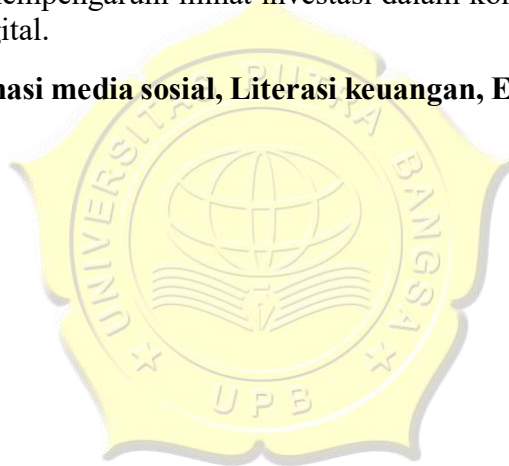


ABSTRAK

Penelitian ini mengeksplorasi dampak informasi media sosial terhadap minat investasi dan mengevaluasi peran mediasi literasi keuangan serta efikasi keuangan. Menggunakan pendekatan kuantitatif dan perangkat lunak SmartPLS 3, penelitian ini menemukan bahwa informasi media sosial secara signifikan dan positif mempengaruhi minat investasi baik secara langsung maupun tidak langsung melalui literasi keuangan. Namun, informasi media sosial tidak mempengaruhi minat investasi secara signifikan melalui efikasi keuangan. Hasil ini menunjukkan bahwa informasi media sosial meningkatkan minat investasi terutama melalui peningkatan literasi keuangan daripada efikasi keuangan. Keterbatasan penelitian ini meliputi kemungkinan ketidakakuratan respons akibat pemahaman responden yang terbatas terhadap kuesioner dan fokus yang sempit pada faktor-faktor yang mempengaruhi minat investasi. Penelitian di masa depan harus mengatasi keterbatasan ini dengan mengeksplorasi variabel tambahan dan meningkatkan akurasi respons untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat investasi dalam konteks media sosial dan literasi keuangan digital.

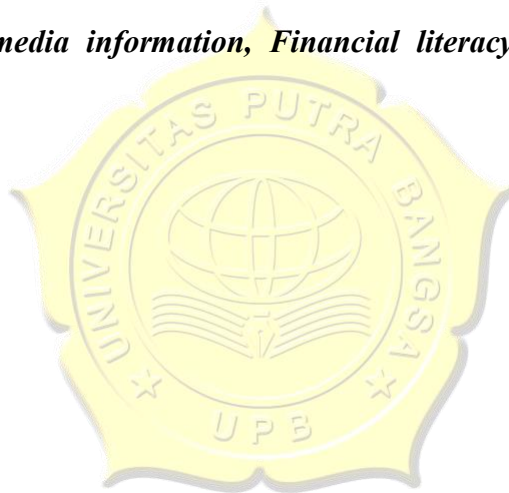
Kata Kunci: Informasi media sosial, Literasi keuangan, Efikasi keuangan, dan Minat investasi



ABSTRACT

This study explores the impact of social media information on investment intention and evaluates the mediating roles of financial literacy and financial self-efficacy. Using a quantitative approach and SmartPLS 3 software, the study finds that social media information significantly and positively affects investment intention both directly and indirectly through financial literacy. However, it does not significantly influence investment intention through financial self-efficacy. These results suggest that social media information improves investment intention primarily through enhancing financial literacy rather than financial self-efficacy. The study's limitations include potential response inaccuracies due to respondents' limited understanding of the questionnaire and a narrow focus on factors affecting investment interest. Future research should address these limitations by exploring additional variables and improving response accuracy to gain a fuller understanding of investment intention determinants in the digital and social media context.

Keywords: *Social media information, Financial literacy, Financial efficacy, Investment interest*



HALAMAN MOTTO

The more I read, the more I acquire, the more certain I am that I know nothing.
(Voltaire)

“What we learn with pleasure, we never forget”



HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur mendalam dengan telah diselesaikannya Skripsi ini Penulis mempersembahkannya kepada:

1. Kedua orang tua saya tercinta, Bapak Teguh dan Ibu Eny yang selalu memberikan support serta selalu mendoakan yang terbaik untuk saya.
2. Saudara/Saudari saya Luthvi dan Fajri yang selalu memberi motivasi dan semangat.
3. Dosen pembimbing yang telah membimbing saya dengan sangat baik dan penuh kesabaran sehingga skripsi saya dapat terselesaikan.
4. Tim akun Instagram @NgertiSaham yang telah mengizinkan saya melakukan penelitian pada akunnya.
5. Sahabat seperjuangan skripsi yang selalu menemani dan memberikan motivasi.
6. Teman - teman seperjuangan angkatan 2020 serta semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi saya.
7. Seluruh responden pada akun instagram @NgertiSaham yang telah bersedia mengisi kuesioner sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta karunia-Nya kepada penulis, sehingga skripsi dengan judul **“Pengaruh Informasi Media Sosial Terhadap Minat Investasi Saham: Peran Efikasi Keuangan Dan Literasi Keuangan Sebagai Intervening (Studi Pada Followers Instagram Ngertisaham)”** dapat terselesaikan dengan baik. Tujuan penyusunan skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat untuk bisa menempuh ujian sarjana manajemen pada Program Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa.

Skripsi ini disusun dan dibuat berdasarkan materi yang telah penulis dapatkan selama proses perkuliahan dan merupakan tolak ukur keberhasilan penulis dalam mengimplementasikan ilmu yang didapat dengan realitas dalam kehidupan nyata khususnya pada bidang penelitian ilmiah. Materi-materi dalam skripsi ini bertujuan agar dapat memperluas wawasan dan menambah ilmu pengetahuan mengenai manajemen pemasaran. Penulis telah menyelesaikan skripsi ini dengan segenap kemampuan, menggunakan analisis berdasarkan teori dan bantuan berbagai literatur. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan ini tidak terlepas dari bantuan orang lain. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terimakasih yang setulus-tulusnya kepada :

1. Bapak Dr. Gunarso Wiwoho, S.E., M.M. selaku Rektor Universitas Putra Bangsa.
2. Kedua orang tua saya tercinta, Bapak Teguh dan Ibu Eny yang selalu memberikan support serta selalu mendoakan yang terbaik untuk saya.

3. Saudara/Saudari saya Luthvi dan Fajri yang selalu memberi motivasi dan semangat.
4. Dosen pembimbing yang telah membimbing saya dengan sangat baik dan penuh kesabaran sehingga skripsi saya dapat terselesaikan.
5. Tim akun Instagram @NgertiSaham yang telah mengizinkan saya melakukan penelitian pada akunnya.
6. Seluruh responden pada akun instagram @NgertiSaham yang telah bersedia mengisi kuesioner sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
7. Seluruh pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan dan kerjasamanya bagi kesuksesan penelitian ini.

Penulis sadar bahwa di dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, saran dan kritik sangat penulis harapkan. Serta penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan pihak-pihak yang terkait, serta dapat bermanfaat khususnya bagi penulis. Kepada semua pihak, sekali lagi penulis ucapkan terimakasih.

Kebumen, 17 Juli 2024

Penulis,

Syafri Nurrochman

NIM 205504207

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME.....	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRAKSI.....	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Batasan Masalah.....	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
2.1 Tinjauan Teori.....	12
2.1.1 <i>Theory of Planned Behavior</i> (TPB).....	12
2.1.2 Minat.....	15
2.1.3 Informasi Sosial Media.....	16
2.1.4 Literasi Keuangan.....	17
2.1.5 Efikasi Keuangan.....	19
2.2 Penelitian Terdahulu	22
2.3 Hubungan antar variabel.....	32

2.4 Model Empiris	43
2.5 Hipotesis	43
BAB III METODE PENELITIAN.....	45
3.1 Objek dan Subjek Penelitian	45
3.1.1 Objek Penelitian.....	45
3.1.2 Subjek Penelitian	45
3.2 Variabel Penelitian.....	46
3.2.1 Variabel Dependen (Terikat).....	46
3.2.2 Variabel Independen (Bebas).....	46
3.2.3 Variabel Intervening.....	47
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	48
3.3.1 Informasi Media Sosial.....	48
3.3.2 Literasi Keuangan.....	49
3.3.3 Efikasi Keuangan.....	50
3.3.4 Minat Investasi.....	52
3.4 Instrumen atau Alat Pengumpul Data.....	53
3.5 Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	53
3.5.1 Jenis Data.....	53
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data.....	53
3.6 Populasi dan Sampel.....	54
3.6.1 Populasi.....	54
3.6.2 Sampel	55
3.7 Teknik Analisis	56
3.7.1 Pengujian Outer Model.....	57
3.7.2 Pengujian Inner Model.....	60
3.7.3 Pengujian Hipotesis	61
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	63
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	63
4.2 Deskripsi Responden Penelitian.....	64
4.3 Analisa Deskriptif.....	65
4.4 Analisa Statistik.....	69

4.4.1 Pengujian <i>Outer Model</i>	69
4.4.2 Pengujian <i>Inner Model</i>	74
4.4.3 Pengujian Hipotesis	75
4.5 Pembahasan	81
4.5.1 Pengaruh Informasi Media Sosial (X) terhadap Literasi Keuangan (Y1)	81
4.5.2 Pengaruh Informasi Media Sosial (X) terhadap Efikasi Keuangan (Y2)	83
4.5.3 Pengaruh Informasi media sosial (X) terhadap Minat Investasi (Z).....	84
4.5.4 Pengaruh Literasi Keuangan (Y1) terhadap Minat Investasi (Z).....	85
4.5.5 Pengaruh Efikasi Keuangan (Y2) terhadap Minat Investasi (Z).....	87
4.5.6 Pengaruh Informasi Media Sosial (X) terhadap Minat Investasi (Z) melalui Literasi Keuangan (Y1) sebagai Variabel Intervening.....	88
4.5.7 Pengaruh Informasi Media Sosial (X) terhadap Minat Investasi (Z) melalui Efikasi Keuangan (Y2) sebagai Variabel Intervening.....	90
BAB V SIMPULAN	92
5.1 Simpulan.....	92
5.2 Keterbatasan	94
5.3 Implikasi	95
5.3.1 Implikasi Praktis	95
5.3.2 Implikasi Teoritis	95
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN	101

DAFTAR TABEL

Tabel I-1 Pertumbuhan Jumlah Investor Pasar Modal 2022 -2023.....	2
Tabel I-2 Jumlah Pengguna Aktif Media Sosial di Indonesia 2014-2023.....	3
Tabel I-3 Perbandingan Literasi dan inklusi keuangan.....	5
Tabel II-1 Penelitian Terdahulu.....	22
Tabel IV-1 Deskripsi Responden menurut Usia.....	65
Tabel IV-2 Deskripsi Responden menurut Usia.....	65
Tabel IV-3 Kriteria Analisis Deskriptif.....	66
Tabel IV-4 Frekuensi Variabel Informasi Media Sosial (X).....	66
Tabel IV-5 Frekuensi Variabel Literasi Keuangan (Y1).....	67
Tabel IV-6 Frekuensi Variabel Efikasi Keuangan (Y2).....	68
Tabel IV-7 Frekuensi Variabel Minat Investasi (Z).....	68
Tabel IV-8 Hasil Uji Validitas Konvergen.....	70
Tabel IV-9 Hasil Uji Validitas Diskriminan (cross loading).....	71
Tabel IV-10 Hasil Uji Reliabilitas (cronbach's alpha dan composite reliability) .	74
Tabel IV-11 Pengujian Inner Model (R-Square).....	74
Tabel IV-12 Koefisien Jalur (Direct Effect).....	76
Tabel IV-13 Koefisien Jalur (Indirect Effect).....	79
Tabel IV-14 Pengujian Q Square Predict.....	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar I-1 Jumlah Hashtag #Investasisaham pada postingan di Instagram.....	4
Gambar I-2 Akun Ngertisaham.....	5
Gambar IV-1 Logo NgertiSaham	64
Gambar IV-2 Hasil Outer Model.....	73
Gambar IV-3 Hasil Inner Model	75



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Data Responden

Lampiran 3 Tabulasi Data Kuesioner

Lampiran 4 Hasil Uji *Outer Model*

Lampiran 5 Gambar Hasil *Outer Model*

Lampiran 6 Hasil Uji *Inner Model*

Lampiran 7 Gambar Hasil *Inner Model*

Lampiran 8 Hasil Uji Hipotesis

Lampiran 9 Kartu Bimbingan

Lampiran 10 Kartu Seminar

