

BAB II

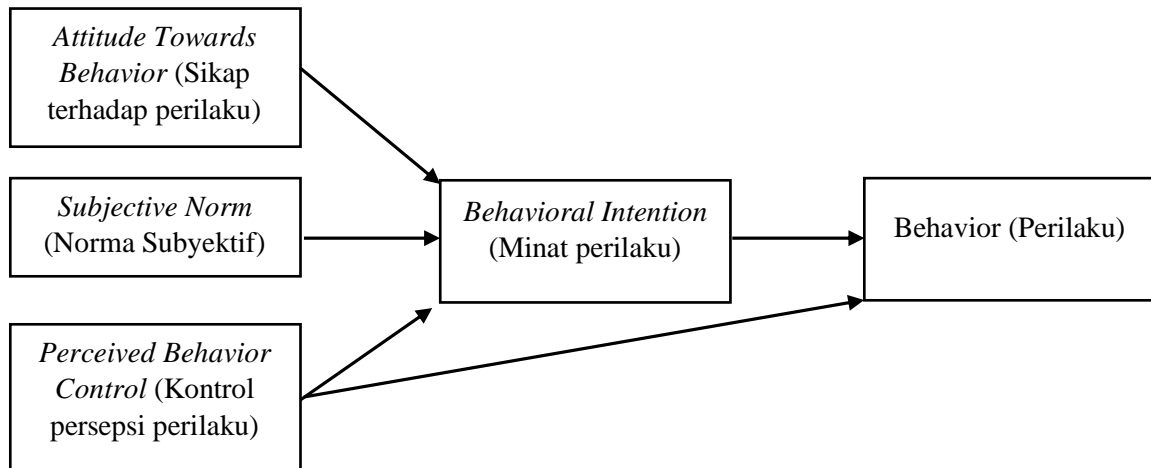
TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1. Tinjauan Pustaka

Berikut merupakan teori yang peneliti gunakan sebagai acuan dalam penelitian :

2.1.1. *Theory of Planned Behavior (TPB)*

Theory of Planned Behavior (TPB) atau teori tindakan terencana merupakan pengembangan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang didalamnya membahas mengenai seseorang yang akan berperilaku sesuai dengan niat sadar seseorang tersebut yang berdasarkan kalkulasi rasional tentang efek potensial serta bagaimana dipandang oleh orang lain (Ajzen, 1991). Pengembangan teori ini dilakukan dengan menambahkan *perceived behavioral control* (PBC) atau kontrol perilaku yang dirasakan. Ajzen (1991) dalam teori ini mengemukakan bahwa sikap terhadap perilaku adalah hal penting yang dapat memprediksi perilaku seseorang. Menurut Lee dan Kotler (2011) menyatakan bahwa target individu memiliki kemungkinan besar untuk mengadopsi suatu perilaku apabila individu tersebut memiliki sikap yang positif terhadap perilaku tersebut, mendapatkan persetujuan dari individu lain yang dekat dan terkait dengan perilaku tersebut dan percaya bahwa perilaku tersebut dapat dilakukan dengan baik.



Gambar 2.1 Theory Planned Behavior

Ajzen (2005) mengemukakan bahwa *perceived behavior control* didasarkan pada pemahaman tentang pengalaman dan hambatan pada masa lalu yang merupakan hambatan untuk mengemukakan solusi dalam melakukan suatu perbuatan. Dengan demikian kontrol persepsi perilaku (*perceived behavior control*) dapat mempengaruhi perilaku secara tidak langsung melalui minat, dan juga dapat memprediksi perilaku secara langsung.

Aminatun dan Zulaika (2017) menjelaskan bahwa seseorang akan tertarik untuk berinvestasi karena memiliki kapabilitas dan kesempatan. Kapabilitas sendiri bisa ditingkatkan melalui sosialisasi, pelatihan investasi, sedangkan kesempatan karena adanya tawaran investasi.

2.1.2. Pasar modal

2.1.2.1. Pengertian pasar modal

Menurut Undang-Undang Nomor 8 tahun 1995 Pasal 1 ayat 13 tentang pasar modal menjelaskan bahwa pasar modal merupakan kegiatan yang bersangkutan dengan penawaran umum dan perdagangan efek, perusahaan publik yang berkaitan dengan efek yang diterbitkannya, serta lembaga dan profesi yang

berkaitan dengan efek. Sedangkan menurut Fudji Sri Mar'ati (2012) pasar modal juga sering diartikan sebagai tempat transaksi pihak yang membutuhkan dana (perusahaan) dan pihak yang kelebihan dana (pemodal). Salah satu media yang dapat dijadikan alternatif bagi sumber pendanaan pasar modal adalah dengan melalui proses *go public*.

2.1.2.2. Instrumen Pasar Modal

Berikut merupakan beberapa instrumen pasar modal yang dapat dijadikan pilihan dalam berinvestasi :

1. Saham

Saham (*stock*) merupakan salah satu instrumen pasar keuangan yang paling populer. Menerbitkan saham merupakan salah satu pilihan perusahaan ketika memutuskan untuk pendanaan perusahaan. Dengan menyertakan modal tersebut, maka pihak tersebut memiliki klaim atas pendapatan perusahaan, klaim atas asset perusahaan, dan berhak hadir dalam Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) (Fudji Sri Mar'ati 2012:79). Apabila perusahaan mendapatkan keuntungan maka pemegang saham juga akan mendapatkan sebagian keuntungan tersebut sesuai dengan persentase kepemilikan sahamnya, keuntungan tersebut dinamakan deviden. Saham dapat diperjualbelikan dalam bursa efek. Apabila Investor menjual *asset* portofolio nya lebih tinggi dibandingkan waktu membelinya maka selisih tersebut dinamakan *capital gain*, dan sebaliknya apabila investor menjual *asset* portofolio nya lebih rendah

disbandingkan waktu membelinya maka selisih tersebut dinamakan *capital loss*.

2. Obligasi

Aminatuz Zahroh (2015:56) menjelaskan bahwa obligasi adalah surat berharga atau retifikat yang berisi kontrak antara pembeli pinjaman dengan penerima pinjaman. Surat utang tersebut bisa bersumber dari yang diterbitkan pemerintah maupun perusahaan. Sifatnya sama seperti deposito namun obligasi memiliki suku bunga yang lebih tinggi dibandingkan dengan deposito. Obligasi juga bisa diperjualbelikan seperti saham dengan harga yang lebih tinggi maupun lebih rendah pada saat membelinya.

3. Reksadana

Berdasarkan Undang-undang No. 8 Tahun 1995 tentang Pasar Modal Indonesia, reksa dana diartikan sebagai wadah yang dipergunakan untuk menghimpun dana dari masyarakat pemodal untuk selanjutnya diinvestasikan dalam portofolio efek (saham, obligasi, valuta asing, deposito) oleh manajer investasi. Dengan kata lain, reksa dana merupakan suatu wadah berinvestasi secara kolektif untuk ditempatkan dalam portofolio berdasarkan kebijakan investasi yang ditetapkan oleh *fund manager* atau manajer investasi. Pengertian portofolio sendiri adalah sekumpulan sekuritas atau surat berharga atau efek atau instrumen investasi yang berada dalam satu pengelolaan. Reksadana merupakan

alternatif bagi investor pemula yang belum memiliki pengalaman serta wawasan mengenai pasar modal dan modal yang terbatas.

4. *Warrant*

Menurut Aminatuz Zahroh (2015:60) *warrant* adalah hak untuk membeli saham biasa pada waktu dan harga yang sudah ditentukan. Biasanya *warrant* dijual bersamaan dengan surat berharga lainnya, misalnya obligasi dan saham. Penerbit *warrant* sebelumnya harus memiliki saham dahulu yang nantinya ditkonversi oleh pemegang saham. *Warrant* pada dasarnya hampir sama seperti menabung namun memiliki perbedaan yaitu surat tanda menabung tidak dapat diperjual belikan, sedangkan *warrant* dapat diperjual belikan.

5. *Right*

Right adalah hak yang diberikan kepada pemilik saham biasa (*common stock*) untuk membeli tambahan penerbitan saham baru. Hak tersebut biasanya dicantumkan dalam anggaran dasar perusahaan, dengan tujuan pemilik saham yang lama dapat mempertahankan dan mengendalikan perusahaan, serta mencegah penurunan nilai kekayaan pemilik saham lama (Aminatuz Zahroh, 2015:61). Dalam *Right* ada yang namanya bukti *right* yaitu suatu hak untuk membeli saham baru dengan harga yang lebih rendah dari harga *market* yang diberikan langsung oleh pihak sekuritas.

2.1.3. Investasi

2.1.3.1. Pengertian Investasi

Investasi merupakan suatu kegiatan atau upaya seseorang berupa penanaman modal dari yang berupa uang menjadi suatu asset berharga yang tujuannya untuk memperoleh keuntungan.

2.1.3.2. Jenis Investasi

Menurut Amalia Nuril Hidayati (2017), Investasi adalah suatu kegiatan menempatkan dana pada satu atau lebih dari satu jenis aset selama periode tertentu dengan harapan dapat memperoleh penghasilan dan/atau peningkatan nilai investasi dimasa mendatang. Investasi terdiri dari dua jenis, yaitu :

1. Investasi Langsung (*Aktiva Riil*)

Aktiva riil adalah jenis investasi pada asset atau faktor produksi untuk melakukan usaha atau bisnis Misalnya emas, intan, perak, perkebunan, rumah, tanah, toko, dan lainnya yangmana investasi ini dapat dilihat secara fisik dan dapat diukur dampaknya terhadap masyarakat secara keseluruhan. Investasi dalam bentuk ini juga memberikan dampak ganda yang besar bagi masyarakat luas. Nilai *aktiva riil* cenderung meningkat setiap tahunnya. Namun, tidak mudah untuk mencairkan *aktiva riil* pada saat diperlukan.

2. Investasi Surat Berharga (*Financial Assets/Aktiva Financial*)

Aktiva *Financial* atau *Financial Asset* adalah jenis investasi pada asset yang tidak berwujud dan mudah untuk mencairkan asset jenis ini. *Financial assets* atau *aktiva financial* terdiri dari dua jenis yaitu :

1. Pasar Uang

Pasar Uang adalah tempat mempertemukan antara pihak yang memiliki kelebihan dana (investor) dengan pihak yang membutuhkan dana (pencari modal).

2. Pasar Modal

Pasar modal adalah pasar sarana bagi perusahaan maupun pemerintah, dengan disebarkannya saham kepada masyarakat umum yang kegiatannya dilaksanakan di bursa dengan dibantu oleh para pialang yang mewakili investor.

2.1.3.3. Tujuan Investasi

Investasi bertujuan untuk memperoleh keuntungan dengan kemampuan dan pengetahuan mengenai investasi yang dimiliki oleh seseorang. Menurut Amalia Nuril Hidayati (2017) investasi dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat baik secara individu, kelompok maupun negara diperlukan adanya investasi. Ada 2 tujuan investasi :

1. Investasi untuk memenuhi kebutuhan (*needs*)

Investor yang berinvestasi dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhannya merupakan investor yang sudah memperhitungkan berbagai macam kebutuhan yang akan dia perlukan di masa yang akan datang. Karena Tanpa adanya investasi dimasa sekarang baik secara sukarela maupun terpaksa akan sulit untuk membayangkan kebutuhan barang dan jasa untuk kelangsungan hidup dimasa yang akan datang dapat terpenuhi.

2. Investasi untuk memenuhi keinginan (*wants*)

Selain untuk memenuhi kebutuhan ada juga investor yang berinvestasi untuk memenuhi keinginannya guna meningkatkan kualitas kehidupan, yang mana untuk memenuhinya dapat diperoleh dari kegiatan investasi. Menurut Irham Fahmi dan Yovi LH (2010) menjelaskan dalam bidang investasi perlu menetapkan tujuan yang hendak dicapai, yaitu :

- a. Terciptanya keberlanjutan (*continuity*) dalam investasi tersebut.
- b. Terciptanya profit yang maksimum atau keuntungan yang diharapkan.
- c. Terciptanya kemakmuran bagi para pemegang saham.
- d. Turut memberikan andil bagi pembangunan bangsa.

2.1.3.4. Karakteristik Investasi

Apabila dilihat dari karakteristiknya investasi dikelompokkan menjadi beberapa kelompok diantaranya (Amalia Nuril Hidayati, 2017:231) :

1. Investasi Publik (*Public Investment*)

Investasi Publik merupakan investasi yang dilakukan oleh negara atau pemerintah untuk membangun sarana dan prasarana atau infrastruktur guna memenuhi kebutuhan masyarakat (publik). Investasi dalam bentuk seperti ini bersifat non profit seperti pembangunan jalan tol, jembatan, sekolah, rumah sakit dan lain-lain. Karena investasi ini dilakukan oleh negara atau pemerintah itu sendiri maka dana dan pembiayaannya menggunakan APBN dan APBD. Disamping itu, investasi ini juga

dilakukan oleh kelompok masyarakat melalui berbagai yayasan seperti di bidang pendidikan, agama, ketrampilan, budaya, pelestarian lingkungan, kesenian dan yang lainnya. Investasi publik ini menghasilkan nilai tambah (*value added*) berupa barang dan jasa, lapangan pekerjaan, sewa dan bunga, tanpa surplus usaha. Manfaat lainnya dari investasi ini adalah mendorong mobilitas prekonomian dan meningkatkan peradaban masyarakat suatu negara. Risikonya jika investasi ini tidak dapat memenuhi kebutuhan publik hanya akan sia-sia. Investasi publik memerlukan keterlibatan masyarakat guna mengetahui apa saja yang dibutuhkan oleh masyarakat itu sendiri agar tepat sasaran dan tidak hanya bergantung kepada pemerintah.

2. Investasi Swasta (*Private Investment*)

Investasi swasta adalah investasi yang dilakukan oleh pihak swasta. Tujuan dari investasi tersebut adalah untuk menghasilkan keuntungan (*profit oriented*). Investasi swasta merupakan penjumlahan dari penanaman modal dalam negeri dan penanaman modal asing. Investasi karakteristik ini dapat dilakukan oleh individu maupun oleh perusahaan, baik itu perusahaan mikro, kecil, hingga perusahaan besar.

3. Investasi yang didalamnya melibatkan kerjasama antara pemerintah dengan swasta (*public-private partnership*)

Jenis karakteristik *public private partnership* ini merupakan kerjasama antara pemerintah dengan swasta dalam melakukan investasi untuk membangun prasarana dan sarana atau infrastruktur guna memenuhi

kebutuhan masyarakat (publik). Kerjasama ini biasanya berupa pembangunan jalan tol, pasar, rumah sakit, sekolah dan yang lainnya.

2.1.3.5. Proses Investasi

Menurut Putra (2019) terdapat beberapa proses investasi yaitu :

1. Menentukan Tujuan Investasi

Investor memiliki tujuan investasi yang berbeda-beda tergantung dari apa yang ingin diperoleh. Dalam investasi memiliki tingkatan resiko yang tinggi jadi investor harus sudah memperkirakan terlebih dahulu investasi apa yang cocok dengan dia apakah investasi yang memiliki *low risk* ataupun investasi yang *high risk* guna menyesuaikan dengan tujuan investasinya.

2. Penentuan Kebijakan Investasi

Penentuan kebijakan investasi merupakan tahapan dimana investor menentukan kebijakan alokasi asset atau dana yang akan diinvestasikan. Dan dalam tahap ini pula investor harus memikirkan kembali resiko dari investasi yang dipilihnya.

3. Pemilihan Strategi Portofolio

Terdapat dua strategi portofolio yang bisa dipilih, yaitu strategi portofolio aktif dan strategi portofolio pasif. Strategi portofolio aktif merupakan strategi dimana investor dapat memilih saham yang bagus untuk masa depan dengan menggunakan informasi yang tersedia dan teknik-teknik untuk mencari kombinasi portofolio yang lebih baik. Sedangkan strategi portofolio pasif merupakan strategi dimana investor lebih bergerak pasif dan lebih cenderung mengambil resiko yang rendah seperti reksadana.

4. Pemilihan Asset

Dalam tahap ini investor melakukan evaluasi terhadap sekuritas yang ingin dimasukkan dalam portofolio yang bertujuan untuk mencari kombinasi portofolio yang efisien yaitu portofolio yang menawarkan tingkat pengembalian yang tinggi dengan tingkat risiko tertentu maupun rendah.

5. Pengukuran dan evaluasi kinerja portofolio

Tahapan ini akan terus dilakukan berulang-ulang karena bukan merupakan akhir dari proses investasi. Ketika proses evaluasi dan pengukuran kinerja investasi kurang baik, maka proses keputusan investasi harus dimulai dari tahap pertama hingga menemukan hasil yang optimal.

2.1.3.6. Manfaat Investasi

Menurut Amalia Nuril Hidayati (2017:236) manfaat dari investasi dapat dikelompokkan sebagai berikut :

1. Investasi yang bermanfaat untuk umum (*Public*)

Investasi yang bermanfaat untuk umum merupakan investasi yang bermanfaat untuk seluruh masyarakat (*public*). Seperti investasi pada bidang infrastruktur.

2. Investasi yang bermanfaat untuk kelompok tertentu.

Investasi yang bermanfaat untuk kelompok tertentu adalah Investasi yang mendatangkan manfaat untuk kelompok masyarakat tertentu dan lingkungan tertentu seperti investasi di bidang keagamaan, membangun sarana ibadah dan sarana keagamaan lainnya, bidang pendidikan dan yang lainnya.

3. Investasi yang bermanfaat untuk pribadi dan rumah tangga.

Investasi ini dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginannya di masa mendatang, seperti investasi untuk perumahan pribadi maupun keluarga, investasi untuk pendidikan pribadi atau keluarga, investasi di bidang keagamaan, investasi untuk usaha, serta investasi lainnya yang bermanfaat.

2.1.3.7. Teori Investasi

Berikut ini merupakan teori-teori dari investasi, yaitu :

1. Teori Investasi Keynes

Teori Investasi Keynes (*Keynesian Investment Theory*) digunakan dalam kegiatan investasi dan ekonomi. Dalam kegiatan investasi, Keynes berteori bahwa keputusan investasi diambil dengan membandingkan *Marginal Efficiency of Capital* atau MEC dengan tingkat bunga riil. Maka dari itu, investasi Keynes menunjukkan jumlah atau banyaknya sebuah investasi tidak tergantung pada pengembalian atau hanya satu faktor, tetapi dipengaruhi oleh biaya modal atau tingkat bunga. Konsep MEC (*Marginal Efficiency of Capital*) dari investasi menunjukkan mengenai sifat hubungan antara besarnya investasi yang akan dilakukan dengan suku bunga.

2. Teori Portofolio (*Portfolio Theory*)

Teori Portofolio (*Portfolio Theory*) merupakan teori yang diperkenalkan oleh Harry M. Markowitz pada tahun 1952. Harry Markowitz dalam berteori bahwa portofolio merupakan investasi dalam berbagai instrumen keuangan atau disebut juga diversifikasi. Portofolio dimaksudkan untuk mengurangi risiko investasi dengan cara menyebarkan dana ke berbagai

aset yang berbeda, sehingga jika satu aset mengalami kerugian sementara aset lainnya tidak mengalami kerugian maka nilai investasi tidak akan hilang semua. Teori portofolio menghasilkan hubungan linear antara resiko dan pengembalian (*return*), hubungan antara resiko yang diterima dan pengembalian (*return*) yang diharapkan merupakan dasar bagi sebuah keputusan investasi, semakin besar resiko atas investasi atau pinjaman maka semakin besar pula tingkat pengembalian (*return*) yang didapatkan untuk menutup resiko tersebut.

2.1.4. Saham

2.1.4.1. Pengertian Saham

Saham adalah salah satu bentuk investasi yang dijelaskan dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas pasal 60 ayat 1, yaitu saham merupakan benda bergerak dan memberikan hak sebagaimana dimaksud dalam Pasal 52 kepada pemilikinya. Saham dapat diartikan sebagai tanda penyertaan modal seseorang atau pihak (badan usaha) pada suatu perusahaan atau Perseroan Terbatas. Menurut Fajar dan Pustikaningsih (2017) saham merupakan salah satu bentuk investasi yang dikenal masyarakat luas dan pasar modal berperan penting dalam meningkatkan perekonomian suatu negara.

2.1.4.2. Jenis-Jenis Saham

Berikut merupakan jenis-jenis saham, yaitu :

1. Saham Biasa (*Common Stock*)

Menurut Sri Hermuningsih (2020) saham biasa merupakan jenis efek yang menempatkan pemilikinya paling akhir terhadap pembagian dividen, dan

hak atas harta kekayaan perusahaan apabila perusahaan tersebut dilikuidasi. Saham ini paling sering dipergunakan oleh emiten untuk memperoleh dana dari masyarakat. Berikut merupakan karakteristik saham biasa :

- a. Pemilik saham biasa mempunyai hak suara untuk memilih jajaran manajemen perusahaan dan juga melakukan control atas kebijakan dari sebuah perusahaan
- b. Saham biasa bisa mendapatkan potensi keuntungan jangka Panjang yang besar. Terutama saat kinerja perusahaan bertambah baik dan harga saham juga ikut naik.
- c. Saham biasa tidak bisa ditukar atau dikonversikan ke saham preferen
- d. Pemilik saham biasa memiliki hak perolehan bagian asset perusahaan terakhir setelah perusahaan membagikan terlebih dahulu kepada kreditor dan pemegang saham preferen

2. Saham Preferen (*Preferred Stock*)

Saham Preferen merupakan jenis saham yang dimana pemiliknya memiliki hak lebih dibandingkan orang yang memiliki saham biasa. Menurut Suwono dan Sartinah (2021) Menjelaskan bahwa saham preferen Merupakan saham yang memiliki karakteristik gabungan antara obligasi dan saham biasa, diberikan hak untuk mendapatkan dividen pada saat perusahaan di likuidasi terlebih dahulu dari saham biasa. Berikut merupakan karakteristik saham preferen :

- a. Pemilik saham preferen mempunyai prioritas tinggi dan didahulukan dalam pembagian dividen perusahaan.
- b. Saham preferen dapat mengkonversikan menjadi saham biasa.
- c. Pemilik saham preferen mempunyai hak untuk mendapatkan pembayaran terlebih dahulu atas dividen yang sempat ditangguhkan perusahaan sebelum membagikan kepada pemilik saham biasa.

3. *Blue Chip Stock*

Blue Chip Stock merupakan jenis saham yang berasal dari perusahaan yang memiliki reputasi tinggi, yang dimana perusahaan tersebut merupakan perusahaan paling memimpin atau populer dalam industrinya. Jenis saham ini cenderung konsisten atau stabil bahkan sering mengalami kenaikan.

4. *Income Stock*

Income Stock merupakan jenis saham yang dimana memiliki keunggulan dalam pembagian deviden yang lebih tinggi dari tahun-tahun sebelumnya dikarenakan emitennya memiliki kemampuan dalam menciptakan kestabilan pendapatan yang lebih tinggi dan secara teratur membagikan deviden tunai yang menjadikan jenis saham ini menjadi daya tarik investor.

5. *Growth Stock*

Growth Stock dibagi lagi menjadi 2 jenis :

a. *Growth Stock Well Known*

Jenisnya sama dengan *blue chip* namun saham jenis ini memiliki pertumbuhan pendapatan yang tinggi sebagai pemimpin dalam suatu industri sejenis.

b. *Growth Stock Lesser Known*

Jenis *growth stock lesser known* biasanya merupakan saham dari perusahaan daerah yang kurang populer dikalangan emiten.

6. *Speculative Stock*

Speculative Stock merupakan jenis saham yang berpotensi menghasilkan laba yang tinggi dimasa yang akan datang namun tidak bisa memperoleh penghasilan yang konsisten dari tahun ke tahunnya.

7. *Counter Cyclical Stock*

Counter Cyclical Stock merupakan jenis saham yang paling stabil disaat kondisi perekonomian bergejolak karena jenis saham ini tidak terpengaruh oleh kondisi perekonomian secara makro maupun situasi bisnis secara umum.

8. Saham Syari'ah

Saham Syari'ah adalah jenis saham yang memiliki karakteristik mengacu pada pedoman dan kaidah-kaidah islam. Saham syari'ah tidak ditujukan untuk di investasikan pada perusahaan-perusahaan yang bertentangan dengan syariaah islam.

**Tabel 2.1 Perbandingan Saham Konvensional dengan Saham
Syari'ah**

	Saham Konvensional	Saham Syariah
Jenis Perusahaan	saham konvensional dimiliki oleh perusahaan yang bergerak di sektor apa saja tanpa ada batasan halal atau haram.	perusahaan harus menjalankan bisnis yang sesuai dengan prinsip syariah Islam.
Proses Transaksi	Saham konvensional ditransaksikan atau diperjualbelikan secara langsung melalui broker.	saham syariah tidak boleh ditransaksikan secara langsung yang bertujuan untuk menghindari adanya manipulasi harga.
Pengawas	Otoritas Jasa Keuangan (OJK)	<ul style="list-style-type: none"> • Otoritas Jasa keuangan (OJK) • Dewan Pengawas Syariah (DPS)
Asset	Saham konvensional diperbolehkan memiliki utang berbasis bunga lebih besar dari nilai total asetnya.	Total utang berbasis bunga harus lebih kecil dibandingkan total aset.

2.1.4.3. Keuntungan Investasi Saham

Menurut Masruroh dan Putra (2021:107) Menjelaskan bahwa ada 2 keuntungan dalam berinvestasi saham, yaitu :

1. Dividen Pembagian keuntungan perusahaan kepada pemegang saham. Karena pada umumnya dividen menjadi daya tarik jangka panjang bagi pemegang saham.
2. *Capital gain*, Seorang investor akan mengalami *capital gain* ketika investor tersebut menjual sahamnya ketika harga saham yang dimilikinya lebih tinggi dibanding harga ketika investor membelinya.

2.1.4.4. Mekanisme Saham

Terdapat Mekanisme dalam melakukan investasi saham, mekanisme tersebut yaitu :

- Investor harus menjadi nasabah di Perusahaan Efek atau membuka rekening di salah satu pialang atau perusahaan efek. Setelah membuka rekening maka investor secara resmi sudah menjadi nasabah di perusahaan efek tersebut dan dapat melakukan transaksi jual dan beli saham.
- Semua pesanan yang telah dilakukan oleh investor akan diproses oleh broker yang berada di lantai bursa atau bisa disebut *floor trade*.
- Broker yang ada di lantai bursa tersebut akan memasukan seluruh pesanan yang diterimanya ke dalam sistem komputer *Jakarta Automated Trading System (JATS)*
- Setelah pesanan masuk dan tercatat dalam sistem JATS maka transaksi telah terjadi atau biasa disebut *matched*, dalam arti sebuah pesanan beli atau jual telah bertemu dengan harga yang cocok.
- Setelah transaksi terjadi investor tidak otomatis mendapatkan hak-haknya karena dibutuhkan beberapa proses seperti kliring, pemindahbukuan, dan

lain-lain, hingga akhirnya hak-hak investor terpenuhi, seperti investor yang menjual saham akan mendapatkan uang, sementara investor yang melakukan pembelian saham akan mendapatkan saham. Biasanya proses transaksi berlangsung selama tiga hari bursa atau dikenal dengan istilah T+3.

2.1.4.5. Resiko Saham

Dalam melakukan investasi, investor harus mengenal terlebih dahulu resiko yang akan dia hadapi. Menurut Darmaji (2012) menjelaskan risiko yang ada pada investasi saham :

1. Perusahaan tidak akan membagikan dividen apabila mengalami kerugian. Sehingga pembagian dividen ditentukan oleh kinerja perusahaan itu sendiri.
2. Investor akan mengalami *capital loss* ketika investor tersebut menjual saham yang dimilikinya dengan harga lebih rendah dibandingkan harga ketika ia membelinya.
3. Ketika saham dihentikan sementara (suspensi). Maka hal ini dapat merugikan investor karena tidak dapat menjual sahamnya sampai suspensinya dicabut kembali oleh Bursa Efek Indonesia.

2.1.5. Pengambilan Keputusan Investasi

Septyanto (2013) menjelaskan bahwa sikap yang dimiliki para pelaku dipasar modal menentukan keputusan investasi. Pengambilan keputusan investasi merupakan salah satu kegiatan yang memerlukan pertimbangan yang mendalam bagi para investor agar tepat dan sesuai dengan jenis investasi yang dia inginkan.

Menurut Hamidi dan putri (2019) berpendapat bahwa indikator investor dalam mengambil keputusan investasi adalah *return* dan resiko. Setiap investor memiliki tingkat resiko yang berbeda-beda mulai dari *low risk* sampai dengan *high risk*. Semakin tinggi resiko yang diambil maka semakin tinggi pula *return* yang diperoleh. Menurut Masrurun dan Yanto (2015) mengenai konsep pengambilan keputusan investasi menjelaskan bahwa investasi pada sekuritas apa yang akan dipilih, seberapa banyak dana investasi dilakukan, serta kapan investasi tersebut akan dilakukan investor agar semuanya jelas dan *planning* nya tertata dengan baik.

2.1.6. *Influencer Marketing*

2.1.6.1. *Pengertian Influencer Marketing*

Influencer Marketing merupakan suatu strategi pemasaran atau biasa disebut promosi menggunakan influencer didalam sosial media seperti Instagram, Blog, Youtube, Twitter, Facebook, Tiktok dan *platform online* lainnya. Influencer ini merupakan pihak ketiga yang memiliki popularitas tinggi, bisa disebut juga selebriti atau *public figure* yang memiliki *followers* atau pengikut yang banyak pada suatu platform social media. Menurut Sudha dan Sheena (2017 : 16) *influencer marketing* adalah proses mengidentifikasi dan mengaktifkan individu individu yang memiliki pengaruh terhadap target audiens tertentu untuk menjadi bagian dari kampanye produk dengan tujuan peningkatan jangkauan, penjualan, hubungan dengan konsumen. Menurut Arti sukma lengkawati dan taris qistan saputra (2021:35) menjelaskan bahwa *influencer marketing* merupakan strategi pemasaran yang menampilkan seseorang (individu) memiliki pengikut ketika melakukan promosi produk sehingga mempengaruhi orang lain/lingkungan untuk mengambil

sikap dalam sebuah keputusan yang mutlak, pada akhirnya menggunakan produk tersebut.

2.1.6.2. Sikap dalam menghadapi *Influencer Marketing*

Seseorang dalam menghadapi *influencer marketing* dibagi menjadi tiga kelompok, yaitu sebagai berikut :

1. Tertarik dengan promosi

Banyak orang yang tertarik dengan promosi yang dilakukan oleh influencer tersebut padahal orang tersebut tidak tahu apakah yang dipromosikan oleh influencer tersebut baik atau cocok untuknya atau tidak.

2. Kurang Tertarik dengan promosi

Orang yang mengambil sikap kurang tertarik dalam menghadapi promosi dari influencer merupakan sikap manusia yang rasional pada umumnya. Sikap orang tersebut cenderung lebih biasa saja dalam menanggapi promosi yang dia lihat dan lebih memikirkan apa yang baik untuk dirinya.

3. Tidak tertarik dengan promosi

Sikap orang yang tidak tertarik dengan promosi biasanya lebih cenderung tidak suka dengan apa yang dipromosikan oleh influencer tersebut atau bisa juga karena dia tidak suka sama sekali dengan influencernya.

2.1.7. *Self Motivation*

2.1.7.1. Pengertian *Self Motivation*

Motivasi berasal dari kata latin yaitu *movere* yang memiliki arti dorongan, daya gerak atau kekuatan yang menyebabkan suatu tindakan. *Self motivation* atau

motivasi diri merupakan suatu keadaan dalam pribadi diri seseorang yang mendorong keinginan untuk melakukan suatu kegiatan-kegiatan tertentu guna mencapai suatu tujuan. Siagian (1995) mengemukakan bahwa Motivasi diri merupakan akibat dari interaksi seseorang dengan situasi tertentu yang dihadapinya. Karena itulah perbedaan dalam kekuatan motivasi yang ditunjukkan oleh seseorang dalam menghadapi situasi tertentu dibandingkan dengan orang-orang lain yang menghadapi situasi yang sama. Bahkan seseorang akan menunjukkan dorongan tertentu dalam menghadapi situasi yang berbeda dan dalam waktu yang berlainan pula. Menurut Isticharoh (2019) di dalam penelitiannya menjelaskan bahwa Motivasi dapat bersumber dari dalam diri seseorang yang sering dikenal dengan istilah motivasi internal dan dapat bersumber dari luar atau yang biasa disebut sebagai motivasi eksternal. Faktor-faktor yang berasal dari internal maupun eksternal dapat menimbulkan dampak positif maupun negatif.

2.1.7.2. Teori *Self Motivation*

- Teori Motivasi Manusia (*A Theory of Human Motivation*)

Teori ini dicetuskan oleh Abraham Maslow pada tahun 1943 dalam teorinya Abraham Maslow mengemukakan bahwa seseorang berperilaku karena adanya dorongan untuk memenuhi bermacam-macam kebutuhan. Kebutuhan tersebut berjenjang yang artinya apabila suatu kebutuhan telah terpenuhi maka akan muncul kebutuhan lainnya yang harus dipenuhi.

2.1.7.3. Indikator *Self Motivation*

Menurut Yuliani (2020) menyatakan bahwa motivasi adalah proses pemberian dorongan yang dapat menentukan identitas, arah, dan ketekunan individu dalam usaha mencapai sasaran serta berpengaruh secara langsung terhadap psikologi seseorang, sehingga dalam menentukan tindakan yang akan diambil seseorang didasari atas kebutuhannya. Proses pemberian dorongan atau tenaga tersebut adalah gerak jiwa dan jasmani untuk berbuat, sehingga motivasi merupakan suatu tenaga yang menggerakkan manusia untuk bertingkah laku di dalam perbuatannya yang mencapai tujuan tersebut. berikut beberapa indikator motivasi diri, yaitu :

1. Motivasi diri yang berasal dari dalam diri seseorang atau Internal.

Indikator penyebab munculnya motivasi diri yang berasal dari dalam diri seseorang berawal dari adanya perubahan energi atau tenaga dalam diri pribadi seseorang. Perubahan energi ini dari yang tadinya biasa saja menjadi semangat karena rasa keingintahuan yang besar, lalu timbul perasaan yang mengarah tingkah laku orang tersebut hingga muncul reaksi-reaksi atau keinginan untuk mencapai suatu tujuan yang diawali dengan menyusun rencana investasi dengan baik seperti menabung uang guna modal investasi ke bank agar tidak terpakai untuk konsumsi, atau merencanakan investasi jangka panjang jika investasi sahamnya menguntungkan.

2. Motivasi diri yang berasal dari luar diri seseorang atau eksternal.

Indikator penyebab munculnya motivasi diri dari luar diri seseorang berawal dari orang tersebut terpengaruh oleh apa yang dia lihat ataupun dari lingkungan tempat dia tinggal entah itu dari keluarga ataupun dari pergaulan orang tersebut, sehingga muncul motivasi diri didalam orang tersebut.

2.1.8. Minat Berinvestasi

2.1.8.1. Pengertian Minat Berinvestasi

Minat merupakan suatu keadaan mental yang menghasilkan respon terarahkan kepada suatu objek tertentu yang menyenangkan dan kepuasan kepadanya. Sehingga dapat diartikan bahwa minat berinvestasi adalah suatu keadaan dimana seseorang menyukai atau tertarik terhadap hal-hal seputar investasi. Menurut Salim dan Peter (2002) menjelaskan bahwa minat di ibaratkan sebagai penghubung dari berbagai elemen yang memiliki konsekuensi tertentu. Minat menunjukkan seberapa besar keinginan seseorang dalam berupaya dan menunjukkan usaha untuk menggapai sesuatu. Semakin besarnya keinginan seseorang untuk melakukan investasi, akan menyebabkan suatu sikap yang dipilih untuk menginvestasikan dana di pasar modal akan semakin besar dan sikap tersebut akan dapat mempengaruhi niat berinvestasi.

2.1.8.2. Jenis Minat

Minat memiliki beragam jenis. Menurut Carl Safran (2003) dia mengklasifikasikan minat menjadi empat jenis, yaitu :

1. *Expressed Interest* merupakan minat yang diekspresikan atau diperlihatkan melalui objek aktivitas.
2. *Manifest Interest* merupakan minat yang disimpulkan dari keikutsertaan individu dalam suatu kegiatan tertentu.
3. *Tested Interest* merupakan minat yang berasal dari pengetahuan dan keterampilan suatu kegiatan.
4. *Involed Interest* Merupakan Minat yang berasal dari aktivitas dan kegiatan yang sama.

2.1.8.3. Indikator-indikator mengenai minat

Indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur *interest* atau minat Menurut Kusmawati (2011) adalah sebagai berikut :

1. Keinginan untuk mencari tahu.
Dalam hal ini seseorang akan mulai mencari tahu hal-hal yang dia minati. Banyak media yang bisa digunakan untuk mencari tahu hal-hal tersebut mulai dari buku bahkan internet.
2. Meluangkan waktu untuk mempelajari lebih jauh hal yang diminati.
Setelah keinginan untuk mencari tahu hal tersebut, orang tersebut akan meluangkan waktu untuk mempelajari hal yang dia minati lebih jauh agar mendapatkan pengetahuan atau wawasan yang luas terhadap hal yang diminatinya.

3. Mencoba melakukan hal tersebut.

Setelah merasa memiliki pengetahuan atau wawasan yang luas terhadap hal yang diminati, orang tersebut akan mempraktekan hal tersebut secara langsung.

Seseorang yang mempunyai minat berinvestasi akan memiliki keinginan untuk mencari tahu serta mempelajari hal-hal seputar investasi dan yang kemudian mempraktekannya secara langsung. Sebelum berinvestasi investor akan mencari tahu mengenai informasi dasar untuk menentukan pilihan investasinya.

2.1.9. *Investment Knowledge*

2.1.9.1. Pengertian *Investment Knowledge*

Investment knowledge atau pengetahuan investasi merupakan suatu ilmu atau pemahaman mengenai hal-hal investasi karena dalam melakukan investasi diperlukan analisis tentang jenis instrumen investasi yang akan dibeli, dijual, yang akan dimiliki supaya menjadi dasar pertimbangan dalam pengambilan keputusan berinvestasi. Menurut Silvi Adiningtyas dan Luqman Hakim (2022) pengetahuan investasi adalah pemahaman wajib yang dihasilkan oleh seseorang tentang beberapa sudut pandang mengenai Investasi, berasal dari pengertian dasar penilaian Investasi, taraf risiko, dan keuntungan yang akan didapatkan. Pemahaman yang mendasar tentang investasi mempermudah seseorang untuk membuat sebuah keputusan.

2.1.9.2. Indikator *Investment Knowledge*

Indikator-Indikator yang dimendorong seseorang untuk mencari tahu mengenai pengetahuan investasi :

1. Ketertarikan

Dalam hal ini seseorang ketika memiliki suatu ketertarikan terhadap investasi pasti akan mencari tahu pemahaman dasar, fundamental dan ilmu-ilmu mengenai investasi.

2. Melakukan segala cara

Maksud melakukan segala cara disini adalah berusaha semaksimal mungkin agar bisa mendapatkan pemahaman atau pengetahuan mengenai investasi.

2.2.0. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan hasil dari penelitian yang telah dilakukan sebelumnya yang berhubungan dengan permasalahan penelitian yang akan dilakukan. Berikut adalah beberapa penelitian terdahulu yang menjadi bahan acuan peneliti, sebagai berikut :

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Jurnal	Persamaan Variabel	Perbedaan Variabel	Hasil Penelitian	Sumber Refferensi
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
1.	Isnaini Nuzula Agustin, Fiona Lysion (2021)	Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Investasi Saham pada Investor Generasi Milenial di	Pengambilan Keputusan Investasi Saham	- <i>Overconfidence</i> (Terlalu Percaya diri) - <i>Herding</i> (Penggiringan) - <i>Financial</i> (Keuangan) - <i>Loss Aversion</i> (Keenganan Kerugian) - <i>Price Anchoring</i>	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa <i>Herding</i> , <i>Financial Literacy</i> , <i>Price Anchoring</i> , <i>Availability Bias</i> berpengaruh	journal.uib.ac.id/index.php/combin es/article/view/4746

No	Peneliti	Judul Jurnal	Persamaan Variabel	Perbedaan Variabel	Hasil Penelitian	Sumber Refferensi
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
		Kota Batam yang dengan <i>Locus of Control</i> sebagai Variabel Moderasi.		(penahanan harga) <i>-Representative</i> (perwakilan) <i>-Availability Bias</i> (Ketersediaan yang tidak jelas)	signifikan sedangkan <i>Overconfidence, Loss Aversion</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan investasi saham	
2.	Anggini Asmara Dewati, Marfuah (2021)	Determinan minat mahasiswa berinvestasi pada pasar modal	Pengetahuan investasi, motivasi, dan Minat	kebijakan modal minimal investasi, pelatihan pasar modal, return investasi, dan risiko investasi	Hasil penelitian ini menunjukkan pengetahuan investasi, pelatihan pasar modal, motivasi investasi dan return investasi terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap minat mahasiswa melakukan investasi di pasar modal.	akurasi.unra.m.ac.id/index.php/akurasi/article/view/71
3.	Merry Moy Mita, Supriadi Siagian (2021)	Faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa dalam berinvestasi di pasar	Pengetahuan investasi dan minat berinvestasi	Persepsi manfaat investasi, persepsi <i>return</i> , dan <i>self efficacy</i> .	Hasil penelitian ini menunjukkan <i>self efficacy</i> dan pengetahuan investasi berpengaruh	methonomi.net/index.php/jimetho/article/view/184

No	Peneliti	Judul Jurnal	Persamaan Variabel	Perbedaan Variabel	Hasil Penelitian	Sumber Refferensi
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
		modal (studi kasus pada mahasiswa di medan)			secara signifikan sedangkan persepsi manfaat investasi dan persepsi <i>return</i> tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat mahasiswa Medan dalam melakukan investasi.	
4.	Niswatul Amalia, Anik Malikhah, Abdul Wahid Mahsuni (2020)	Faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan pada investasi saham.	pengetahuan investasi, motivasi, Minat, dan pengambilan keputusan investasi saham.	Perilaku Investor, dan Teknologi Informasi.	Hasil penelitian ini menunjukkan pengetahuan investasi, motivasi, Perilaku Investor, Teknologi Informasi, dan Minat berpengaruh secara signifikan terhadap pengambilan keputusan investasi saham.	riset.unisma.ac.id/index.php/jra/article/view/7436
5.	Audry Leiwakabesy, Meidylysa Patty, Baretha M	Faktor psikologis investor millenial dalam pengambilan	pengambilan keputusan investasi saham.	<i>Overconfidence, Herding Behaviour.</i>	Hasil penelitian ini menunjukkan overconfidence, herding behaviour	jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jap/article/view/3318

No	Peneliti	Judul Jurnal	Persamaan Variabel	Perbedaan Variabel	Hasil Penelitian	Sumber Refferensi
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
	Titioika (2021)	keputusan investasi saham (Studi Empiris Pada Investor Millenial di Kota Ambon)			berpengaruh secara signifikan terhadap pengambilan keputusan investasi.	
6.	Isticharoh, Kardoyo (2020)	Minat investasi diprediksi dari motivasi diri, pengetahuan investasi, dan teknologi media sosial.	Minat, motivasi diri, dan pengetahuan investasi.	Teknologi media sosial.	Hasil penelitian ini menunjukkan Motivasi diri dan teknologi media sosial berpengaruh secara signifikan namun Pengetahuan Investasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat investasi mahasiswa.	journal.unn.es.ac.id/sju/index.php/eeaj/article/view/42414
7.	Jessica Willyanto, Grace Vannesa Wijaya, Evelyn (2022)	Pengaruh bias terhadap keputusan investasi saham pada investor muda di surabaya	Pengambilan keputusan investasi saham.	<i>Availability bias</i> (kemudahan dalam memperoleh informasi), <i>overconfidence bias</i> (kepercayaan diri yang berlebihan), dan <i>representativeness bias</i> (keputusan yang diambil dengan didasarkan oleh asumsi).	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengambilan keputusan investasi yang dilakukan oleh investor muda dipengaruhi oleh <i>overconfidence bias</i>	jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jap/article/view/4042

No	Peneliti	Judul Jurnal	Persamaan Variabel	Perbedaan Variabel	Hasil Penelitian	Sumber Refferensi
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
					berpengaruh secara signifikan namun <i>representativeness bias</i> dan <i>availability bias</i> memiliki nilai t-statistic dibawah 1.96 Hal ini berarti bahwa <i>representativeness bias</i> dan <i>availability bias</i> tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan investasi saham pada investor muda di Surabaya.	
8.	Nyoman Suprasta, Nuryasman (2020)	Faktor-Faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan investasi saham.	Pengambilan keputusan investasi saham.	Finansial Literasi, Pengalaman investasi, Pengalaman investasi, dan <i>Experience Regret</i>	Hasil penelitian ini menunjukkan <i>Financial literacy, Financial experience, dan Locus Of Control</i> berpengaruh secara signifikan namun	ecojoin.org/index.php/EJE/article/download/669/649/1653

No	Peneliti	Judul Jurnal	Persamaan Variabel	Perbedaan Variabel	Hasil Penelitian	Sumber Refferensi
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
					<i>Experience Regret</i> tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengambilan keputusan investasi saham.	
9.	Yola Yolanda, Abel Tasman (2020)	Pengaruh <i>financial literacy</i> dan <i>risk perception</i> terhadap keputusan investasi generasi millennial kota padang	Pengambilan keputusan investasi saham.	<i>Financial literacy</i> (literasi keuangan), dan <i>Risk perception</i> (persepsi resiko)	Hasil penelitian ini menunjukkan <i>financial literacy</i> dan <i>risk perception</i> berpengaruh secara signifikan terhadap pengambilan keputusan investasi saham pada Generasi Millennial di Kota Padang.	ejournal.unp.ac.id/students/index.php/pek/article/view/8533
10.	Winda Wulan Sari, Ahmad Fauzan Fathoni, Haryetti (2019)	Pengaruh informasi kinerja saham terhadap pengambilan keputusan investasi dengan <i>herding behavior</i> sebagai variabel mediasi	Pengambilan keputusan investasi saham.	Informasi Kinerja Saham, dan <i>Herding Behavior</i> (penggiringan perilaku)	Hasil penelitian ini menunjukkan Informasi Kinerja Saham dan <i>Herding Behavior</i> berpengaruh signifikan terhadap Pengambilan Keputusan Investasi.	je.ejournal.unri.ac.id/index.php/JE/article/view/7919

No	Peneliti	Judul Jurnal	Persamaan Variabel	Perbedaan Variabel	Hasil Penelitian	Sumber Refferensi
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
11.	Andi Kusuma Negara, Hendra Galuh Febrianto (2020)	Pengaruh kemajuan teknologi informasi dan pengetahuan investasi terhadap minat investasi generasi milenial di pasar modal	Pengetahuan Investasi dan Minat	Teknologi Informasi	Hasil penelitian ini menunjukkan Teknologi Informasi dan pengetahuan Investasi berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Investasi.	journal.ubm.ac.id/index.php/business-managemen t/article/view/2360
12.	I Wayan Yasa Adi Upadana, Nyoman Trisna Herawati (2020)	Pengaruh Literasi Keuangan dan Perilaku Keuangan terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa	Pengambilan Keputusan Investasi Saham.	Literasi Keuangan dan Perilaku Keuangan	Hasil penelitian ini menunjukkan Literasi Keuangan dan Perilaku Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengambilan Keputusan Investasi Saham Mahasiswa.	ejournal.un diksha.ac.id /index.php/J JA/article/view/25574
13.	Ari Wibowo, Purwohand oko (2019)	Pengaruh pengetahuan investasi, kebijakan modal minimal investasi, dan pelatihan pasar modal terhadap minat investasi (Studi Kasus	Pengetahuan investasi, dan minat	kebijakan modal minimal investasi dan pelatihan pasar modal	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Pengetahuan Investasi, Kebijakan Modal Minimal Investasi dan Pelatihan Pasar Modal berpengaruh	jurnalmahas iswa.unesa. ac.id/index. php/jim/arti cle/view/25 386

No	Peneliti	Judul Jurnal	Persamaan Variabel	Perbedaan Variabel	Hasil Penelitian	Sumber Refferensi
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
		Mahasiswa FE Unesa Yang Terdaftar Di Galeri Investasi FE Unesa)			signifikan terhadap Minat Investasi.	
14.	Annisa Sumaiya, Melinda S. Meliala, Teguh Agus Setiawan (2022)	<i>The Influence of Investment Knowledge, Investment Motivation and Financial Literature on Investment Interest (Case Study In Indonesia Students Who Have Invested)</i>	<i>Investment Knowledge, Motivation dan Interest</i>	<i>Financial Literature</i>	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa <i>Investment motivation</i> , dan <i>Financial literacy</i> berpengaruh secara positif dan signifikan namun <i>Investment knowledge</i> tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Investasi.	publikasi.mercubuana.ac.id/index.php/indikator/article/view/14153/5523
15.	Elisya Citra, Rilo Pambudi (2022)	Pengaruh Literasi, Motivasi dan <i>Expected Return</i> terhadap minat berinvestasi generasi Z di pasar modal pada mahasiswa	Motivasi dan Minat	Literasi dan <i>Expected Return</i>	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa motivasi, dan <i>Expected Return</i> berpengaruh secara positif dan signifikan namun literasi tidak	ejournal.atmajaya.ac.id/index.php/WPM/article/view/3683

No	Peneliti	Judul Jurnal	Persamaan Variabel	Perbedaan Variabel	Hasil Penelitian	Sumber Refferensi
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
		unika atma jaya jakarta			berpengaruh secara signifikan terhadap Minat Investasi.	
16.	Wei Zhou, Man Liu, Zeshui Xu and Marinko Škare (2020)	<i>Investment decision making based on the probabilistic hesitant financial data: model and empirical study</i>	<i>Investment decision makings</i> (Pengambilan Keputusan Investasi)	<i>Financial Products</i> (produk finansial), <i>Variance</i> (varians) dan <i>Return</i> (tingkat keuntungan)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa <i>Financial Products</i> , <i>Variance</i> dan <i>Return</i> berpengaruh positif terhadap <i>Investment decision makings</i>	tandfonline. com/doi/full /10.1080/13 31677X.202 0.1842225
17.	Hery Haryanto, Alice (2022)	Dampak behavioral finance terhadap keputusan investasi dengan persepsi risiko sebagai variabel moderasi	Pengambilan Keputusan Investasi	Literasi Keuangan dan perilaku keuangan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel aversi risiko yang dimoderasi oleh persepsi risiko tidak mempengaru hi keputusan investasi secara signifikan dikarenakan <i>p-value</i> sebesar 0,719 dimana sudah melewati batas signifikansi	journal.bina darma.ac.id/ index.php/ mbia/article /view/1852

No	Peneliti	Judul Jurnal	Persamaan Variabel	Perbedaan Variabel	Hasil Penelitian	Sumber Refferensi
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
					sebesar 0.05 sehingga H11 ditolak. Efek moderasi ini justru memperlemah hubungan antara aversi risiko dengan keputusan investasi. Hal ini dikarenakan seseorang dengan sikap kecenderungan untuk menghindari risiko dan lebih memilih hasil yang sudah pasti akan selalu mencoba menghindari risiko sehingga persepsi risiko tidak mempengaruhi mereka dalam mengambil keputusan investasi.	
18.	Handry Valentio Saiang, Tasha Indy Regita, Yunita Indahsari,	Pengaruh influencer saham terhadap minat investasi generasi	<i>Influencer marketing</i> , Minat berinvestasi dan pengambilan	-	Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh influencer	ojs.unik-kediri.ac.id/index.php/jimek/article/view/2027

No	Peneliti	Judul Jurnal	Persamaan Variabel	Perbedaan Variabel	Hasil Penelitian	Sumber Refferensi
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
	Mayang Dwi Rahmasari, dan Eka Fitriani (2022)	milineal pada pasar modal	keputusan investasi		saham terhadap minat investasi generasi milenial pada pasar modal secara signifikan.	
19.	Anastasya Fauzianti, Retnosari (2022)	Pengaruh modal awal investasi, pengetahuan investasi, sosial media influencer terhadap minat investasi mahasiswa akuntansi universitas tidar	Pengetahuan Investasi, influencer, dan minat berinvestasi	Modal Awal Investasi	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Pengetahuan Investasi, influencer, dan Modal Awal Investasi berpengaruh secara signifikan terhadap minat berinvestasi mahasiswa Akuntansi Universitas Tidar.	jurnal.unismuhpalu.ac.id/index.php/JSM/article/view/2323
20.	Lilis Ayudiasuti (2021)	Analisis pengaruh keputusan investasi mahasiswa	Pengambilan Keputusan Investasi	<i>Financial literacy, Herding behavior, Risk perception, Overconfidence, dan Illusion of control</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel financial literacy, overconfidence, illusion of control berpengaruh secara	journal.unesa.ac.id/index.php/jim/article/view/13861

No	Peneliti	Judul Jurnal	Persamaan Variabel	Perbedaan Variabel	Hasil Penelitian	Sumber Refferensi
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
					signifikan terhadap pengambilan keputusan investasi namun herding behavior, risk perception, experience regret tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pengambilan keputusan investasi.	

2.2. Kerangka Pemikiran

Kerangka pikir penelitian dilakukan agar arah penelitian menjadi jelas. Sugiyono (2017:60) menyatakan kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Dalam melakukan pembuatan kerangka pemikiran dibutuhkan pendalaman dalam hubungan setiap variabel penelitian sehingga dapat mempresentasikan penelitian yang baik dan relevan. Dalam penelitian ini *influencer marketing*, *self motivation*, dan *investment knowledge* merupakan variabel independen dan minat berinvestasi merupakan variabel Intervening sedangkan pengambilan keputusan investasi saham

merupakan variabel Dependen dengan studi kasusnya mahasiswa universitas siliwangi.

2.2.1. Pengaruh *Influencer Marketing* terhadap pengambilan keputusan investasi saham

Influencer marketing adalah sebuah cara pemasaran yang baru dengan menggunakan influencer atau bisa disebut juga selebriti atau *public figure* yang memiliki *followers* atau pengikut yang banyak pada suatu *platform social media*. Perusahaan mengajak seorang influencer bekerja sama untuk meningkatkan nama perusahaan tersebut dan mengajak *followers* atau pengikutnya agar menggunakan brand dari perusahaan tersebut. influencer ini memiliki pengaruh besar didalam sosial media. besarnya pengaruh tersebut dapat menarik pengikutnya untuk memakai atau membeli suatu brand yang dipromosikan oleh influencer tersebut agar bisa menyamakan dirinya dengan apa yang dipakai atau digunakan oleh idolanya. Hal ini sesuai dengan *Theory of Planned Behavior* bahwa *influencer marketing* dapat mempengaruhi secara langsung maupun tidak langsung kepada mahasiswa untuk mengambil keputusan berinvestasi saham. Pengaruh *influencer marketing* secara langsung yaitu influencer tersebut mengajak *followers* atau pengikutnya untuk langsung mengambil keputusan investasi tanpa dia memiliki pemahaman dasar ataupun minat didalam dunia investasi, pengaruh *influencer marketing* secara tidak langsung yaitu mengajak *followers* atau pengikutnya untuk mengambil keputusan investasi namun pengikutnya tersebut sudah memiliki pemahaman dasar dan minat seputar investasi. Pengaruh secara langsung itulah yang memiliki tingkat kerentanan penipuan dalam promosi yang dilakukan oleh

pihak influencer karena pengikutnya tidak mengetahui pemahaman dasar mengenai investasi. Jadi, dia tidak bisa membedakan mana investasi yang asli dan mana investasi yang palsu.

2.2.2. Pengaruh *Influencer Marketing* terhadap Minat Berinvestasi

Influencer marketing juga bisa membuat diri seseorang memiliki minat dalam dunia investasi saham, Ketika dia melihat *influencer marketing* itu bisa sukses dari investasi saham akhirnya akan muncul minat berinvestasi didalam dirinya dan akan berusaha mencari tahu seputar investasi saham samapai nantinya memutuskan mengambil keputusan investasi saham. Penelitian yang dilakukan oleh Handry Valentio Saiang, Tasha Indy Regita, Yunita Indahsari, Mayang Dwi Rahmasari, dan Eka Fitriani (2022) menyatakan didalam penelitiannya bahwa influencer berpengaruh positif signifikan terhadap minat berinvestasi seseorang.

2.2.3. Pengaruh *Self Motivation* terhadap Minat Berinvestasi

Self Motivation atau motivasi diri merupakan dorongan yang terdapat dalam diri seseorang untuk berusaha mengadakan perubahan tingkah laku yang lebih baik dalam memenuhi kebutuhannya. Dalam hal ini motivasi diri berhubungan dengan finansial, seseorang akan terus berupaya untuk meningkatkan status finansial nya agar bisa lebih baik dari pada sebelumnya. Banyak upaya seseorang dalam meningkatkan status finansialnya yaitu dengan berinvestasi. Penelitian yang dilakukan oleh Anggini Asmara Dewati dan Marfuah (2021) menyatakan didalam penelitiannya bahwa motivasi berpengaruh positif signifikan antara motivasi investasi terhadap minat untuk melakukan investasi. Hal ini

dikarenakan adanya suatu hal yang membuat individu atau seseorang tertarik untuk melakukan tindakan serta termotivasi untuk mendapatkan atau memperolehnya.

2.2.4. Pengaruh *Self Motivation* Terhadap Pengambilan Keputusan Investasi Saham

Seseorang akan mengambil suatu keputusan berinvestasi saham Ketika dirinya memiliki motivasi diri (*Self Motivation*), biasanya hal ini dipengaruhi oleh faktor eksternal atau orang lain yang memotivasi dirinya untuk mengambil sebuah keputusan berinvestasi padahal orang tersebut sebelumnya belum atau bahkan tidak memiliki minat berinvestasi sama sekali. Hal ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Niswatul Amalia, Anik Malikah, dan Abdul Wahid Mahsuni (2020) yang menyatakan didalam penelitiannya bahwa motivasi diri berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan investasi Hal ini dikarenakan adanya suatu hal yang membuat individu atau seseorang tertarik untuk melakukan tindakan serta termotivasi untuk mendapatkan atau memperolehnya. Dengan dorongan dari orang lain akan mempengaruhi suatu keputusan seseorang. Misalkan seseorang mendapat dorongan untuk berinvestasi saham dari temannya dan dia diajarkan tentang berinvestasi saham, maka orang tersebut akan tertarik pada investasi saham dan memutuskan untuk berinvestasi saham.

2.2.5. Pengaruh Minat Berinvestasi terhadap pengambilan keputusan investasi saham

Minat merupakan ketertarikan yang muncul ketika seseorang merasa tertarik dan akan melakukan hal-hal atau kegiatan yang berhubungan dengan apa yang membuat dia tertarik. Dalam hal ini minat menjadi salah satu faktor yang

mempengaruhi mahasiswa universitas siliwangi didalam dunia investasi saham, tidak sedikit mahasiswa universitas yang memiliki minat didalam dunia investasi. Ari Wibowo dan Purwohandoko (2019) mengemukakan bahwa minat investasi merupakan suatu keinginan untuk menempatkan sebagian dananya pada pasar modal dengan maksud mendapatkan keuntungan di masa depan. Penelitian yang dilakukan oleh Niswatul Amalia, Anik Malikhah, dan Abdul Wahid Mahsuni (2020) menyatakan didalam penelitiannya bahwa variabel Minat Investasi berpengaruh negatif terhadap keputusan investasi saham. Minat investasi tidak sepenuhnya mempengaruhi keputusan investasi karena minat seseorang tidak hanya timbul dari dalam diri. Minat juga bisa timbul karena kondisi dan lingkungan sekitar. Jika lingkungan tidak dapat mendukung seseorang tersebut untuk berinvestasi, maka keputusan berinvestasi tidak akan terjadi.

2.2.6. Pengaruh *Investment Knowledge* terhadap *Minat Berinvestasi*

Seseorang yang mempunyai *Investment Knowledge* atau pengetahuan investasi bisa membuat dirinya muncul minat terhadap dunia investasi saham. Hal ini sesuai dengan *Theory of Planned Behavior* bahwa *Investment knowledge* dapat mempengaruhi secara langsung maupun tidak langsung minat berinvestasi saham mahasiswa universitas siliwangi. Hal ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan Andi Kusuma Negara dan Hendra Galuh Febriyanto (2020) menyatakan di dalam penelitiannya bahwa pengetahuan Investasi berpengaruh signifikan positif terhadap minat investasi karena pengetahuan yang memadai akan suatu hal dapat memberikan motivasi seseorang untuk mengambil keputusan atau melakukan suatu tindakan. Untuk melakukan investasi di pasar modal diperlukan pengetahuan. Salah

satu faktor yang mempengaruhi pengetahuan seseorang yaitu pengalaman dan pendidikan

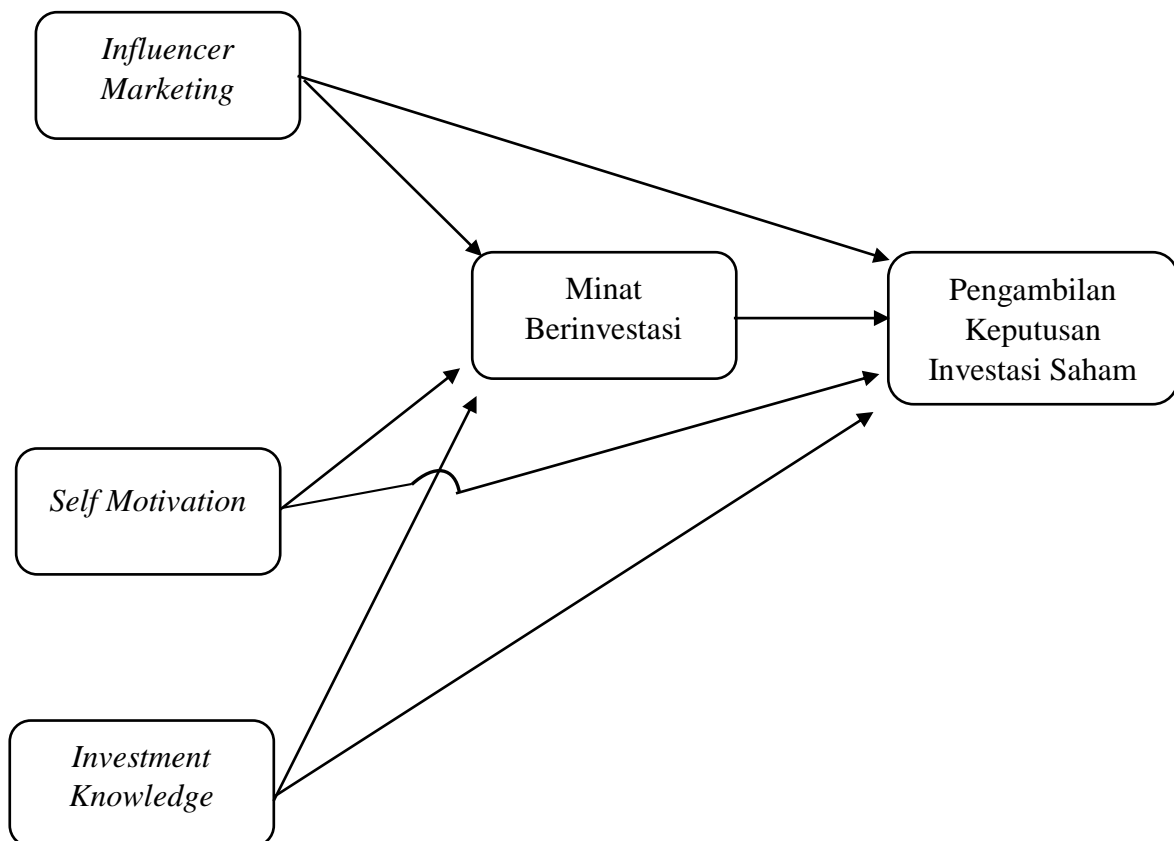
2.2.7. Pengaruh *Investment Knowledge* terhadap pengambilan keputusan investasi saham

Investment knowledge atau pengetahuan investasi adalah pengetahuan yang berisi pemahaman-pemahaman mengenai investasi khususnya saham. pemahaman mengenai investasi harus dimiliki seseorang dalam segala aspek mengenai investasi, dimulai dari pengetahuan dasar penilaian investasi, tingkat risikonya dan tingkat pengembalian atau *return* investasi. Ada dua tipe orang yang dimana tipe pertama yaitu seseorang yang memiliki pengetahuan mengenai investasi bisa memiliki minat yang muncul dengan sendirinya mengenai investasi saham dan tipe yang kedua yaitu seseorang yang memiliki pengetahuan investasi yang langsung mengambil keputusan untuk berinvestasi berbekalkan pengetahuan yang dia miliki tanpa memiliki minat didalam dunia investasi. Jadi, dia hanya mencoba dan mengimplementasikan pengetahuan investasi yang dia miliki secara langsung.

2.2.8. Pengaruh *Influencer Marketing*, *Self Motivation*, dan *Investment Knowledge* secara Simultan terhadap Pengambilan Keputusan Investasi Saham Melalui Minat Berinvestasi.

Dalam hal ini diartikan ketika seseorang terpengaruh oleh *Influencer Marketing* maka orang tersebut akan memiliki Motivasi diri karena termotivasi oleh ajakan influencer tersebut karena memberikannya dorongan bahwa influencer tersebut saja bisa sukses dengan berinvestasi. Sehingga ketika seseorang tersebut

sudah termotivasi maka akan muncul dorongan untuk mempelajari hal-hal seputar investasi saham dan secara tidak langsung dia memiliki ketertarikan atau minat berinvestasi sehingga ketika dirinya merasa memiliki pengetahuan yang cukup maka akan mengambil sebuah keputusan berinvestasi. Hal ini juga sesuai dengan *Theory Planned Behavior* yang dimana seseorang telah berperilaku secara terencana mulai dari awal mengetahui seputar investasi hingga orang tersebut mempelajari atau mencari pengetahuan mengenai investasi.



Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran

Keterangan :

- *Influencer Marketing*, *Self Motivation*, dan *Investment Knowledge* : Variabel Independen

- Minat Berinvestasi : Variabel Intervening
- Pengambilan Keputusan Investasi Saham : Variabel Dependen

2.3. Hipotesis

Sugiyono (2017) menyatakan bahwa hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Dikatakan sementara karena hasil yang diberikan masih berdasarkan teori yang relevan, belum berdasarkan fakta-fakta empiris yang diperoleh dan tahap pengolahan data. Berdasarkan uraian yang telah dibahas sebelumnya dan penelitian sebelumnya yang telah diteliti oleh para ahli, maka dalam penelitian ini merumuskan hipotesis sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh positif *influencer marketing*, *self motivation*, dan *investment knowledge* terhadap minat berinvestasi pada mahasiswa Universitas Siliwangi.
2. Terdapat pengaruh positif *influencer marketing*, *self motivation*, dan *investment knowledge* terhadap pengambilan keputusan investasi saham mahasiswa Universitas Siliwangi.
3. Terdapat pengaruh positif minat berinvestasi terhadap pengambilan keputusan investasi saham mahasiswa Universitas Siliwangi.
4. Terdapat pengaruh positif *influencer marketing*, *self motivation*, dan *investment knowledge* terhadap pengambilan keputusan investasi saham melalui minat berinvestasi mahasiswa Universitas Siliwangi.