. (2017). Pengaruh Motivasi Investasi dan Pengetahuan Investasi terhadap Minat Investasi di Pasar Modal pada mahasiswa FE UNY.
- Patrianissa. (2018). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa untuk Melakukan Investasi di Pasar Modal (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara).
- Pratiwi. (2020). Pengaruh Pengetahuan Investasi, Modal Awal Investasi, dan Social Media Influencer terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi di Pasar Modal.
- Puntoadi, D. (2011). Menciptakan Penjualan Melalui Social Media.
- Putri dan Tiarawati. (2021). The Effect of Social Media Influencer and Brand Image On Online Purchase Intention During The Covid-19 Pandemic. The Effect of Social Media Influencer and Brand Image On Online Purchase Intention Du. <https://www.ilomata.org/index.php/ijjm/article/view/261>. *Ilomata*

International Journal of Management. Retrieved from <https://www.ilomata.org/index.php/ijjm/article/view/261>

Rikkers. (2002). The Bandwagon Effect. *The Society for Surgery of the Alimentary Tract*.

Rusda. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Investasi di Pasar Modal pada Mahasiswa di Kota Semarang.

Schmit-Beck. (2015). Bandwagon Effect. *The International Encyclopedia of Political Communication*.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.

Susanti et al. (2018). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Berinvestasi di Galeri Investasi Universitas Negeri Makassar. *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan Ekonomi 2018*.

Syahyunan. (2013). *Manajemen Keuangan*. Medan: USU Press.

Tribun Bali. (2021). *Investor Saham di Bali Tahun 2021 Naik 94,83 Persen, BEI Optimistis Tahun 2022 Semakin Meningkat*. Retrieved from <https://bali.tribunnews.com/2022/01/13/investor-saham-di-bali-tahun-2021-naik-9483-persen-bei-optimistis-tahun-2022-semakin-meningkat?page=1>

Veirman et al. (2017). *Marketing through Instagram influencers: the impact of number of followers and product divergence on brand attitude*.

Winkel, W. (1983). *Psikologi Pengajaran*. Jakarta: PT. Gramedia Widia Sarana Indonesia.