

PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH, *SOCIAL MEDIA INFLUENCER*, DAN KEMUDAHAN BERTRANSAKSI TERHADAP KEPUTUSAN BERINVESTASI DI PASAR MODAL SYARIAH DENGAN MOTIVASI SEBAGAI VARIABEL MODERASI



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Guna Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomiwarda (S.E)

Oleh :
SALMA LANA PANCARANI
NIM. 2017201040

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO
2024**

PERNYATAAN KEASLIAN PENULISAN

PERNYATAAN KEASLIAN PENULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Salma Lana Pancarani

NIM : 2017201040

Jenjang : S1

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi dan Keuangan Syariah

Program Studi : Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, *Social Media Influencer*, dan Kemudahan Bertransaksi Terhadap Keputusan Berinvestasi di Pasar Modal Syariah dengan Motivasi Sebagai Variabel Moderasi

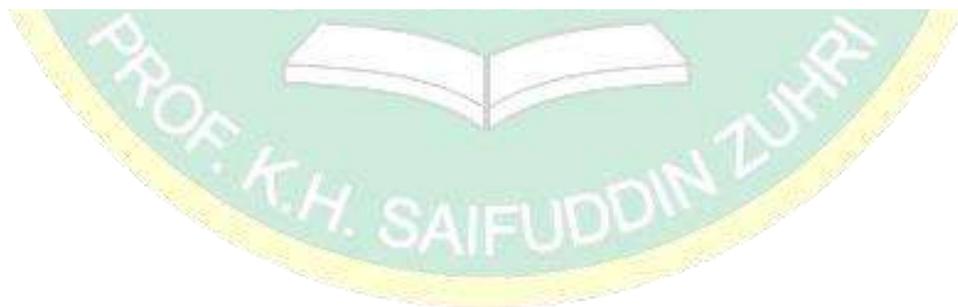
Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 7 Oktober 2024

Saya yang menyatakan



Salma Lana Pancarani
NIM. 2017201040



LEMBAR PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635824, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsalzu.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

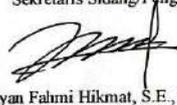
**PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH, SOCIAL
MEDIA INFLUENCER, DAN KEMUDAHAN BERTRANSAKSI
TERHADAP KEPUTUSAN BERINVESTASI DI PASAR
MODAL SYARIAH DENGAN MOTIVASI SEBAGAI
VARIABEL MODERASI**

Yang disusun oleh Saudara Salma Lana Pancarani NIM 2017201040 Program Studi S-1 Ekonomi Syariah Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari Selasa, 15 Oktober 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji


Dewi Laila Hilyatin, S.E., M.S.I.
NIP. 19851112 200912 2 007

Sekretaris Sidang/Penguji


Ryan Fahmi Hikmat, S.E., M.M.
NIP. 19920328 202012 1 005

Pembimbing/Penguji


Akhris Fuadatis Sholikha, S.E., M.Si.
NIP. 19930309 202321 2 043

Purwokerto, 21 Oktober 2024
Mengesahkan

Dekan,


Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19750921 200212 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Prof K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto

Di Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudara Salma Lana Pancarani NIM. 2017201040 yang berjudul:

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH, *SOCIAL MEDIA*
INFLUENCER, DAN KEMUDAHAN BERTRANSAKSI TERHADAP
KEPUTUSAN BERINVESTASI DI PASAR MODAL SYARIAH DENGAN
MOTIVASI SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Syariah (S.E).

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Purwokerto, 7 Oktober 2024

Pembimbing



Akhris Fuadatis Sholikha, S.E., M.Si.

NIP. 199303092023212043

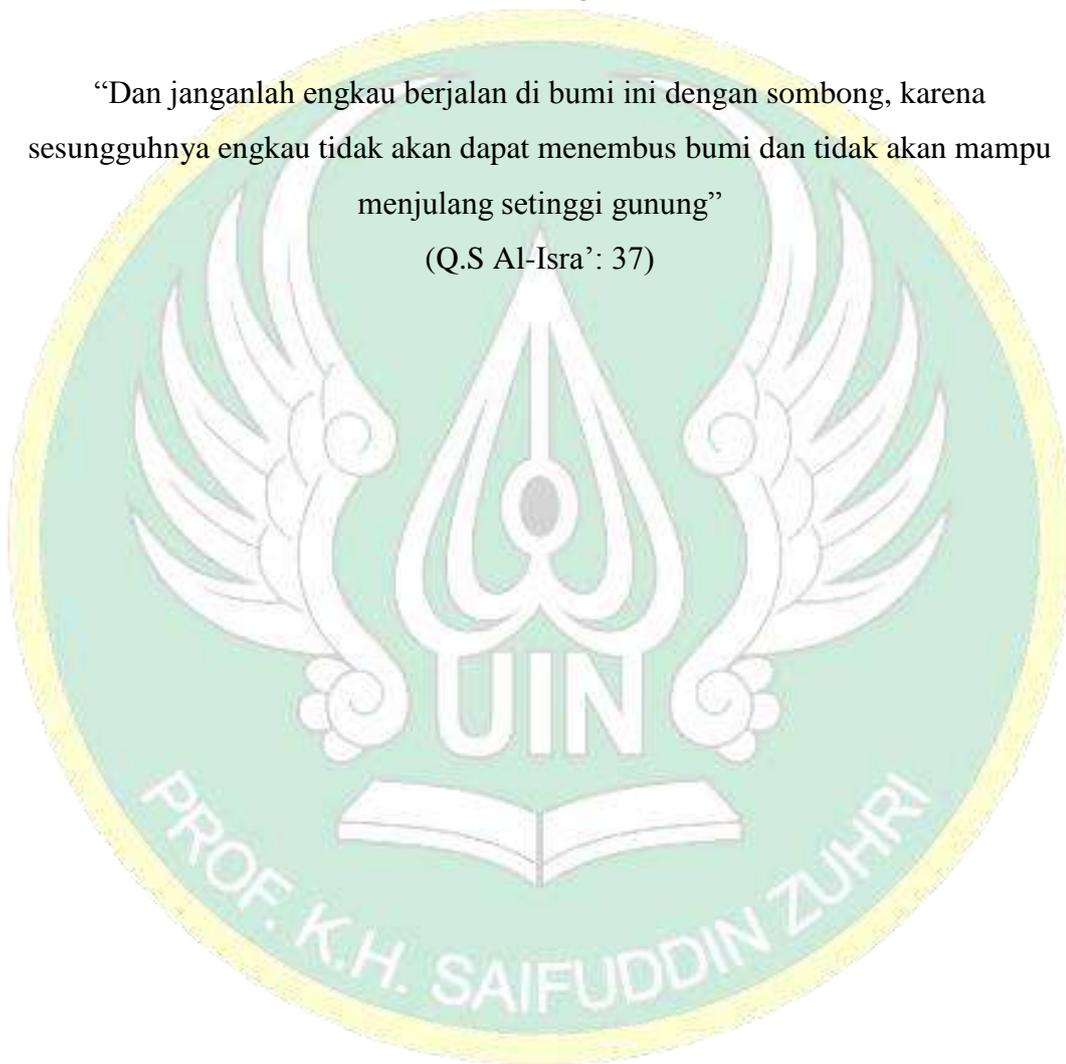
MOTTO

“Kalau kita gak bisa mempekerjakan uang berarti kita akan bekerja seumur hidup
untuk uang”

-Felicia Puti Tjiasaka-

“Dan janganlah engkau berjalan di bumi ini dengan sombong, karena
sesungguhnya engkau tidak akan dapat menembus bumi dan tidak akan mampu
menjulang setinggi gunung”

(Q.S Al-Isra': 37)



PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH, *SOCIAL MEDIA INFLUENCER*, DAN KEMUDAHAN BERTRANSAKSI TERHADAP KEPUTUSAN BERINVESTASI DI PASAR MODAL SYARIAH DENGAN MOTIVASI SEBAGAI VARIABEL MODERASI

Salma Lana Pancarani
2017201040

E-mail: salmalanapancarani@gmail.com

Program Studi Ekonomi Syariah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRAK

Indonesia merupakan salah satu negara yang saat ini berada dalam tahap perkembangan, di mana mayoritas masyarakatnya cenderung untuk menabung atau berorientasi pada pendekatan finansial jangka pendek. Namun, perkembangan investasi di Indonesia semakin meningkat tiap tahunnya. Tren ini dapat dilihat berdasarkan pertumbuhan di pasar modal Indonesia melalui jumlah investor yang meningkat. Selain itu, investor muda yaitu pada usia ≤ 30 mendominasi pasar modal yaitu sebanyak 55,79% dari total investor domestik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan syariah, *social media influencer*, dan kemudahan bertransaksi terhadap keputusan berinvestasi di pasar modal syariah dengan motivasi sebagai variabel moderasi, dengan studi kasus mahasiswa fakultas ekonomi di Purwokerto.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Populasi penelitian ini yaitu mahasiswa fakultas ekonomi di Purwokerto (UIN SAIZU, UNSOED, UMP) yang mengetahui dan pernah berinvestasi di pasar modal syariah. Jumlah sampel pada penelitian ini adalah 380 orang dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dan menggunakan rumus slovin. Teknik pengumpulan data dengan penyebaran kuesioner dan analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji interaksi (*Moderated Regression Analysis/MRA*).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel literasi keuangan syariah, *social media influencer*, dan kemudahan bertransaksi berpengaruh terhadap keputusan berinvestasi di pasar modal syariah. motivasi berhasil memoderasi pengaruh literasi keuangan, *social media influencer*, dan kemudahan bertransaksi terhadap keputusan berinvestasi di pasar modal syariah.

Kata Kunci: Literasi Keuangan Syariah, *Social Media Influencer*, Kemudahan Bertransaksi, Motivasi, Keputusan Investasi

THE INFLUENCE OF ISLAMIC FINANCIAL LITERACY, SOCIAL MEDIA INFLUENCERS, AND EASE OF TRANSACTIONS ON INVESTMENT DECISIONS IN THE ISLAMIC CAPITAL MARKET WITH MOTIVATION AS A MODERATING VARIABLE

Salma Lana Pancarani
2017201040

E-mail: salmalanapancarani@gmail.com

Program of Sharia Economics

Faculty of Islamic Economics and Business

State Islamic University (UIN) Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRACT

Indonesia is one of the countries that is currently in the developmental stage, where the majority of its people tend to save or are oriented towards a short-term financial approach. However, the development of investment in Indonesia is increasing every year. This trend can be seen based on the growth in the Indonesian capital market through the increasing number of investors. In addition, young investors aged ≤ 30 dominate the capital market, which is 55.79% of the total domestic investors. This study aims to determine the effect of Islamic financial literacy, social media influencers, and ease of transactions on investment decisions in the Islamic capital market with motivation as a moderating variable, with a case study of economics faculty students in Purwokerto.

The research method used is quantitative method. The population of this study were students of the economics faculty in Purwokerto (UIN SAIZU, UNSOED, UMP) who knew and had invested in the Islamic capital market. The sample size in this study was 380 people using purposive sampling technique and using the slovin formula. Data collection techniques by distributing questionnaires and data analysis used in this study is the interaction test (Moderated Regression Analysis / MRA).

The results showed that partially the variables of Islamic financial literacy, social media influencers, and ease of transactions affect the decision to invest in the Islamic capital market. motivation successfully moderates the influence of financial literacy, social media influencers, and ease of transactions on investment decisions in the Islamic capital market.

Keyword: Sharia Financial Literacy, Social Media Influencer, Ease of Transaction, Motivation, Investment Decision

PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata yang dipakai dalam penelitian ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

1. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba'	B	Be
ت	ta'	T	Te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	jim	J	Je
ح	ħ	<u>H</u>	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	Kh	ka dan ha
د	dal	D	De
ذ	zal	<u>Z</u>	ze (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	Er
ز	zai	Z	Zet
س	sin	S	Es
ش	syin	Sy	es dan ye
ص	šad	<u>S</u>	es (dengan titik di bawah)
ض	d'ad	<u>D</u>	de (dengan titik di bawah)
ط	ta	<u>T</u>	te (dengan titik di bawah)

ظ	ẓa	<u>Z</u>	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik di atas
غ	gain	G	Ge
ف	fa’	F	Ef
ق	qaf	Q	Qi
ك	kaf	K	Ka
ل	lam	L	‘el
م	mim	M	‘em
ن	nun	N	‘en
و	wau	W	W
ه	ha’	H	Ha
ء	hamzah	’	Apostrof
ي	ya’	Y	Ye

2. Konsonan Rangkap karena syaddah ditulis lengkap

عدة	Ditulis	‘iddah
-----	---------	--------

3. Ta’marbutah di akhir kata bila dimatikan ditulis h

حكمة	Ditulis	Hikmah
جزية	Ditulis	Jizyah

(Ketentuan ini tidak diperlukan pada kata-kata arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, salat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

- a. Bila diikuti dengan kata sandang “al” serta bacaan ke dua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرامة الاولياء	Ditulis	<i>Karâmah al-ailiyâ'</i>
----------------	---------	---------------------------

- b. Bila ta” marbutah hidup atau dengan harakat, *fathah* atau *kasrah* atau *dammah* ditulis dengan t

زكاة الفطر	Ditulis	<i>Zakât al-fitr</i>
------------	---------	----------------------

4. Vokal Pendek

َ	Fathah	Ditulis	A
ِ	Kasrah	Ditulis	I
ُ	Dammah	Ditulis	U

5. Vokal Panjang

1.	Fathah + alif	Ditulis	A
	جاهلية	Ditulis	Jâhiliyyah
2.	Fathah + ya’ mati	Ditulis	A
	تنسى	Ditulis	tansâ
3.	Kasrah + ya’ mati	Ditulis	I
	كريم	Ditulis	karîm
4.	Dammah + wawu mati	Ditulis	U
	فروض	Ditulis	furû ḍ

6. Vokal Rangkap

1.	Fathah + ya” mati	Ditulis	ai
	بينكم	Ditulis	bainakum
2.	Fathah + wawu mati	Ditulis	au

قول	Ditulis	qaul
-----	---------	------

7. Vokal Pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan apostrof

أأنتم	Ditulis	a'antum
أأعدت	Ditulis	u'iddat

8. Kata sandang alif + lam

a. Bila diikuti huruf qomariyah

القياس	Ditulis	al-qiyâs
--------	---------	----------

b. Bila diikuti huruf syamsiyah ditulis dengan menggunakan huruf syamsiyah yang mengikutinya, serta menggunakan huruf I (el)-nya

السماء	Ditulis	As-samâ
--------	---------	---------

9. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya

ذوى الفروض	Ditulis	Zawi al-furūd
------------	---------	---------------

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, *Social Media Influencer*, dan Kemudahan Berinvestasi di Pasar Modal Syariah dengan Motivasi Sebagai Variabel Moderasi”. Penulisan skripsi ini diajukan untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis menerima banyak saran, bimbingan, dan masukan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak, khususnya kepada:

1. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag. selaku Rektor UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. H. Suwito, M.Ag. selaku Wakil Rektor I UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Prof. Dr. Sul Khan Chakim, S.Ag., M.M. selaku Wakil Rektor II UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Prof. Dr. H. Sunhaji, M.Ag. selaku Wakil Rektor III UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Dr. Ahmad Dahlan, M.S.I. selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
7. H. Sochimim, Lc., M.Si. selaku Ketua Koordinator Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
8. Akhris Fuadatis Sholikha, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Skripsi. Terima kasih saya ucapkan atas segala bimbingan, arahan, masukan, motivasi dan kesabarannya selama proses penyusunan skripsi ini. Semoga senantiasa diberikan kesehatan dan perlindungan oleh Allah SWT.

9. Segenap Dosen dan Karyawan UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan pendidikan yang bermanfaat.
10. Seluruh Dosen, Tata Usaha, dan Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
11. Kedua orangtua tercinta, Bapak Nur Musafak dan Ibu Lasmini yang telah merawat, mendidik, mendoakan dan mendukung setiap perjalanan hidup penulis, terima kasih atas dukungan, kasih sayang, dan do'a restu yang tiada henti selama ini sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini. Semoga beliau selalu diberi kesehatan, panjang umur, dan senantiasa dilindungi Allah SWT agar bisa melihat saya sampai sukses.
12. Untuk keluarga besar saya terima kasih atas segala dukungannya dan memberi semangat serta motivasi bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
13. Sahabat dan teman-temanku yang tidak bisa di sebutkan satu persatu, yang selalu memberi dukungan, bantuan, dan masukan serta selalu menjadi pendengar yang tidak pernah bosan dengan banyak cerita yang penulis sampaikan.
14. Teman-teman kelas Ekonomi Syariah A 2020, KKN 52 kelompok 130, PPL Getuk Goreng Tela Asli, serta teman sekamar Manusia Aesthetic yang kebersamai penulis dalam berproses dari awal sampai akhir perkuliahan.
15. Seluruh responden penelitian skripsi saya, terima kasih telah meluangkan waktu dan telah membantu proses penyelesaian skripsi ini.
16. Kepada seseorang spesial berinisial AKM, terima kasih atas segala bantuan, dukungan, dan pengertian yang diberikan setiap harinya. Terima kasih karena selalu menyempatkan waktu di tengah kesibukan sehari-hari dan menjadi tempat penulis berkeluh kesah atau sekedar mendengarkan cerita penulis yang tidak penting. Terima kasih atas kesabaran dan pengertian yang tiada henti, doronganmu selalu membuat penulis percaya bahwa penulis selalu bisa melewati setiap tantangan yang penulis hadapi.
17. Penulis ingin mengucapkan terima kasih untuk diri sendiri atas semangat yang tak pernah padam dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih telah

terus maju meski berhadapan dengan berbagai tantangan, rasa lelah, dan keraguan. Perjalanan ini tidak selalu mudah, namun sampai di titik ini adalah bukti dari ketangguhan dan keberanian untuk tetap berjuang untuk mencapai tujuan, dan masih akan terus berlanjut. Terima kasih telah memberi diri ruang untuk beristirahat saat diperlukan, dan tidak berhenti belajar dari setiap kesalahan dan pengalaman. Ini adalah pencapaian yang patut dirayakan, dan saya bangga pada diri sendiri karena mampu melewati semua ini dengan tekad yang kuat.

Purwokerto, 7 Oktober 2024

Penulis



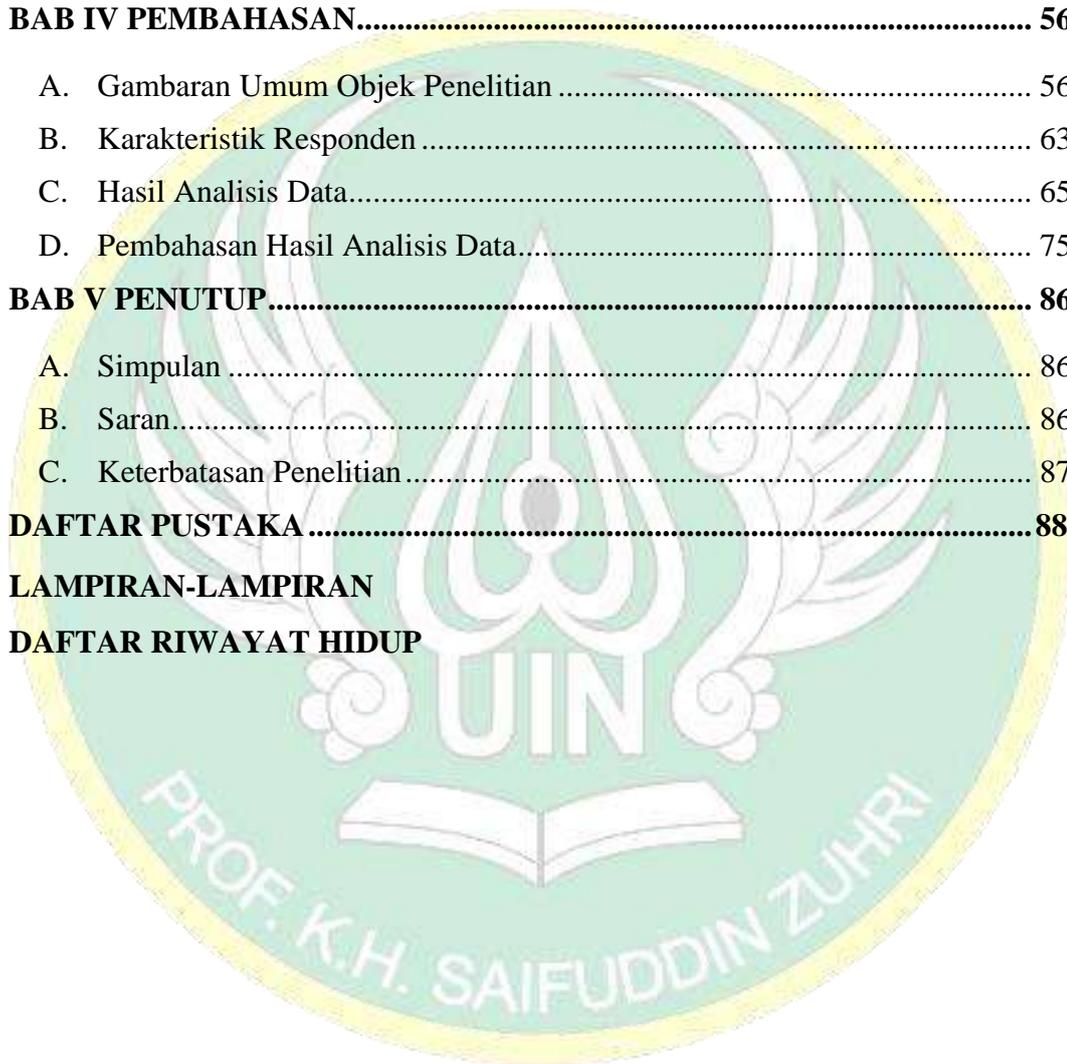
Salma Lana Pancarani
NIM. 2017201040



DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN PENULISAN	ii
PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
MOTTO	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA	viii
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	11
E. Sistematika Pembahasan	12
BAB II LANDASAN TEORI	13
A. Kajian Teori	13
B. Landasan Teologis	30
C. Kajian Pustaka.....	34
D. Kerangka Penelitian	40
E. Hipotesis Penelitian.....	41
BAB III METODE PENELITIAN	46
A. Jenis Penelitian.....	46
B. Tempat dan Waktu Penelitian	46

C. Populasi dan Sampel Penelitian	46
D. Sumber Data.....	49
E. Variabel dan Indikator Penelitian.....	49
F. Teknik Pengumpulan Data.....	51
G. Uji Instrumen Penelitian.....	52
H. Teknik Analisis Data	53
BAB IV PEMBAHASAN.....	56
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	56
B. Karakteristik Responden	63
C. Hasil Analisis Data.....	65
D. Pembahasan Hasil Analisis Data.....	75
BAB V PENUTUP.....	86
A. Simpulan	86
B. Saran.....	86
C. Keterbatasan Penelitian.....	87
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Demografi Investor Individu Berdasarkan Usia.....	3
Tabel 1.2 Data Latar Belakang Pendidikan Investor Individu.....	4
Tabel 1.3 Hasil Observasi Awal Mahasiswa yang Berinvestasi	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	37
Tabel 3.1 Jumlah Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN SAIZU, UNSOED, dan UMP Semester Genap Tahun 2023/2024.....	47
Tabel 3.2 Hasil Perhitungan Masing-Masing Perguruan Tinggi	48
Tabel 3.3 Variabel dan Indikator Penelitian	50
Tabel 3.4 Skala Likert.....	51
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Perguruan Tinggi	63
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Waktu Investasi	64
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Transaksi	64
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas.....	66
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas.....	67
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas	68
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas	68
Tabel 4.9 Hasil Uji Heteroskedastisitas	69
Tabel 4.10 Hasil Uji t.....	70
Tabel 4.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	72
Tabel 4.12 Hasil Uji <i>Moderated Regression Analysis</i> X1	73
Tabel 4.13 Hasil Uji <i>Moderated Regression Analysis</i> X2	74

Tabel 4.14 Hasil Uji *Moderated Regression Analysis* X3 74



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Penelusuran <i>Single Investor Identification</i> (SID).....	2
Gambar 2.2 Kerangka Penelitian	37



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

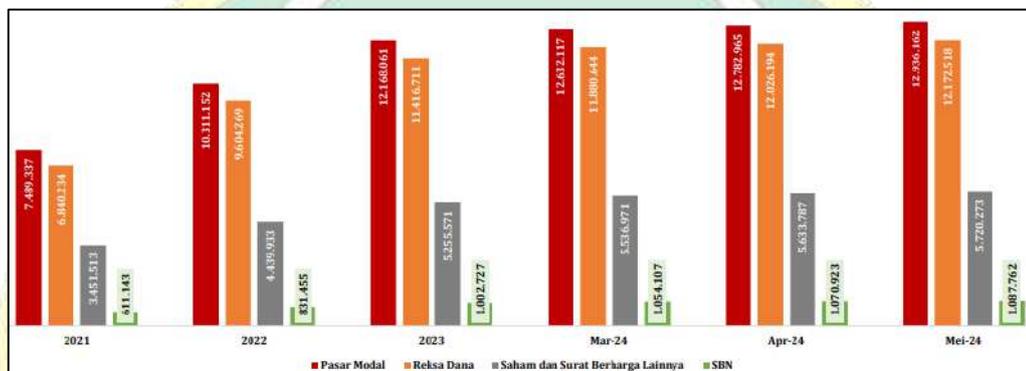
Pertumbuhan ekonomi adalah sebuah isu ekonomi yang berlangsung dalam jangka panjang, dimana dalam konteks ekonomi nyata, hal ini berarti evolusi dalam kapasitas fiskal suatu negara untuk memproduksi barang dan jasa, misalnya ekspansi dan produksi jumlah komoditas industri, pengembangan infrastruktur, bertambahnya jumlah lembaga pendidikan, perluasan produk jasa dan pertumbuhan ekonomi menunjukkan aktivitas ekonomi mendatangkan penghasilan tambahan bagi masyarakat dalam jangka tertentu (Purba, Nainggolan, & Panjaitan, 2022). Menanamkan investasi dalam sektor ekonomi tertentu bisa segera mentransformasi berbagai rintangan ekonomi yang dihadapi oleh negara. Baik investasi dari sektor swasta maupun pemerintah dapat membawa beragam keuntungan, termasuk menciptakan pekerjaan, meningkatkan pendapatan per kapita, menurunkan angka kemiskinan, meningkatkan kualitas hidup, memajukan Produk Domestik Bruto (PDB), dan lain sebagainya (Kambono & Marpaung, 2020).

Investasi dapat diartikan sebagai seorang investor yang menunda konsumsi suatu aset dengan jumlah tertentu dan jangka waktu tertentu dengan tujuan memperoleh imbalan yang diharapkan di masa yang akan datang. Investasi merupakan respons terhadap kebutuhan masa depan yang mana belum dapat terpenuhi sekarang, keinginan untuk meningkatkan nilai kepemilikan atau kekayaan, dan perlindungan terhadap aset yang telah dimiliki (Paningrum, 2022). Sehingga investor memiliki dana cadangan yang mana bukan hanya berbentuk tabungan namun juga mempertahankan nilai dari aset yang dimilikinya. Salah satu contoh strategi yang dapat diterapkan adalah dengan menginvestasikan modal atau aset ke dalam pasar modal.

Indonesia merupakan salah satu negara yang saat ini berada dalam tahap perkembangan, di mana mayoritas masyarakatnya cenderung untuk

menabung atau berorientasi pada pendekatan finansial jangka pendek. Di negara, kecenderungan masyarakatnya lebih condong pada investasi atau orientasi jangka panjang secara finansial (Ujung, Riadi, Satya, & Anindya, 2023). Namun, perkembangan investasi di Indonesia semakin meningkat tiap tahunnya. Tren ini dapat dilihat berdasarkan pertumbuhan di pasar modal Indonesia melalui jumlah investor yang meningkat.

Gambar 1.1
Data Penelusuran Single Investor Identification (SID) 2024



Sumber : Statistik Pasar Modal Indonesia KSEI Mei (2024)

Menurut data Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI), terjadi peningkatan investor pasar modal di tahun 2024 (per Mei 2024) yaitu jumlah investor mencapai 12,93 juta orang, angka tersebut mengalami peningkatan dibandingkan dengan bulan April 2024 yang berjumlah 12,78 juta orang. Melalui informasi tersebut, dapat diketahui bahwa keinginan melakukan investasi yang dimiliki oleh masyarakat Indonesia tergolong cukup tinggi. Dengan berkembangnya teknologi, perannya sebagai fasilitas untuk meningkatkan minat investasi masyarakat juga meningkat, yaitu dengan memudahkan calon investor membuka rekening investasi secara online dan mengakses informasi terkait investasi (Nesia & Widayati, 2022).

Perkembangan pelaku investasi di tingkat anak muda semakin meningkat. Mereka sudah mulai tertarik mengenai investasi dan mulai tertarik untuk belajar dan terjun ke dunia investasi. Bukti dari hal tersebut

adalah peningkatan jumlah investor yang berasal dari kalangan generasi Muda.

Tabel 1.1
Data Demografi Investor Individu Berdasarkan Usia

Usia	Persentase	Aset
≤ 30	55,58%	56,67 T
31-40	24,00%	115,59 T
41-50	11,80%	180,71 T
51-60	5,65%	264,99 T
≥60	2,96%	928,72 T

Sumber: Statistik Pasar Modal Indonesia KSEI Mei (2024)

Menurut data KSEI, dominasi dari investor muda di pasar modal yaitu pada usia ≤30 saat ini telah mencapai 55,79% dari seluruh total investor domestik yang ada di Indonesia dengan aset yang terdaftar di KSEI adalah sebanyak Rp 51,6 triliun (per April 2024). Hal ini juga sesuai dengan upaya pemerintah Indonesia untuk meningkatkan partisipasi investor domestik dalam pasar modal Indonesia, yang saat ini didominasi oleh investor asing (Wardani & Supiati, 2017). Peningkatan jumlah investor muda dapat disebabkan oleh minat dan motivasi khususnya bagi mahasiswa yang mulai tumbuh dalam berinvestasi di pasar modal. Pasar modal adalah tempat di mana investor atau pemilik modal berinteraksi dengan pihak lain untuk melakukan transaksi instrumen keuangan seperti saham, obligasi, dan lainnya melalui perantara pedagang efek. Pasar modal mempunyai peran yang penting dalam ekonomi nasional, salah satunya yaitu menjadi sumber dana perusahaan dan sebagai sarana investasi masyarakat (Ma'sumah, 2017).

Tabel 1.2
Data Latar Belakang Pendidikan Investor Individu

Jenjang Pendidikan	Persentase	Aset
≤ SMA	54,32%	166,77 T
D3	6,50%	50,76 T
S1	25,97%	707,29 T
≥ S2	2,50%	129,25 T
Lainnya	10,72%	51,33 T

Sumber: Statistik Pasar Modal Indonesia KSEI Mei (2024)

Berdasarkan data latar belakang pendidikan investor individu pada bulan Mei 2024, SMA menempati peringkat pertama disusul dengan S1 pada peringkat kedua dan dilanjutkan oleh D3 dan S2 yang menempati peringkat ketiga dan keempat. Melalui data tersebut dapat diketahui bahwa minat investasi lulusan SMA lebih tinggi daripada lulusan S1 dan mahasiswa. Selain itu, menunjukkan bahwa ilmu yang didapat terkait investasi di lingkungan kampus belum mampu meningkatkan minat mahasiswa dan lulusan S1 untuk berinvestasi. Bagi kaum muda, terutama mahasiswa yang belajar di bidang ekonomi penting untuk memiliki pemahaman tentang pasar modal, namun sebagian mahasiswa masih belum mengerti tentang investasi pada pasar modal tetapi masih terpaku dengan pembelian emas atau barang mewah lainnya sebagai bentuk investasi. Pengetahuan investasi yang didapat baik dari kegiatan dalam atau luar kampus, pengelolaan keuangan yang baik, kemampuan dalam menganalisis, dan relasi di berbagai komunitas dapat menjadi potensi mahasiswa untuk melakukan investasi (Nesia & Widayati, 2022). Berdasarkan pengamatan awal peneliti terhadap mahasiswa, masih terdapat banyak mahasiswa yang belum memiliki tabungan investasi dan belum pernah terlibat dalam investasi pasar modal.

Tabel 1.3
Hasil observasi awal mahasiswa yang berinvestasi

Pertanyaan	Ya	Tidak
Apakah Anda memiliki rekening tabungan investasi ?	16,7%	83,3%
Apakah Anda sudah pernah atau rutin melakukan investasi di pasar modal?	16,7%	83,3%

Hasil observasi lapangan menunjukkan adanya disparitas antara jumlah mahasiswa ekonomi yang belum berinvestasi di pasar modal dengan data KSEI yang menunjukkan bahwa lulusan S1 merupakan kelompok investor terbesar kedua di Indonesia. Fenomena ini mengindikasikan adanya potensi yang belum tergarap secara optimal di kalangan mahasiswa ekonomi. Permasalahan yang telah diuraikan sebelumnya menjadikan peneliti tertarik untuk menggunakan mahasiswa ekonomi sebagai subjek penelitian dalam melakukan penelitian terkait minat investasi. Sehingga subjek yang diteliti selama penelitian berlangsung menggunakan mahasiswa Fakultas Ekonomi di Purwokerto.

Ajaran dalam Islam secara terus-menerus memberikan dukungan terhadap pelaksanaan investasi yang bertumpu pada prinsip-prinsip norma agama. Memahami investasi dalam pasar modal syariah memiliki nilai yang begitu penting demi menghindari kesalahan serta menetapkan langkah yang tepat (Junianto, Sabtohad, & Hendriani, 2020). Agama Islam mendorong Individu yang beriman untuk mengembangkan investasi dalam beragam peluang di masa mendatang agar tidak mengabaikan atau menghamburkan aset, dan untuk mempertimbangkan dengan cermat penggunaannya dengan harapan memperoleh lebih banyak kekayaan. Selain itu, investasi juga dianggap memberikan manfaat seperti keamanan finansial dan keuntungan materiil, yang pada gilirannya memungkinkan distribusi aset dalam bentuk modal untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara umum (Inayah, 2020). Pada saat ini, masyarakat tidak hanya fokus pada prinsip kehalalan dalam aspek konsumsi dan produksi,

tetapi juga memperhatikan bidang-bidang lain, seperti investasi. Peristiwa ini menciptakan kesempatan bagi lembaga keuangan untuk merancang produk investasi yang mematuhi prinsip syariah, seperti sukuk, saham syariah, reksadana syariah, dan produk sejenisnya (Ningtyas & Istiqomah, 2021).

Prinsip dasar investasi syariah bersumber dari nilai-nilai moral dan keadilan, menjadikannya fondasi utama. Selain itu, konsep investasi syariah juga mencakup tindakan yang dihindari, seperti *maisir*, *gharar*, dan *riba* (Hartati, 2021). Pasar modal syariah merupakan aktivitas dalam pasar modal yang tunduk pada regulasi dari Undang-Undang Pasar Modal dan Lembaga Keuangan (Bapepam-LK). Pasar modal syariah telah resmi diperkenalkan di Indonesia pada tahun 2003 dan sejak itu mengalami pertumbuhan yang terus berlanjut. Pasar modal syariah menjadi bagian dari upaya untuk mendukung perkembangan ekonomi Indonesia yang tangguh dan kompetitif, terutama dalam konteks ekonomi berbasis syariah (Toha, Manaku, & Zamroni, 2020). Pada saat ini jumlah investor syariah sudah sangat banyak. Dalam kurun waktu tiga tahun terakhir sejak tahun 2021, terdapat kenaikan signifikan pada jumlah investor syariah yaitu dari 105.174 investor menjadi 143.784 investor pada triwulan pertama tahun 2024.

Menurut *theory of planned behavior* (TPB) yang dikembangkan oleh Ajzen dan Fishbein pada tahun 1980, dikemukakan bahwa perilaku individu terdiri dari empat elemen kunci, yaitu niat, sikap, norma subjektif, dan persepsi kendali perilaku (Jazuli & Setiyani, 2021). Dalam teori ini, tindakan adalah elemen kunci yang dapat memproyeksikan suatu perilaku. Karenanya, niat untuk bertindak dapat mencerminkan langkah yang akan diambil oleh individu. Begitu juga bagi individu yang tertarik melakukan investasi, mereka akan mengambil langkah-langkah untuk mewujudkan keinginan tersebut (Sawitri & Sudiyani, 2023). TPB bisa dimanfaatkan untuk meramalkan perilaku keuangan individu, termasuk dalam pengambilan keputusan investasi (Xiao, 2008). Dalam lingkup penelitian

ini, faktor-faktor yang memengaruhi mencakup pemahaman tentang literasi keuangan syariah, *social media influencer*, dan kemudahan transaksi serta motivasi sebagai moderator.

Literasi keuangan mencakup kemampuan, motivasi, dan keyakinan dalam menggunakan pengetahuan tentang prinsip-prinsip dan risiko keuangan untuk mengambil keputusan yang sesuai secara finansial, meningkatkan kesejahteraan keuangan individu dan bersama-sama, serta aktif berkontribusi dalam aktivitas ekonomi (Asari, et al., 2023). Sedangkan literasi keuangan syariah merupakan kemampuan individu untuk mengelola keuangannya dengan memperhatikan prinsip-prinsip Islam, menggunakan pengetahuan, keterampilan, dan sikap yang sesuai (Heriska, 2022). Memiliki literasi keuangan merupakan hal penting agar mendapatkan kehidupan sejahtera dan berkualitas. Ada banyak studi yang mendukung klaim tersebut, termasuk penelitian dari Utsman (2021) Menyatakan bahwa pemahaman yang baik tentang literasi keuangan syariah memberikan dampak positif terhadap keputusan investasi saham syariah pada kalangan generasi millennial. Penelitian dari Rohmah (2023) mengindikasikan bahwa Literasi keuangan syariah memiliki pengaruh positif terhadap keputusan investasi yang diambil oleh para pelaku UMKM di Kota Semarang. Namun lain halnya dengan penelitian yang dilaksanakan oleh Nurisnayanti dan Sevriana (2023) yaitu literasi keuangan syariah tidak memiliki pengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan investasi mahasiswa Universitas Al-Azhar Indonesia Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen di pasar modal syariah.

Pertumbuhan teknologi yang cepat memiliki dampak pada kemajuan ekonomi suatu negara dan dapat mendorong peningkatan kinerja dan hasil yang lebih baik dalam sektor bisnis (Pradnyani & Pramitasri, 2019), salah satunya yaitu semakin berkembangnya media sosial. Penggunaan media sosial di era ini sangat penting, segala informasi bisa didapatkan dengan mudah melalui media sosial. Tingginya aktivitas *social media influencer* pada akun media sosialnya mempengaruhi daya tarik kepada pengguna

media sosial lainnya. Dengan begitu ketika *influencer* memasarkan produk investasi di media sosial, tentunya banyak orang yang akan tertarik pada produk-produk investasi dan semakin menambah rasa penasaran mereka terhadap produk investasi. Penelitian yang mendukung pernyataan tersebut ialah penelitian Adiningsih & Ghofar (2022) yang menyatakan bahwa *financial influencer* berpengaruh positif pada pengambilan keputusan investasi di pasar modal oleh mahasiswa yang tergabung dalam Galeri Investasi di Universitas yang berlokasi di Kota Malang. Namun berbeda dengan hasil penelitian Permana, Syahputra, Bintoro, & Ghozi (2022) yang mana mengungkapkan bahwa media sosial tidak berpengaruh terhadap keputusan investasi generasi muda.

Kemajuan teknologi ini juga memberikan sarana kepada para investor, sehingga para investor mendapatkan kemudahan untuk melakukan investasi. Hal ini ditunjukkan dengan kemunculan platform perdagangan efek secara daring. Salah satu faktor yang dapat merangsang ketertarikan seseorang untuk terlibat dalam investasi adalah kemudahan dalam berinvestasi, baik dari segi ketersediaan informasi maupun transaksi untuk berinvestasi. Hal ini memiliki nilai penting bagi para investor, terutama mereka yang baru terjun ke dunia investasi (Siregar, Hasibuan, Sarmania, & Dewi, 2023). Kehadiran *online trading* dapat menyederhanakan proses transaksi dan pengambilan keputusan investasi bagi investor dan calon investor. Fasilitas ini juga memungkinkan para investor untuk bertransaksi dengan fleksibilitas di berbagai waktu dan lokasi. Di samping itu, para investor juga dapat dengan lebih mudah mengakses laporan keuangan, tren saham, dan mengevaluasi return serta risiko saham perusahaan (Pradnyani & Pramitasri, 2019). Fakta tersebut didukung penelitian yang dilakukan oleh Mahardika & Asandimitra (2023) yang mengindikasikan bahwa teknologi finansial memengaruhi keputusan investasi mahasiswa Surabaya. Namun pernyataan tersebut bertolak belakang dengan penelitian Yusro, Zuhendry, & Affandi (2022) yang menjelaskan bahwa kemudahan transaksi tidak berpengaruh terhadap keputusan investasi di kalangan

komunitas Investor Saham Pemula (ISP) Medan di pasar modal syariah, hal ini bisa dikarenakan keamanan, desain, fasilitas, dan fitur dari SOTS (sistem online trading syariah) masih belum bisa menandingi sistem online trading umum.

Untuk berinvestasi tentunya harus disertai motivasi yang mana dapat memberi dorongan agar investasi tersebut memiliki tujuan yang jelas dan teratur, tidak hanya mengikuti alurnya saja. Motivasi menjadi awal dari seluruh perilaku konsumen, termasuk keputusan berinvestasi, yang merupakan langkah seseorang dalam memenuhi kebutuhan serta memulai aktivitas untuk mencapai kepuasan. Motivasi dijelaskan sebagai kekuatan internal yang mendorong individu untuk melakukan suatu tindakan (Shafrani, 2017). Harapan untuk mencapai stabilitas keuangan di masa depan dapat mendorong individu untuk terlibat dalam investasi. Apabila seseorang telah termotivasi untuk berinvestasi, mereka akan mengelola keuangan mereka dengan baik dan meningkatkan partisipasi dalam investasi sesuai dengan potensi keuntungan yang diinginkan (Triana & Yudiantoro, 2022). Hal ini diperkuat oleh penelitian Hasanudin, Nurwulandari, & Safitri (2021) yang menunjukkan bahwa motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi para investor Galeri Investasi BEI dari Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Mercu Buana. Dalam penelitian Himmah, Intikhanah, & Hidayah (2020) menjelaskan juga bahwa motivasi berpengaruh positif dan signifikan pada keputusan investasi para investor pasar modal yang berdomisili di Kota Pekalongan. Namun berbeda dengan penelitian Wardani & Lestari (2020) yang mana hasilnya adalah motivasi tidak berpengaruh terhadap keputusan investasi yang dibuat oleh ibu rumah tangga di Desa Krembangan, Kecamatan Panjatan, Kabupaten Kulon Progo.

Terkait gambaran latar belakang yang telah disajikan, peneliti merasa tertarik untuk menjalankan penelitian lebih lanjut tentang **“Pengaruh Literasi Keuangan, *Social Media Influencers*, dan Kemudahan Bertransaksi Terhadap Keputusan Berinvestasi di Pasar Modal Syariah dengan Motivasi Sebagai Variabel Moderasi”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijabarkan, maka dari itu dapat penulis rumuskan masalah dalam penelitian ini, yaitu:

1. Apakah literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap keputusan berinvestasi di pasar modal syariah?
2. Apakah *social media influencer* berpengaruh terhadap keputusan berinvestasi di pasar modal syariah?
3. Apakah kemudahan bertransaksi berpengaruh terhadap keputusan berinvestasi di pasar modal syariah?
4. Apakah motivasi memoderasi pengaruh literasi keuangan syariah terhadap keputusan berinvestasi di pasar modal syariah?
5. Apakah motivasi memoderasi pengaruh *social media influencer* terhadap keputusan berinvestasi di pasar modal syariah?
6. Apakah motivasi memoderasi pengaruh kemudahan bertransaksi terhadap keputusan berinvestasi di pasar modal syariah?

C. Tujuan Penelitian

Dengan mengacu pada perumusan masalah yang telah disebutkan, tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan syariah terhadap keputusan berinvestasi di pasar modal.
2. Untuk menganalisis pengaruh *social media influencer* terhadap keputusan berinvestasi di pasar modal syariah.
3. Untuk menganalisis pengaruh kemudahan bertransaksi terhadap keputusan berinvestasi di pasar modal syariah.
4. Untuk menganalisis motivasi memoderasi hubungan antara literasi keuangan syariah terhadap keputusan berinvestasi di pasar modal syariah.
5. Untuk menganalisis motivasi memoderasi hubungan antara *social media influencer* terhadap keputusan berinvestasi di pasar modal syariah.

6. Untuk menganalisis motivasi memoderasi hubungan antara kemudahan bertransaksi terhadap keputusan berinvestasi di pasar modal syariah.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini, penulis berharap akan memberikan manfaat yang luas bagi semua pihak, diantaranya:

1. Manfaat Teoritis

- a. Meningkatkan pemahaman dan pandangan mengenai investasi syariah dan dapat menambah pengetahuan yang berhubungan dengan literasi keuangan syariah, *social media influencer*, dan kemudahan bertransaksi terhadap keputusan berinvestasi di pasar modal syariah dengan motivasi sebagai variabel moderasi.
- b. Menambah wawasan tentang investasi syariah bagi pembaca dan dapat digunakan sebagai acuan pihak lain yang mungkin akan melakukan studi serupa.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi para investor dan calon investor, diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi panduan dalam membuat keputusan investasi di pasar modal syariah.
- b. Bagi pemerintah, penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi bagi pemerintah dalam mendorong minat investasi syariah di kalangan investor muda.
- c. Bagi peneliti, diharapkan dapat meningkatkan pemahaman dan sebagai tolak ukur daya serap materi selama perkuliahan terkait investasi dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan untuk berinvestasi di pasar modal syariah serta mendapatkan gelar sarjana ekonomi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
- d. Bagi pembaca, penulis berharap penelitian ini dapat memberikan informasi tambahan yang berguna bagi pembaca dan bagi pihak-pihak yang mempunyai permasalahan sama atau ingin mengadakan penelitian lebih lanjut.

E. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan yaitu suatu susunan dari pembahasan awal sampai akhir untuk memberikan kemudahan dalam memahami isi penelitian ini, maka penulis menguraikan struktur pembahasan menjadi lima bagian pembahasan, yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam BAB I membahas mengenai pendahuluan yang memuat tentang penjelasan latar belakang masalah, rumusan masalah, manfaat dan tujuan penelitian serta sistematika penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada BAB II menjelaskan tentang kajian teori yang digunakan untuk menganalisis masalah, kajian pustaka, kerangka penelitian dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam BAB III membahas tentang jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel penelitian, variabel dan indikator penelitian, metode pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

Pembahasan dalam BAB IV fokus kepada hasil penelitian dan pembahasannya yang menggambarkan objek penelitian dan analisis data serta pembahasan hasil pengelolaan data penelitian.

BAB V PENUTUP

Dalam BAB V memuat kesimpulan dari hasil dan pembahasan yang telah diteliti serta masukan yang diberikan oleh penulis.

BAB II LANDASAN TEORI

A. Kajian Teori

1. *Theory of Planned Behavior* (TPB)

Ajzen (1991) memperkenalkan *Theory of Planned Behavior*, yang merupakan teori yang dikembangkan dari Teori Tindakan Rasional yang pertama kali diajukan oleh Ajzen (1980). Teori Tindakan Rasional menyatakan bahwa niat untuk melakukan tindakan dipengaruhi oleh dua faktor, yakni norma subjektif dan sikap terhadap perilaku. Selanjutnya, Ajzen menambah satu faktor lagi, yaitu kontrol perilaku yang dirasakan (*Perceived Behavioral Control*), sehingga Teori Tindakan Rasional berubah menjadi Teori Perilaku Terencana. Kemudian Icek dan Martin Fishbein merevisi dan memperluas teori tersebut (Cahyasari & Pahala, 2023).

Menurut *Theory Planned Behavior*, tingkah laku manusia dipengaruhi dengan tiga jenis pertimbangan: keyakinan tentang apa yang mungkin terjadi sebagai hasil dari tindakan tersebut (*behavioral beliefs*), Keyakinan mengenai harapan moral atau standar yang dimiliki oleh orang lain (*normative beliefs*), dan keyakinan tentang elemen-elemen yang dapat mempermudah atau menghambat pelaksanaan tindakan tersebut (*control beliefs*) (Bosnjak, Ajzen, & Schmidt, 2020). Sebagai aturan umum, semakin baik sikap dan norma subjektif sehubungan dengan perilaku, dan semakin besar kontrol perilaku yang dirasakan, semakin kuat niat individu untuk melakukan perilaku yang sedang dipertimbangkan. Pentingnya sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan dalam prediksi niat diharapkan bervariasi di berbagai perilaku dan situasi (Ajzen, 1991). Kesimpulannya, interaksi antara pandangan, norma yang dirasakan, dan pemahaman tentang kendali perilaku akan mempengaruhi keinginan individu untuk melakukan suatu tindakan.

Tujuan dan manfaat dari teori ini yaitu untuk meramalkan dan memahami motivasional terhadap perilaku yang bukan dibawah kendali atau kemauan individu. Untuk mengidentifikasi bagaimana dan kemana arah strategi untuk perubahan perilaku dan juga untuk menjelaskan pada tiap aspek penting beberapa perilaku manusia. Teori ini menyediakan suatu kerangka untuk mempelajari sikap terhadap perilaku. Berdasarkan teori tersebut, penentu terpenting perilaku seseorang adalah intensi untuk berperilaku. Jika seseorang mempersepsi bahwa hasil dari menampilkan suatu perilaku tersebut positif, ia akan memiliki sikap positif terhadap perilaku tersebut. Yang sebaliknya juga dapat dinyatakan bahwa jika suatu perilaku difikirkan negatif (Maharyani, 2013).

2. Literasi Keuangan Syariah

a. Pengertian Literasi Keuangan Syariah

Makna literasi tidak hanya sebatas kemampuan membaca dan menulis, tetapi juga mencakup peningkatan pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan yang dapat membuat seseorang mampu berpikir kritis, memecahkan masalah dalam berbagai situasi, berkomunikasi secara efektif, serta mengembangkan potensi diri dan berpartisipasi aktif dalam kehidupan bermasyarakat (Hidayah, 2021). Literasi keuangan ialah memiliki pengetahuan serta keterampilan yang memungkinkan seseorang untuk membuat keputusan yang akurat dan efisien mengenai semua aspek sumber daya finansialnya (Kristanto & Gusaptono, 2021). Menurut *Working Group on Financial Literacy* (2010), literasi keuangan merupakan penguasaan pengetahuan dan kemampuan untuk membuat keputusan keuangan secara rasional dengan yakin dan kompeten (Selvi, 2018).

Berbeda dengan literasi keuangan konvensional, literasi keuangan syariah mencakup pemahaman mendalam tentang prinsip-prinsip keuangan syariah, termasuk pengetahuan mendalam tentang

produk dan jasa keuangan berbasis syariah, pemahaman tentang perbedaan antara bank syariah dan konvensional, serta kemampuan untuk memengaruhi perilaku individu dalam membuat keputusan ekonomi yang sejalan dengan prinsip-prinsip syariah (Puspitasari, Yetty, & Nugraheni, 2021). Prinsip-prinsip keuangan syariah tersebut mencakup keyakinan pada kepatuhan terhadap tuntutan illahi, menghindari investasi yang dianggap haram, menolak *riba*, menghindari ketidakpastian (*gharar*), menghindari praktik perjudian dan spekulasi (*maysir*), pembiayaan berdasarkan pada aset riil, serta menerapkan prinsip berbagi risiko (Nesneri, Novita, Irdyanti, & Azwar, 2023).

Menurut OJK terdapat empat tingkatan dalam literasi keuangan (Anggarini, Putri, & Lina, 2021) yaitu:

- 1) *Well literate*, yaitu masyarakat yang memahami dan yakin akan lembaga serta produk keuangan, termasuk fitur-fitur, manfaat, risiko, hak, kewajiban terkait, dan memiliki kemampuan dalam menggunakan berbagai produk dan layanan keuangan.
- 2) *Sucifient literate*, yaitu masyarakat yang memahami dan yakin akan lembaga jasa keuangan serta produk dan layanan keuangan, termasuk fitur-fitur, manfaat, risiko, hak, dan kewajiban terkait produk dan layanan keuangan.
- 3) *Less literate*, yaitu masyarakat yang hanya memiliki pemahaman tentang lembaga jasa dan produk keuangan.
- 4) *Not literate*, yaitu masyarakat yang tidak mengerti atau yakin terhadap lembaga jasa keuangan, produk, dan layanan keuangan, serta tidak memiliki keterampilan dalam menggunakan produk dan layanan keuangan.

b. Indikator Literasi Keuangan Syariah

Literasi keuangan syariah mencakup berbagai hal dalam keuangan, termasuk manajemen uang dan aset, perencanaan keuangan seperti pensiun, investasi, dan asuransi. Selain itu, juga

mencakup bantuan sosial seperti wakaf, infaq, shadaqah, dan zakat. Indikator yang digunakan untuk menilai literasi keuangan syariah (Salim, Arif, & Devi, 2022) yaitu:

1) Pengetahuan

Pengetahuan merujuk pada pemahaman seseorang tentang konsep-konsep dasar keuangan syariah, termasuk prinsip-prinsip ekonomi Islam, produk keuangan syariah, serta aturan-aturan halal dan haram dalam transaksi keuangan.

2) Kemampuan

Kemampuan mengacu pada keterampilan atau kecakapan seseorang dalam mengelola keuangannya sesuai dengan prinsip syariah. Dapat dikatakan bahwa seseorang dengan tingkat literasi yang tinggi mampu membuat keputusan keuangan yang cerdas. Kemampuan untuk mengambil keputusan menjadi hal yang sangat penting dalam literasi keuangan.

3) Sikap

Sikap mencerminkan pandangan atau persepsi seseorang terhadap keuangan syariah. Sikap ini mencakup seberapa besar seseorang merasa positif atau mendukung sistem keuangan syariah, serta kesediaan untuk menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam pengelolaan keuangannya sehari-hari.

4) Kepercayaan

Kepercayaan mengacu pada keyakinan seseorang bahwa sistem keuangan syariah dapat diandalkan dan sesuai dengan prinsip Islam. Ini mencakup tingkat keyakinan terhadap keuangan syariah sebagai solusi yang dapat memberikan keamanan dan ketenangan, baik dari segi spiritual maupun finansial.

3. *Social Media Influencer*

a. *Pengertian Media Sosial dan Social Media Influencer*

Istilah media dapat dijelaskan sebagai wadah untuk membawa pesan dari proses komunikasi, sedangkan sosial secara sederhana

merujuk pada relasi sosial. Maka, media sosial dapat didefinisikan sebagai medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual (Nasrullah, 2018).

Media sosial adalah saluran berbasis internet yang memungkinkan pengguna berinteraksi secara selektif, hadir sendiri, baik secara *real-time* atau tidak sinkron, dengan khalayak yang luas dan sempit, memungkinkan mengkreasi konten yang dibuat pengguna dan adanya persepsi interaksi dengan pengguna lain (Eriyanto, 2021). ada lima ciri penting media sosial antara lain:

- 1) Basis dari media sosial adalah internet.
- 2) Saluran interaktif antar pengguna.
- 3) Persepsi mengenai interaktivitas.
- 4) Pengguna bisa mengkreasi pesan sesuai keinginan.
- 5) Komunikasi massa interpersonal.

Influencer adalah individu yang memiliki banyak pengikut pada platform media sosial dan memiliki pengaruh besar terhadap mereka (Wiyono & Asyik, 2023). *Social media influencer* dapat diartikan pihak ketiga yang mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan, namun tidak bertanggung jawab atas hal tersebut (Wibowo, 2022). Sedangkan menurut (Lathifah & Garbo, 2022), *social media influencer* adalah orang yang secara bebas memposting di instagram, twitter, dan jejaring sosial lainnya untuk mengekspresikan pengalaman dan pendapat mereka.

Para *influencers* tentu memiliki pengaruh yang besar di media sosial karena mereka mempunyai pengikut yang banyak dan konten menarik yang dapat mempengaruhi pengikutnya. *Influencer* dalam media sosial dapat berupa selebriti, selebgram, *youtuber*, *blogger*, dan lain sebagainya.

Menurut Azevedo (2018) dalam (Herviani, Hadi, & Nobelson, 2020), *social media influencer* adalah pengguna media sosial dengan jumlah pengikut yang banyak, dipercaya oleh masyarakat umum, dan dapat dengan mudah menyebarkan informasi. Setiap kali seorang influencer memposting sesuatu, informasi tersebut akan segera menjangkau banyak pengguna lainnya. Dimensi *social media influencer* ada tiga, yaitu:

- 1) *Good credibility*, influencer dengan kredibilitas yang baik memiliki kemampuan untuk membangun kepercayaan di antara para pengikutnya.
- 2) *High activity*, influencer dengan intensitas tinggi dalam melakukan postingan atau kegiatan di social media.
- 3) *Large following*, influencer yang memiliki banyak pengikut di social media.

Dalam penelitian (Amalia & Putri, 2019) aspek yang dilihat dari seorang *influencer* dapat dikategorikan sebagai berikut:

- 1) *Reach*, yaitu berapa banyak pengikut yang melakukan *engagement* seperti *like*, *share*, *retweet*, *comment*, klik pada *link URL*, atau mengisi form/pembelian pada postingan yang dibuat oleh *influencer*.
- 2) *Resonance*, berarti tindakan *follower* yang meneruskan atau membagikan konten dari *influencer*.
- 3) *Relevance*, dapat berarti apakah *influencer* memiliki nilai, budaya, dan demografi yang sama dengan target konsumen dari produk tersebut.

b. Indikator Social Media Influencer

Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Nurohman & Riptiono, 2021), adapun indikator *social media influencer* diantaranya yaitu:

- 1) Informasi

Informasi merujuk pada konten yang diberikan oleh *influencer* untuk memberi pengetahuan, tips, atau wawasan kepada

pengikut. *Influencer* berperan sebagai sumber informasi yang dipercaya oleh pengikutnya.

2) Dorongan

Dorongan adalah upaya influencer untuk memotivasi atau mendorong pengikutnya untuk melakukan tindakan tertentu. *Influencer* sering kali menggunakan pengaruh mereka untuk mendorong pengikut membuat keputusan atau bertindak sesuai dengan rekomendasinya.

3) Peran

Peran *influencer* merujuk pada posisi mereka sebagai panutan atau model bagi pengikutnya. *Influencer* dapat menjadi panutan, mentor, atau figur publik yang ditiru oleh banyak orang, sehingga keputusan dan tindakan mereka sangat berpengaruh pada perilaku pengikutnya.

4) Status

Status merupakan kedudukan atau pengaruh sosial yang dimiliki oleh *influencer*, yang membuat mereka memiliki daya tarik di mata pengikutnya. Semakin tinggi status seorang influencer, semakin besar pengaruhnya terhadap keputusan dan perilaku pengikutnya.

4. Kemudahan Bertransaksi

a. Pengertian Kemudahan

Menurut Jogiyanto (2007), mendefinisikan kemudahan adalah seberapa yakin seseorang bahwa mereka dapat menggunakan teknologi dengan mudah. Jika mereka percaya bahwa sistem informasi tersebut mudah digunakan, maka mereka akan menggunakan sistem tersebut. Sebaliknya, apabila mereka merasa ragu bahwa sistem tersebut sulit digunakan, maka mereka cenderung tidak akan menggunakan sistem tersebut (Citra & Kuswantoro, 2020).

Persepsi tentang kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) adalah apabila mereka yakin bahwa sistem informasi tersebut dapat digunakan dengan mudah, mereka akan memanfaatkannya (Purboyo, Lamsah, & Vitria, 2020). *Technology Acceptance Model*, disebut juga model TAM adalah salah satu pengembangan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang dikembangkan oleh Davis di tahun 1989 yang dapat menyajikan gambaran mengenai permodelan prediksi penerimaan teknologi informasi (Rachmawan & Novianti, 2021). *Technology Acceptance Model* (TAM) bertujuan untuk memberikan penjelasan tentang faktor-faktor yang menentukan penerimaan teknologi secara umum, sehingga dapat menjelaskan indikasi penggunaan teknologi informasi. Perluasan konsep TAM berfungsi sebagai dasar untuk membantu memprediksi sikap dan penerimaan individu terhadap teknologi, serta menyediakan informasi penting tentang faktor-faktor yang mendorong sikap individu tersebut (Nasir, 2020).

Kemudahan adalah teknologi informasi yang mudah dipahami dan digunakan oleh semua lapisan masyarakat. Semakin besar kemudahan yang dirasakan oleh masyarakat, semakin tinggi minat mereka untuk menggunakannya (Canestren & Saputri, 2021).

b. Indikator Kemudahan

Indikator kemudahan bertransaksi menurut (Adhitya & Fauziah, 2023) terdiri dari:

- 1) Mudah digunakan (*easy to use*), aplikasi harus mudah digunakan agar pengguna tidak mengalami kesulitan dalam mengoperasikannya, artinya tampilan dan fungsionalitasnya harus sederhana dan intuitif. Dengan tata letak dan alur penggunaan yang jelas, pengguna dapat berpindah dari satu fungsi ke fungsi lainnya dengan mudah.

- 2) Mudah dipelajari (*easy to learn*), aplikasi harus mudah dipelajari agar pengguna dapat dengan cepat beradaptasi dan memahami cara menggunakannya.
- 3) Jelas dan dimengerti (*clear and understandable*), aplikasi harus jelas dan mudah dimengerti, sehingga pengguna dapat dengan mudah menguasai cara menggunakannya.
- 4) Dapat dikendalikan (*controllable*), aplikasi harus mudah dikendalikan atau diatur, sehingga dapat digunakan sesuai dengan kebutuhan pengguna.
- 5) Mudah menjadi terampil (*easy to become skillful*), aplikasi harus mudah dipahami, sehingga pengguna dapat dengan cepat menguasai cara menggunakannya.
- 6) Fleksibel (*flexibel*), aplikasi harus fleksibel, artinya dapat disesuaikan dan digunakan kapan saja dan di mana saja sesuai keinginan pengguna.

5. Motivasi

a. Pengertian Motivasi

Asal-usul kata "motivasi" dapat ditemukan dalam bahasa Latin "*movere*", yang artinya adalah gerakan. Motivasi merupakan proses psikologis yang mendorong seseorang untuk semangat dan tekun untuk melakukan tindakan sukarela yang berfokus pada tujuan (Sulasih, 2016). Motivasi yaitu energi yang berubah dalam individu yang ditandai oleh timbulnya perasaan dan respons demi mencapai suatu target (Rahadi & Susilowati, 2019). Victor Harold Vroom meyakini salah satu teorinya yaitu *Expectancy Theory* yang menyatakan bahwa motivasi individu dalam upaya mereka akan muncul ketika individu tersebut yakin bahwa pekerjaan yang mereka lakukan akan menghasilkan pencapaian maksimal, serta berpotensi mendapatkan penghargaan tinggi seperti peningkatan imbalan atau posisi karir (Ni'am & Mulyati, 2021).

Motivasi adalah keadaan yang mendorong, merangsang, atau memotivasi individu untuk bertindak dengan maksud mencapai hasil yang diharapkan. Motivasi menjadi sebuah dorongan, energi, atau keadaan kompleks dalam diri seseorang yang mengarahkan kepada pencapaian tujuan tertentu, baik secara sadar maupun tidak (Syah, 2014).

b. Indikator Motivasi

Menurut Mc. Donald, motivasi adalah perubahan energi dalam diri seseorang yang ditandai dengan munculnya perasaan serta didorong oleh adanya respons terhadap tujuan tertentu (Siregar L. Y., 2020). Indikator motivasi menurut (Suyanti & Hadi, 2019) yaitu:

1) Perubahan energi dalam diri

Motivasi memicu perubahan energi dalam diri setiap individu melalui sistem neurofisiologis dalam tubuh manusia. Motivasi dapat dilihat sebagai suatu energi yang muncul dari dalam individu, yang mempengaruhi tingkat semangat dan usaha dalam mencapai tujuan. Meskipun motivasi berasal dari dalam diri, manifestasinya akan melibatkan aktivitas fisik manusia.

2) Timbulnya perasaan yang mengarah pada tingkah laku

Motivasi terlihat dari munculnya perasaan atau emosi seseorang. Perasaan positif seperti kegembiraan atau antusiasme dapat mendorong individu untuk mengambil tindakan, sementara perasaan negatif seperti ketakutan atau kecemasan juga bisa menjadi pendorong untuk berusaha mencapai tujuan. Dalam hal ini, motivasi berhubungan dengan masalah yang berkaitan dengan kesehatan mental, perasaan, dan energi yang bisa memengaruhi cara seseorang berperilaku.

3) Reaksi untuk mencapai tujuan.

Motivasi muncul karena adanya tujuan yang ingin dicapai. Jadi, motivasi sebenarnya adalah respons terhadap tujuan tersebut. Motivasi akan memicu seseorang untuk melakukan berbagai

usaha dan strategi untuk meraih hasil yang diinginkan, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Meskipun motivasi berasal dari dalam diri seseorang, kemunculannya biasanya dipicu oleh faktor lain, yaitu tujuan yang ingin dicapai. Tujuan ini berkaitan dengan kebutuhan yang dimiliki seseorang (Syardiansyah, 2016).

6. Keputusan Berinvestasi

a. Pengertian Keputusan Investasi

Pengambilan keputusan (*desicion making*) adalah suatu mekanisme untuk menilai dan memilih satu atau beberapa opsi. Keputusan tersebut diambil setelah melalui beberapa tahap perhitungan rasional dan evaluasi alternatif (Febriansyah & Meiliza, 2020). Pengambilan keputusan dapat dimaknai sebagai hasil dari proses berpikir yang berakhir dengan memilih satu tindakan dari berbagai opsi yang tersedia dan proses pengambilan keputusan berakhir dengan menghasilkan satu pilihan (Hidayat, Samsudin, Kristanti, Nimas, & Destiana, 2024).

Secara bahasa, investasi berasal dari bahasa Inggris *investment* yang berarti menanam. Secara istilah, investasi adalah kegiatan menempatkan dana atau modal ke dalam suatu aset untuk jangka waktu tertentu dengan tujuan mendapatkan peningkatan nilai di masa mendatang (Priyadi, et al., 2021). Menurut (Purboyo, Zulfikar, & Wicaksono, 2019) terdapat dua jenis aset yang dapat digunakan sebagai sarana investasi yaitu:

- 1) *Financial asset*, merupakan investasi yang dilakukan di pasar modal, seperti sertifikat deposito, surat berharga pasar uang, saham, obligasi, dan warrant. Investasi ini menarik minat banyak orang karena memungkinkan keuntungan dengan modal yang tidak terlalu besar.

- 2) *Real asset*, merupakan investasi dengan aset-aset produktif, termasuk pendirian pabrik, pembukaan lahan tambang, pembukaan lahan perkebunan, dan lain-lain.

Terdapat beberapa alasan mengapa individu melakukan investasi (Dantes, 2019), antara lain:

- 1) Untuk meningkatkan taraf hidup di masa mendatang. Setiap manusia memiliki keinginan untuk memperoleh standar hidup yang layak sebagai suatu kebutuhan dasar.
- 2) Menurunkan tekanan risiko inflasi. Inflasi merupakan faktor yang tidak bisa diabaikan dalam aktivitas ekonomi, namun upaya yang bisa dilakukan adalah mengurangi risiko inflasi, karena inflasi berpotensi untuk mengurangi nilai pendapatan secara keseluruhan.
- 3) Sebagai upaya untuk mengurangi beban pajak. Di beberapa negara, banyak penerapan kebijakan untuk mengurangi pajak bagi warga yang berinvestasi di sektor-sektor bisnis tertentu.

Keputusan investasi adalah pilihan yang dibuat diantara dua atau lebih opsi untuk menempatkan modal dengan harapan memperoleh keuntungan di masa depan (Mutawally & Asandimitra, 2019). Sedangkan menurut (Sukandani, Istikhoroh, & Waryanto, 2019), keputusan investasi adalah keputusan untuk menempatkan dana dalam berbagai jenis investasi dengan tujuan mencapai kekayaan optimal di masa mendatang. Melakukan investasi memerlukan keputusan yang tepat karena setiap keputusan dapat mempengaruhi hasilnya. Dalam membuat keputusan, individu dapat bertindak secara rasional atau irasional, tergantung pada informasi yang di peroleh (Upadana & Herawati, 2020).

Keputusan investasi juga berkaitan erat dengan *Theory of Behavioral Finance*, yang mana konsep *financial behavior* mulai dikenal luas, terutama di kalangan akademisi, setelah Solvic mengemukakan aspek psikologis dalam investasi pada tahun 1969

dan 1972. Perilaku keuangan adalah studi yang mengkaji bagaimana manusia sebenarnya berperilaku dalam pengambilan keputusan keuangan, dengan fokus khusus pada bagaimana aspek psikologis memengaruhi keputusan keuangan, perusahaan, dan pasar keuangan. Oleh karena itu, konsep perilaku keuangan menjelaskan cara individu menggunakan, memperlakukan, dan mengelola sumber dana mereka yang dipengaruhi oleh faktor psikologis (Putri & Andayani, 2022).

b. Indikator Keputusan Berinvestasi

Indikator keputusan investasi dalam (Putra & Cipta, 2022) adalah sebagai berikut:

- 1) Tingkat pengembalian (*return*), merupakan tingkat keuntungan investasi yang diperoleh sebagai hasil dari pengembalian dana yang telah diinvestasikan oleh investor.
- 2) Risiko (*risk*), yaitu kemungkinan bahwa return aktual yang direalisasikan lebih rendah daripada return minimum yang diharapkan.
- 3) Waktu (*the time factor*), durasi atau periode waktu yang dipilih oleh investor untuk melakukan investasi.

7. Pasar Modal Syariah

a. Pengertian Pasar Modal Syariah

Pengertian pasar modal menurut Undang-undang Pasar Modal No. 8 tahun 1995, Pasar Modal yaitu sebagai suatu 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 pengertian pasar modal secara umum adalah suatu sistem keuangan yang terorganisasi, termasuk didalamnya adalah bank-bank komersial dan semua lembaga perantara dibidang ke-uangan, serta keseluruhan surat-surat berharga yang beredar (Paningrum, 2022). Pasar modal secara singkat dapat didefinisikan sebagai tempat

bertemunya pemilik modal atau investor dengan pihak lain yang memperdagangkan saham-saham, obligasi serta surat berharga lainnya yang dilakukan dengan menggunakan jasa pedagang efek (Wardoyo, 2012).

Pasar modal syariah adalah pasar modal yang dijalankan dengan konsep syariah, dimana setiap perdagangan surat berharga mentaati ketentuan transaksi sesuai dengan ketentuan syariah. Dalam setiap kegiatan pasar modal syariah berhubungan dengan perdagangan efek syariah, perusahaan publik yang berkaitan dengan efek yang diterbitkan, serta lembaga profesi yang berkaitan dengannya, dimana produk dan mekanisme operasionalnya berjalan tidak bertentangan hukum muamalat Islam (Dantes, 2019).

Sejarah pasar modal syariah di Indonesia dimulai dengan diterbitkannya reksa dana syariah oleh PT Danareksa Investment Management pada 3 Juli 1997. Selanjutnya Bursa Efek Indonesia bekerja sama dengan PT Danareksa Investment Management meluncurkan *Jakarta Islamic Index* pada tanggal 3 Juli 2000 yang bertujuan untuk memandu investor yang ingin menginvestasikan dananya secara syariah. dengan hadirnya indeks tersebut, maka para pemodal telah disediakan saham-saham yang dapat dijadikan sarana berinvestasi sesuai dengan prinsip syariah (Hermuningsih, 2012).

Prinsip-prinsip instrumen yang ada dalam pasar modal syariah tidak sama dengan instrumen yang ada pada pasar modal konvensional. Saham yang diperjualbelikan dalam pasar modal syariah harus berasal dari emiten yang telah memenuhi persyaratan-persyaratan syariah. Tak hanya saham, obligasi yang diterbitkan pun harus mengikuti standar dari prinsip syariah yakni dengan menggunakan akad-akad syariah seperti *murabahah*, *mudharabah*, *salam*, *musyarakah*, *istishna'*, dan *ijarah*. Adapun produk pasar modal syariah selain saham dan obligasi syariah yakni reksa dana syariah. Reksa dana syariah sendiri adalah suatu sarana investasi

gabungan antara saham dan obligasi syariah yang disatukan menjadi satu produk tersendiri (Habibi, 2022).

b. Peranan dan Fungsi Pasar Modal Syariah

Peranan mendasar pasar modal syariah secara umum bagi perekonomian antara lain:

- 1) Memberikan kesempatan kepada panabung untuk berpartisipasi secara penuh dalam usaha bisnis.
- 2) Memungkinkan pemegang saham dan obligasi memperoleh likuiditas dengan menjual saham dan obligasi mereka pada pasar sekunder.
- 3) Memberikan kesempatan bagi pengusaha untuk menghimpun dana eksternal untuk kebutuhan ekspansi aktivitas ekonomi dan perusahaan mereka.
- 4) Memberikan kesempatan bagi pengusaha memisahkan operasi bisnis dan ekonomi dengan aktifitas keuangan.

Sedangkan yang menjadi fungsi pasar modal yang syariah yang efisien adalah sebagai berikut:

- 1) Menyajikan mekanisme mobilisasi sumberdaya yang mengarah kepada alokasi sumber daya yang efisien dalam ekonomi.
- 2) Menyediakan likuiditas dalam pasar dengan harga paling murah, yakni berbiaya transaksi paling rendah atau penawaran rendah menyebar pada sekuritas yang diperdagangkan di pasar.
- 3) Untuk memastikan transparansi dalam penentuan harga sekuritas dan menentukan harga premi risiko, yang merefleksikan tingkat risiko sekuritas tersebut.
- 4) Menyediakan peluang menyusun portofolio yang terdiversifikasi dengan baik dan untuk mengurangi level risiko melalui diversifikasi lintas batas geografis dan waktu (Dantes, 2019).

c. Produk-Produk Syariah di Pasar Modal

1) Saham Syariah

Secara konsep, saham merupakan surat berharga bukti penyertaan modal kepada perusahaan dan dengan bukti penyertaan tersebut pemegang saham berhak untuk mendapatkan bagian hasil dari usaha perusahaan tersebut. Konsep penyertaan modal dengan hak bagian hasil usaha ini merupakan konsep yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah. Prinsip syariah mengenal konsep ini sebagai kegiatan musyarakah atau syirkah. Berdasarkan analogi tersebut, maka secara konsep saham merupakan efek yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah. Namun demikian, tidak semua saham yang diterbitkan oleh Emiten dan Perusahaan Publik dapat disebut sebagai saham syariah. Suatu saham dapat dikategorikan sebagai saham syariah jika saham tersebut diterbitkan oleh:

- a) Emiten dan perusahaan publik yang secara jelas menyatakan dalam anggaran dasarnya bahwa kegiatan usaha emiten dan perusahaan publik tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah.
- b) Emiten dan perusahaan publik yang tidak menyatakan dalam anggaran dasarnya bahwa kegiatan usaha emiten dan perusahaan publik tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah namun memenuhi kriteria yang mana kegiatan usaha tidak bertentangan dengan prinsip syariah, rasio total hutang berbasis bunga dibandingkan total ekuitas tidak lebih dari 82%, dan rasio total pendapatan bunga dan total pendapatan tidak halal lainnya dibandingkan total pendapatan usaha dan total pendapatan lainnya tidak lebih dari 10%.

2) Sukuk

Sukuk adalah nama lain dari obligasi, sukuk juga dikenal sebagai Obligasi Syariah. Sukuk dapat diartikan sebagai surat

berharga yang diterbitkan sesuai dengan ketentuan Syariah dan sebagai bukti kepemilikan investor atas aset yang menjadi dasar penerbitan sukuk tersebut (underlying asset) baik dalam mata uang rupiah maupun dalam bentuk valuta asing.

Sukuk merupakan suatu sertifikat aset yang dapat digunakan untuk membiayai pembangunan. Sukuk berasal dari bahasa arab yaitu sak (tunggal) dan sukuk (jamak) yang memiliki arti mirip dengan sertifikat atau note. Dalam pemahaman praktisnya, sukuk merupakan bukti (claim) kepemilikan. Definisi sukuk/sertifikat ialah sertifikat bernilai sama dengan bagian atau seluruhnya dari kepemilikan harta berwujud untuk mendapatkan hasil dan jasa didalam kepemilikan aset dan proyek tertentu atau aktivitas investasi khusus, sertifikat ini berlaku setelah menerima nilai sukuk, saat jatuh tempo menerima dana sepenuhnya sesuai dengan sukuk tersebut.

3) Reksa Dana Syariah

Reksa dana merupakan suatu wadah bagi manajer investasi untuk melakukan penghimpunan dana dari masyarakat yang kemudian di investasikan pada produk-produk investasi reksadana (portofolio efek). Sedangkan Reksa Dana Syariah adalah penghimpunan dana oleh manajer investasi dari masyarakat sebagai pemilik modal (sabib al-māl), kemudian manajer investasi sebagai wakil sahib al-māl akan menginvestasikan dana dari sabib al-māl pada produk-produk efek yang tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah.

Reksa dana mempunyai nama lain diantaranya yaitu *Unit Trust* atau *Mutual Fund* dan juga *Investment Fund* yang artinya adalah suatu wadah yang berfungsi untuk menghimpun dana para investor agar diinvestasikan dalam portofolio efek oleh manajer investasi yang mendapat ijin dari OJK dimana portofolio investasi reksa dana dapat terdiri dari berbagai macam

instrumen surat berharga (Fadilatunnisa, Fadilah, & Batubara, 2022)

B. Landasan Teologis

1. Literasi Keuangan Syariah

Dalam Al-Qur'an surah Al-'Alaq ayat 1-5 Allah SWT berfirman:

اقْرَأْ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ ۝١ خَلَقَ الْإِنْسَانَ مِنْ عَلَقٍ ۝٢ اقْرَأْ وَرَبُّكَ الْأَكْرَمُ ۝٣ الَّذِي عَلَّمَ بِالْقَلَمِ ۝٤ عَلَّمَ الْإِنْسَانَ مَا لَمْ يَعْلَمْ ۝٥

Artinya: “Bacalah dengan (menyebut) nama Tuhanmu yang menciptakan! Dia menciptakan manusia dari segumpal darah. Bacalah! Tuhanmulah Yang Mahamulia, yang mengajarkan (manusia) dengan pena. Dia mengajarkan manusia apa yang tidak diketahuinya.”

Surah Al-Alaq ayat 1-5 menekankan pentingnya membaca dan menuntut ilmu, yang juga merupakan dasar untuk memahami dan menerapkan literasi keuangan syariah. Literasi keuangan syariah memerlukan pemahaman mendalam tentang prinsip-prinsip syariah dan penerapannya dalam pengelolaan keuangan, di mana pendidikan dan pengetahuan memainkan peran penting. Ayat-ayat ini mengajak umat Islam untuk terus belajar dan mengembangkan pengetahuan mereka, yang dalam konteks literasi keuangan syariah berarti terus memperbarui dan memperdalam pemahaman tentang produk-produk keuangan syariah seperti perbankan, asuransi, dan investasi syariah. Selain itu, prinsip-prinsip syariah menekankan pentingnya keadilan dan kejujuran dalam semua aspek kehidupan, termasuk dalam pengelolaan keuangan, sehingga pengetahuan yang diperoleh melalui literasi keuangan syariah membantu individu membuat keputusan keuangan yang adil dan jujur sesuai dengan nilai-nilai Islam.

2. Social Media Influencer

Dalam Al-Qur'an surah An-Nahl ayat 125 Allah berfirman:

ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ ۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya: “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk.”

Surah An-Nahl ayat 125 mengajarkan metode dakwah yang penuh dengan kebijaksanaan, nasihat yang baik, dan debat yang dilakukan dengan cara yang baik dan bijaksana. Dalam media sosial, prinsip-prinsip dari ayat ini dapat dihubungkan dengan bagaimana seorang *influencer* berinteraksi dengan audiensnya. Seorang *influencer* harus bijaksana dalam setiap konten yang mereka bagikan, mempertimbangkan dampak dari apa yang mereka sampaikan, dan bagaimana hal tersebut dapat mempengaruhi pengikut mereka. Konten yang dibagikan sebaiknya memiliki nilai edukatif dan memberikan manfaat positif, seperti motivasi, edukasi, atau informasi yang berguna. Ketika terjadi perbedaan pendapat atau debat di kolom komentar atau melalui konten, seorang *influencer* harus tetap menjaga etika dan menghormati lawan bicara, dengan debat dilakukan secara baik tanpa menyakiti perasaan orang lain. Sebagai panutan bagi banyak orang, perilaku *influencer* di media sosial harus mencerminkan nilai-nilai yang baik dan positif sesuai dengan ajaran ayat ini. Dengan mempraktikkan prinsip-prinsip dari Surah An-Nahl ayat 125, seorang *influencer* dapat memberikan dampak positif yang lebih besar dan menjadi sumber inspirasi yang baik bagi pengikut mereka.

3. Kemudahan Bertransaksi

Dalam Al-Qur'an surah Al-Insyirah ayat 5-6 Allah berfirman:

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ۝ إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ۝ ٦

Artinya: “Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan.”

Surah Al-Insyirah ayat 5-6 mengajarkan pentingnya menjaga sikap optimis dalam menghadapi kesulitan. Keyakinan bahwa kemudahan

akan mengikuti kesulitan memberikan motivasi dan kekuatan untuk terus berusaha tanpa mudah menyerah. Selain itu, kesulitan juga mendorong pengembangan diri dan keterampilan, karena kita dipaksa untuk belajar dan mencari solusi yang lebih efisien dalam mengatasi masalah sehari-hari, yang pada akhirnya mempermudah kehidupan kita. Tantangan juga sering kali menjadi pemicu inovasi, baik dalam bisnis maupun teknologi, sehingga menciptakan solusi baru yang lebih efektif dan memberikan kemudahan bagi banyak orang. Dalam menghadapi kesulitan, kesabaran dan ketekunan sangat ditekankan, karena dengan konsistensi dan tekun dalam usaha, kita akan lebih mudah mencapai tujuan dan mengatasi rintangan. Mengalami kesulitan juga mengajarkan kita untuk menghargai setiap kemudahan yang kita nikmati kemudian, serta bersyukur atas segala hal yang telah diberikan, sehingga tidak mengambilnya sebagai sesuatu yang biasa saja.

4. Motivasi

Dalam Al-Qur'an surah Ar-Rad ayat 11 Allah berfirman:

لَهُ مُعَقَّبَاتٌ مِنْ بُيُوتِهِ وَ مِنْ خَلْفِهِ يُحَافِظُونَهُ مِنْ أَمْرِ اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّى يُعَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُ وَمَا لَهُمْ مِنْ دُونِهِ مِنْ وَالٍ

Artinya: “Baginya (manusia) ada (malaikat-malaikat) yang menyertainya secara bergiliran dari depan dan belakangnya yang menjaganya atas perintah Allah. Sesungguhnya Allah tidak mengubah keadaan suatu kaum hingga mereka mengubah apa yang ada pada diri mereka. Apabila Allah menghendaki keburukan terhadap suatu kaum, tidak ada yang dapat menolaknya, dan sekali-kali tidak ada pelindung bagi mereka selain Dia.”

Surah Ar-Ra'd ayat 11 mengingatkan bahwa untuk mencapai perubahan yang diinginkan dalam hidup, baik itu dalam pencapaian tujuan pribadi atau profesional, kita harus memulai dengan mengubah diri sendiri. Motivasi yang kuat untuk mengubah keadaan memerlukan inisiatif dan usaha dari dalam diri untuk melakukan perubahan positif, serta kesadaran akan tanggung jawab kita atas keadaan diri sendiri. Perubahan yang signifikan memerlukan konsistensi dalam melakukan

langkah-langkah positif dan ketekunan dalam menghadapi tantangan yang muncul. Pentingnya penerimaan diri dengan jujur membantu dalam proses ini, di mana kita mengakui kondisi saat ini sambil memiliki keyakinan bahwa kita memiliki potensi untuk membuat perubahan yang positif. Dengan memahami pesan ayat ini, kita dapat menemukan motivasi yang kuat untuk mengembangkan diri dan mencapai tujuan hidup yang diharapkan dengan usaha yang sungguh-sungguh dan tekad yang mantap.

5. Keputusan Berinvestasi

Dalam Al-Qur'an surah Yusuf ayat 46-49 Allah berfirman:

يُوسُفُ أَيُّهَا الصِّدِّيقُ أَفْتِنَا فِي سَبْعِ بَقَرَاتٍ سِمَانٍ يَأْكُلُهُنَّ سَبْعُ عِجَافٍ وَ سَبْعِ سُنبُلَاتٍ وَأُخَرَ
 لَيْسَتْ لَعَلِّي أَرْجِعُ إِلَى النَّاسِ لَعَلَّهُمْ يَعْلَمُونَ ٤٦ قَالَ تَزْرَعُونَ سَبْعَ سِنِينَ دَابَّآ فَمَا حَصَدْتُمْ فَذَرَّوهُ
 فِي سُنبُلِهِ إِلَّا قَلِيلًا قَلِيلًا مِمَّا تَأْكُلُونَ ٤٧ ثُمَّ يَأْتِي مِنْ بَعْدِ ذَلِكَ سَبْعُ شِدَادٍ يَأْكُلْنَ مَا قَدَّمْتُمْ لَهُنَّ إِلَّا
 قَلِيلًا مِمَّا تَحْصِنُونَ ٤٨ ثُمَّ يَأْتِي مِنْ بَعْدِ ذَلِكَ عَامٌ فِيهِ يُغَاثُ النَّاسُ وَ فِيهِ يَعْرِضُونَ ٤٩

Artinya: “Yusuf, wahai orang yang sangat dipercaya! Terangkanlah kepada kami (takwil mimpi) tentang tujuh ekor sapi betina yang gemuk yang dimakan oleh tujuh (ekor sapi betina) yang kurus, tujuh tangkai (gandum) yang hijau dan (tujuh tangkai) lainnya yang kering agar aku kembali kepada orang-orang itu, agar mereka mengetahuinya. Dia (Yusuf) berkata, “Agar kamu bercocok tanam tujuh tahun (berturut-turut) sebagaimana biasa; kemudian apa yang kamu tuai hendaklah kamu biarkan ditangkainya kecuali sedikit untuk kamu makan. Kemudian setelah itu akan datang tujuh (tahun) yang sangat sulit, yang menghabiskan apa yang kamu simpan untuk menghadapinya (tahun sulit), kecuali sedikit dari apa (bibit gandum) yang kamu simpan.”

Nabi Yusuf memberikan nasihat kepada raja Mesir untuk melakukan investasi selama tujuh tahun tanah subur, yang diikuti oleh tujuh tahun kelaparan. Ini menekankan pentingnya perencanaan jangka panjang dalam investasi, di mana kebijaksanaan dalam menggunakan sumber daya saat ini dapat menghasilkan keuntungan di masa depan. Nasihatnya juga mencakup manajemen risiko dengan menyarankan penyimpanan sebagian hasil pertanian sebagai cadangan untuk masa-masa sulit,

mencerminkan prinsip diversifikasi dan penanganan dana cadangan dalam investasi. Investasi selama masa subur juga dianggap sebagai memanfaatkan peluang untuk menciptakan nilai tambah di masa depan dengan mengidentifikasi dan memanfaatkan peluang yang muncul. Keseluruhan nasihat ini menunjukkan keberanian dalam pengambilan keputusan investasi, yang diperlukan untuk mengamankan stabilitas ekonomi di tengah ketidakpastian masa depan.

C. Kajian Pustaka

Untuk mendukung pembahasan yang mendalam mengenai pembatasan penelitian ini, maka peneliti melakukan kajian pustaka terhadap penelitian lain yang berhubungan dengan masalah yang diangkat dalam penelitian. Adapun kajian pustaka yang terkait dalam hal ini sebagai berikut:

Pada penelitian yang dilakukan oleh Fauzianti dan Retnosari (2022) dengan judul “Pengaruh Modal Awal Investasi, Pengetahuan Investasi, *Social Media Influencer* Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Akuntansi Universitas Tidar” menyatakan bahwa semua variabel independen memiliki dampak baik secara parsial maupun simultan terhadap minat investasi mahasiswa jurusan Akuntansi di Universitas Tidar. Persamaan penelitian Fauzianti dan Retnosari dengan penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan variabel independen *social media influencer*. Sedangkan perbedaannya yaitu pada subjek dan objek penelitian dan penelitian ini menggunakan variabel moderasi yaitu motivasi.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Al-Qibhtya dan Sari (2022) dengan judul “Pengaruh *Financial Attitude*, Literasi Keuangan, dan *Risk Tolerance* terhadap Keputusan Investasi di Aplikasi Bibit (Studi Kasus Generasi Milenial Jabodetabek)” menyatakan bahwa *financial attitude*, literasi keuangan, dan *risk tolerance* berpengaruh signifikan baik secara parsial maupun secara simultan terhadap keputusan investasi. Persamaan penelitian Al-Qibhtya dan Sari dengan penelitian ini yaitu menggunakan objek yang sama. Sedangkan perbedaannya yaitu pada subjek dan penelitian

ini menggunakan variabel moderasi yaitu motivasi serta penelitian Al-Qibhtya dan Sari hanya fokus pada aplikasi bibit.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Yusro, Zuhendry, dan Affandi (2022) dengan judul “Pengaruh Literasi, Motivasi, dan Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Investasi di Pasar Modal Syariah” menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan investasi di pasar modal syariah, sementara motivasi dan kemudahan transaksi tidak berpengaruh dan tidak signifikan secara parsial terhadap keputusan investasi di pasar modal syariah. Namun, secara keseluruhan, semua variabel memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan investasi. Persamaan penelitian Yusro, Zuhendry, dan Affandi dengan penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan kemudahan transaksi sebagai variabel independen dan keputusan investasi sebagai variabel dependen. Sedangkan perbedaannya yaitu pada subjek penelitian dan penelitian ini menggunakan motivasi sebagai variabel moderasi.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Rohmah (2023) yang berjudul “Pengaruh *Overconfidence* dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Investasi (Studi pada UMKM Kota Semarang)” menyatakan bahwa literasi keuangan syariah dan *overconfidence* berdampak positif dan signifikan baik secara parsial maupun simultan. Persamaan penelitian Rohmah dengan penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan variabel bebas literasi keuangan syariah dan variabel terikat keputusan investasi. Sedangkan perbedaannya yaitu pada subjek penelitian dan penelitian ini menggunakan motivasi sebagai variabel moderasi.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Hasanudin, Nurwulandani, dan Safitri (2021) yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan Investasi, Motivasi, dan Pelatihan Pasar Modal Terhadap Keputusan Investasi Yang Dimediasi Oleh Minat Investasi (Studi Pada Mahasiswa Universitas Mercu Buana)” menyatakan bahwa pengetahuan investasi dan motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat dan keputusan investasi. Namun, pelatihan pasar modal berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan

investasi. Selain itu, analisis jalur menunjukkan bahwa minat investasi memediasi hubungan positif dan signifikan antara pengetahuan investasi, motivasi, serta pelatihan pasar modal dengan keputusan investasi. Persamaan penelitian Hasanudin, Nurwulandani, dan Safitri dengan penelitian ini yaitu pada objek penelitian. Sedangkan perbedaannya yaitu terletak pada subjek penelitian dan penelitian ini menggunakan motivasi sebagai variabel moderasi.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Wardani dan Lestari (2020) yang berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan, *Experienced Regret*, Motivasi, dan Status Pendidikan Terhadap Keputusan Investasi IRT” menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap keputusan investasi ibu rumah tangga, sementara *experience regret*, motivasi, dan status pendidikan berpengaruh negatif pada keputusan investasi ibu rumah tangga. Persamaan penelitian Wardani dan Lestari dengan penelitian ini yaitu pada objek penelitiannya. Sedangkan perbedaannya yaitu pada subjek penelitian dan dalam penelitian ini motivasi menjadi variabel moderasi.

Pada penelitian Rahman dan Arsyianti (2021) yang berjudul “*Islamic Financial Literacy and its Influence on Investment Decisions Through Student Financial Behavior*” menyatakan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh pada keputusan investasi dan perilaku keuangan. Selanjutnya, perilaku keuangan berpengaruh pada keputusan investasi dan dapat memediasi dari pengaruh literasi keuangan syariah terhadap keputusan investasi. Persamaan penelitian Rahman dan Arsyianti dengan penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan variabel independen literasi keuangan syariah dan variabel dependen keputusan investasi. Sedangkan perbedaannya yaitu pada subjek penelitian dan penelitian ini menggunakan variabel moderasi motivasi.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian dan Nama Peneliti	Hasil Penelitian	Perbedaan	Persamaan
1	Pengaruh Modal Awal Investasi, Pengetahuan Investasi, <i>Social Media Influencer</i> Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Akuntansi Universitas Tidar (Fauzianti & Retnosari, 2022)	Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa semua variabel independen memiliki dampak baik secara sebagian maupun bersama-sama terhadap minat investasi mahasiswa jurusan akuntansi di Universitas Tidar.	Menggunakan variabel independen modal awal investasi, dan pengetahuan investasi. Menggunakan variabel dependen minat investasi. Tidak menggunakan variabel moderasi. Penelitian terdahulu meneliti pada mahasiswa akuntansi Universitas Tidar.	Kedua penelitian menggunakan variabel independen <i>social media influencer</i> . Keduanya menggunakan metode penelitian kuantitatif.
2	Pengaruh <i>Financial Attitude</i> , Literasi Keuangan, dan <i>Risk Tolerance</i> terhadap Keputusan Investasi di Aplikasi Bibit (Studi Kasus Generasi Milenial Jabodetabek) (Al-Qibthya & Sari, 2022)	Hasil penelitian terdahulu menyatakan bahwa <i>financial attitude</i> , literasi keuangan, dan <i>risk tolerance</i> berpengaruh signifikan baik secara parsial maupun secara simultan terhadap keputusan investasi.	Penelitian terdahulu menggunakan variabel bebas <i>Financial Attitude</i> , Literasi Keuangan, dan <i>Risk Tolerance</i> . Objek penelitian terdahulu hanya fokus pada aplikasi bibit. Tidak menggunakan variabel moderasi.	Kedua penelitian menggunakan variabel dependen keputusan investasi. Keduanya menggunakan teknik <i>purposive sampling</i> dan menggunakan metode penelitian kuantitatif.
3	Pengaruh Literasi, Motivasi, dan Kemudahan Transaksi Terhadap	Hasil penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa literasi keuangan	Penelitian sebelumnya menggunakan variabel	Kedua penelitian memakai variabel independen

	Keputusan Investasi di Pasar Modal Syariah (Yusro, Zuhendry, & Affandi, 2022)	berpengaruh signifikan secara sebagian terhadap keputusan investasi di pasar modal syariah, sementara motivasi dan kemudahan transaksi tidak berpengaruh dan tidak signifikan secara sebagian terhadap keputusan investasi di pasar modal syariah. Namun, secara keseluruhan, semua variabel memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan investasi.	independen literasi. Subjek penelitian sebelumnya adalah kelompok Investor Saham Pemula (ISP) Medan. Tidak menggunakan variabel moderasi.	motivasi serta kemudahan transaksi, dan variabel dependen sama yaitu keputusan investasi. Keduanya pun menerapkan metode penelitian kuantitatif dan teknik <i>purposive sampling</i> .
4	Pengaruh <i>Overconfidence</i> dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Investasi (Studi pada UMKM Kota Semarang) (Rohmah, 2023)	Hasil penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah dan <i>overconfidence</i> berdampak positif dan signifikan baik secara sebagian maupun bersama-sama.	Menggunakan variabel independen <i>overconfidence</i> . Subjek penelitian terdahulu ialah UMKM Kota Semarang. Tidak menggunakan variabel moderasi.	Kedua penelitian ini menggunakan Variabel bebas literasi keuangan syariah, dan variabel terikat keputusan investasi. Kedua penelitian menerapkan pendekatan kuantitatif dan menggunakan teknik <i>purposive sampling</i> .
5	Pengaruh Pengetahuan Investasi, Motivasi, dan Pelatihan Pasar Modal Terhadap Keputusan Investasi Yang Dimediasi Oleh Minat Investasi (Studi Pada	Temuan penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pengetahuan investasi dan motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat dan	Menggunakan variabel independen pengetahuan investasi, dan pelatihan pasar modal, dengan minat investasi	Kedua penelitian menggunakan variabel dependen keputusan investasi. Keduanya menggunakan

	Mahasiswa Universitas Mercu Buana) (Hasanudin, Nurwulandari, & Safitri, 2021)	keputusan investasi. Namun, pelatihan pasar modal berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan investasi. Selain itu, analisis jalur menunjukkan bahwa minat investasi memediasi hubungan positif dan signifikan antara pengetahuan investasi, motivasi, serta pelatihan pasar modal dengan keputusan investasi.	sebagai variabel mediasi. Subjek penelitian terdahulu yaitu pada mahasiswa Universitas Mercu Buana. Metode sampling yang diterapkan yaitu <i>simple random sampling</i> . Motivasi menjadi variabel independen.	metode penelitian kuantitatif.
6	Pengaruh Literasi Keuangan, <i>Experienced Regret</i> , Motivasi, dan Status Pendidikan Terhadap Keputusan Investasi IRT (Wardani & Lestari, 2020)	Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap keputusan investasi ibu rumah tangga, sementara <i>experience regret</i> , motivasi, dan status pendidikan berpengaruh negatif pada keputusan investasi ibu rumah tangga.	Menggunakan variabel independen literasi keuangan, status pendidikan, dan <i>experience regret</i> . Subjek penelitian yaitu IRT di Desa Krembangan, Kecamatan Panjatan, Kabupaten Kulon Progo. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah <i>snowball sampling</i> . Motivasi sebagai variabel independen	Keduanya memakai variabel variabel dependen keputusan investasi. Keduanya menggunakan metode kuantitatif.
7	<i>Islamic Financial Literacy and its Influence on</i>	Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa	Menggunakan variabel mediasi	Keduanya menggunakan variabel literasi

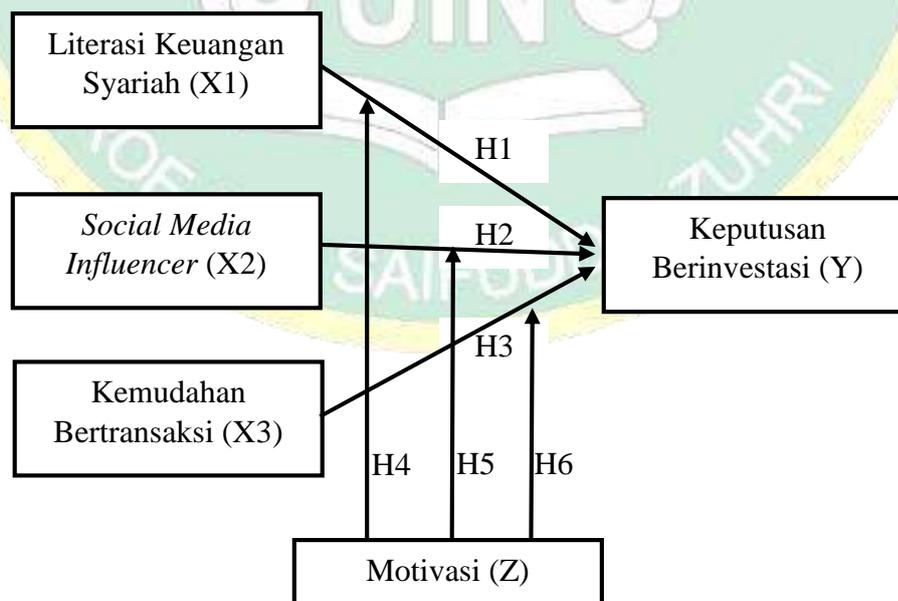
	<p><i>Investment Decisions Through Student Financial Behavior</i> (Rahman & Arsyianti, 2021)</p>	<p>literasi keuangan syariah berpengaruh pada keputusan investasi dan perilaku keuangan. Selanjutnya, perilaku keuangan berpengaruh pada keputusan investasi dan dapat memediasi dari pengaruh literasi keuangan syariah terhadap keputusan investasi.</p>	<p>yaitu perilaku keuangan. Subjek penelitian terdahulu yaitu mahasiswa aktif S1 Fakultas Ekonomi dan Manajemen IPB.</p>	<p>keuangan syariah dan variabel dependen keputusan investasi. Keduanya menggunakan metode kuantitatif dan teknik <i>purposive sampling</i>.</p>
--	--	--	--	--

D. Kerangka Penelitian

Untuk mempermudah pemahaman terhadap penelitian, maka peneliti mengilustrasikan kerangka penelitian mengenai pengaruh literasi keuangan syariah, *social media influencer*, dan kemudahan bertransaksi di pasar modal syariah, terhadap keputusan berinvestasi, dengan motivasi sebagai pemoderasi yang digambarkan pada model berikut:

Gambar 2.1

Kerangka Penelitian



Berdasarkan kerangka penelitian diatas, menguraikan bahwa terdapat tiga variabel independen yaitu Literasi Keuangan Syariah (X1), *Social Media Influencer* (X2), dan Kemudahan Bertransaksi (X3), serta satu variabel dependen yaitu Keputusan Berinvestasi (Y) dan Motivasi (Z) sebagai variabel moderasi.

E. Hipotesis Penelitian

Mengacu pada model kerangka berpikir yang telah diuraikan sebelumnya, terdapat hipotesis yang akan menjadi panduan dalam penelitian sebagai berikut:

1. Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Berinvestasi di Pasar Modal Syariah

Literasi keuangan syariah merupakan kecakapan dalam mencerna dan mengimplementasikan konsep keuangan syariah kemudian mampu menggunakan dan mengatur keuangan yang tersedia guna menggapai target yang diharapkan bersumber pada asas-asas syariah. Tingkat literasi keuangan syariah yang tinggi dapat menumbuhkan pemanfaatan masyarakat terhadap produk jasa keuangan syariah dan berdampak terhadap kesejahteraan masyarakat sehingga dapat membantu perekonomian suatu negara (Adiyanto & Purnomo, 2021).

Atas dasar penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rohmah (2023) yang mana mengamati variabel literasi keuangan syariah membuktikan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh positif terhadap keputusan investasi. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tingginya literasi keuangan syariah, maka keputusan investasi meningkat. Literasi keuangan syariah mengukur sejauh mana seseorang mampu memperoleh, memahami, dan menganalisis sumber-sumber keuangan yang relevan untuk membuat keputusan keuangan, serta memahami konsekuensi finansial yang dihasilkannya. Temuan dari penelitian tersebut digunakan sebagai landasan untuk merumuskan hipotesis mengenai variabel literasi keuangan syariah, yaitu:

H1: Literasi keuangan syariah berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa berinvestasi di pasar modal syariah.

2. Pengaruh *Social Media Influencer* Terhadap Keputusan Berinvestasi di Pasar Modal Syariah

Seorang *social media influencer* adalah pengguna media sosial yang memiliki banyak pengikut, dipercaya oleh masyarakat umum, dan mampu menyebarkan informasi dengan mudah. Setiap kali *influencer* memposting sesuatu, informasi tersebut dengan cepat menjangkau banyak pengguna lainnya (Herviani, Hadi, & Nobelson, 2020). Daya tarik seorang *influencer* tidak hanya ditentukan oleh banyaknya jumlah pengikut, tetapi juga oleh tingkat keterlibatan aktif dari audiens mereka. Interaksi langsung dan mendalam dalam komunitas *influencer* menciptakan saluran komunikasi dua arah yang memungkinkan terjadinya dialog yang personal. *Influencer* memiliki kemampuan untuk menjangkau audiens mereka melalui gaya yang unik dan autentik, yang membedakan mereka dari yang lain. Keterlibatan aktif dan autentisitas ini memperkuat hubungan antara *influencer* dan pengikut mereka, membuat komunikasi lebih efektif dan berpengaruh (Raharjo, Sukoco, Barkah, & Novel, 2023).

Penelitian yang dilakukan oleh Adiningsih dan Ghofar (2022) dengan salah satu variabelnya yaitu *financial influencer* memberikan hasil yaitu *financial influencer* berpengaruh positif pada keputusan investasi di pasar modal. Artinya semakin baik cara penyampaian, informasi, dan pengetahuan yang dibagikan *influencer*, maka akan semakin baik pula dalam pengambilan keputusan investasi. Hasil dari penelitian tersebut digunakan sebagai landasan untuk penyusunan hipotesis variabel *social media influencer*, yaitu:

H2: *Social media influencer* berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa berinvestasi di pasar modal syariah.

3. Pengaruh Kemudahan Bertransaksi Terhadap Keputusan Berinvestasi di Pasar Modal Syariah

Kemudahan adalah sejauh mana seseorang merasa yakin bahwa mereka dapat menggunakan teknologi tanpa kesulitan. Jika mereka percaya bahwa sistem informasi tersebut mudah digunakan, maka mereka akan cenderung menggunakannya. Sebaliknya, jika mereka merasa bahwa sistem tersebut sulit untuk digunakan, mereka cenderung enggan untuk menggunakannya (Citra & Kuswantoro, 2020).

Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Mahardika dan Asandimitra (2023) yang mana salah satu variabel penelitian tersebut ialah *financial technology* yang menghasilkan bahwa *financial technology* berpengaruh pada keputusan investasi. Kemajuan teknologi memberikan sarana kepada para investor, memudahkan mereka dalam melakukan investasi. Ini terbukti dengan hadirnya platform perdagangan efek secara daring. Salah satu faktor yang dapat meningkatkan minat seseorang untuk berinvestasi adalah kemudahan dalam berinvestasi, baik dari segi ketersediaan informasi maupun kemudahan dalam melakukan transaksi (Siregar, Hasibuan, Sarmania, & Dewi, 2023). Dengan demikian, dapat diperoleh hipotesis:

H3: Kemudahan bertransaksi berpengaruh terhadap keputusan berinvestasi di pasar modal syariah.

4. Motivasi Memoderasi Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Berinvestasi di Pasar Modal Syariah

Literasi keuangan syariah merupakan kecakapan dalam mencerna dan mengimplementasikan konsep keuangan syariah kemudian mampu menggunakan dan mengatur keuangan yang tersedia guna menggapai target yang diharapkan bersumber pada asas-asas syariah. Sedangkan motivasi adalah keadaan yang mendorong, merangsang, atau memotivasi individu untuk bertindak dengan maksud mencapai hasil yang diharapkan. Dalam hal ini motivasi berperan dalam memoderasi antara literasi keuangan syariah terhadap keputusan berinvestasi di pasar modal syariah. Apabila literasi keuangan syariah tinggi maka dapat mempengaruhi keputusan investasi. Namun, tingkat motivasi individu

dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh literasi keuangan syariah tersebut. Studi yang sesuai dilakukan oleh (Suidarma, Pradnyani, & Yasa, 2023) menjelaskan bahwa variabel literasi keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi dengan perilaku keuangan sebagai variabel moderasi. Berlandaskan uraian di atas sehingga hipotesis keempat yaitu:

H4: Literasi keuangan syariah berpengaruh terhadap keputusan berinvestasi di pasar modal syariah dengan motivasi sebagai variabel moderasi

5. Motivasi Memoderasi Pengaruh *Social Media Influencer* Terhadap Keputusan Berinvestasi di Pasar Modal Syariah

Social media influencer adalah pengguna media sosial yang memiliki banyak pengikut, dipercaya oleh masyarakat umum, dan mampu menyebarkan informasi dengan mudah. Sedangkan motivasi adalah keadaan yang mendorong, merangsang, atau memotivasi individu untuk bertindak dengan maksud mencapai hasil yang diharapkan. Dalam hal ini motivasi berperan dalam memoderasi antara *social media influencer* terhadap keputusan berinvestasi di pasar modal syariah. Individu yang memiliki motivasi tinggi untuk mencapai keuntungan yang sesuai dengan prinsip syariah dapat lebih terpengaruh oleh *social media influencer* yang mempromosikan produk investasi syariah. Sebaliknya, jika motivasi individu tersebut rendah, pengaruh *influencer* terhadap keputusan investasi tidak terlalu signifikan. Pada studi yang dilakukan oleh (Sani & Paramita, 2024) menyatakan bahwa sosial media berpengaruh terhadap keputusan investasi dengan literasi keuangan sebagai variabel moderasi. Berdasarkan pernyataan tersebut maka diperoleh hipotesis:

H5: *Social media influencer* berpengaruh terhadap keputusan berinvestasi di pasar modal syariah dengan motivasi sebagai variabel moderasi

6. Motivasi Memoderasi Pengaruh Kemudahan Bertransaksi Terhadap Keputusan Berinvestasi di Pasar Modal Syariah

Kemudahan adalah sejauh mana seseorang merasa yakin bahwa mereka dapat menggunakan teknologi tanpa kesulitan. Sedangkan motivasi adalah keadaan yang mendorong, merangsang, atau memotivasi individu untuk bertindak dengan maksud mencapai hasil yang diharapkan. Dalam hal ini motivasi berperan dalam memoderasi antara kemudahan bertransaksi terhadap keputusan berinvestasi di pasar modal syariah. Walaupun kemudahan bertransaksi dapat mempengaruhi keputusan berinvestasi, motivasi yang kuat untuk berinvestasi akan memperkuat pengaruh tersebut, sehingga individu lebih cenderung membuat keputusan investasi di pasar modal. Hal ini didukung oleh studi yang dilakukan oleh (Dianty & Hakim, 2022) yang menunjukkan bahwa *behavioral finance* dapat memoderasi pengaruh kemajuan teknologi terhadap minat masyarakat untuk berinvestasi pada produk syariah. Berdasarkan penjelasan di atas, hipotesis keenam dapat dirumuskan sebagai berikut:

H6: Kemudahan bertransaksi berpengaruh terhadap keputusan berinvestasi di pasar modal syariah dengan motivasi sebagai variabel moderasi

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menitikberatkan pada analisis data numerik. Penelitian kuantitatif yang berlandaskan positivisme, bisa dimanfaatkan untuk menginvestigasi suatu populasi atau sampel khusus. Penelitian ini menggunakan instrumen penelitian sebagai cara mengumpulkan informasi, kemudian dianalisis secara statistik untuk melakukan uji hipotesis yang telah dirumuskan (Sugiyono, 2013).

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto yang berlokasi di Jl. Ahmad Yani, No. 40A, Kelurahan Purwanegara, Kecamatan Purwokerto Utara, Banyumas. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang berlokasi di Jl. Dukuh Waluh, Purwokerto, Dusun III, Dukuhwaluh, Kec. Kembaran, Kabupaten Banyumas, dan Universitas Jenderal Soedirman Purwokerto yang berlokasi di Jl. Profesor DR. HR Boenyamin No. 708 Purwokerto. Waktu pelaksanaan penelitian dari bulan Oktober 2023 hingga Agustus 2024.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi merupakan kawasan generalisasi yang meliputi subjek atau objek tertentu dengan jumlah dan karakteristik spesifik yang dipilih peneliti untuk dianalisis, yang kemudian dijadikan dasar untuk menarik kesimpulan (Hikmawati, 2020). Populasi yang termasuk dalam penelitian ini terdiri dari mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang berada di Purwokerto.

Tabel 3.1
Jumlah Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Saizu, UNSOED, dan
UMP Semester Genap Tahun Akademik 2023/2024

	Universitas	Program studi	Strata	Jumlah
1	UIN SAIZU	Ekonomi Syariah	S1	1225
2		Perbankan Syariah	S1	1081
3		Manajemen Zakat dan Wakaf	S1	153
4	UNSOED	Ekonomi Pembangunan	S1	629
5		Manajemen	S1	613
6		Akuntansi	S1	641
7		Pendidikan Ekonomi	S1	280
8	UMP	Bisnis Digital	S1	53
9		Manajemen	S1	1849
10		Akuntansi	S1	615
Total				7139

Sumber: Data Primer yang diperoleh dari PDDIKTI tahun 2024 genap

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang memiliki jumlah dan karakteristik tertentu dan memiliki sifat yang mewakili (Sugiyono, 2013). Penelitian ini menerapkan metode *non probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel di mana setiap elemen atau anggota populasi tidak memberikan peluang yang sama untuk terpilih. Pengambilan sampel ini, menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu untuk penetapan sampelnya telah ditentukan kriterianya oleh peneliti (Hikmawati, 2020). Berikut adalah kriteria yang digunakan dalam memilih sampel:

- a. Mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN SAIZU, UMP, dan UNSOED.
- b. Mahasiswa yang pernah berinvestasi di pasar modal syariah.

Untuk menentukan jumlah sampel dari populasi yang diketahui jumlahnya, maka pengambilan sampel penelitian menggunakan rumus Slovin (Machali, 2021) yaitu :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = tingkat ketelitian 5% = 0,05

Maka untuk menentukan besarnya sampel dapat dihitung sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} = \frac{7.139}{1 + 7.139(0,05)^2} = \frac{7.139}{1 + 7.139(0,0025)} = \frac{7.139}{18,8475} = 378,77$$

Dari hasil tersebut, jumlah sampel minimal yang harus diambil dalam penelitian ini adalah 378,77, yang dibulatkan menjadi 380 responden.

Dengan perhitungan menggunakan *proportional stratified random sampling* untuk setiap perguruan tinggi yaitu:

$$\text{Rumus: } ni = \frac{Ni}{N} \times n$$

Keterangan :

ni : Jumlah sampel menurut stratum

n : Jumlah sampel sebenarnya

Ni : Jumlah populasi menurut stratum

N : Jumlah populasi sebenarnya

Tabel 3.2

Hasil Perhitungan Masing-Masing Perguruan Tinggi

No	Perguruan Tinggi	Nilai	Jumlah
1	UIN SAIZU	$ni = \frac{Ni}{N} \times n = \frac{2.459}{7.139} \times 380 =$	131
2	UNSOED	$ni = \frac{Ni}{N} \times n = \frac{2.163}{7.139} \times 380 =$	115
3	UMP	$ni = \frac{Ni}{N} \times n = \frac{2.517}{7.139} \times 380 =$	134
TOTAL			380

D. Sumber Data

1. Data Primer

Sumber data primer adalah sumber informasi yang secara langsung memberikan data kepada peneliti yang mengumpulkannya (Sugiyono, 2013). Data primer ini didapatkan melalui penyebaran kuesioner kepada para mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis di Purwokerto yang sedang atau pernah berinvestasi di pasar modal syariah.

2. Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan tipe sumber informasi yang secara tidak langsung membagikan data pada peneliti, namun melewati perantara orang lain atau dokumen tertulis (Sugiyono, 2013). Peneliti memperoleh informasi data yang diperlukan dari artikel, media publikasi, buku, penelitian terdahulu yang melibatkan pengaruh literasi keuangan syariah, motivasi, *social media influencer*, dan kemudahan bertransaksi terhadap keputusan berinvestasi di pasar modal syariah.

E. Variabel dan Indikator Penelitian

1. Variabel Penelitian

Secara teoritis, variabel Dapat diuraikan sebagai ciri-ciri yang berbeda antara individu atau objek, baik dalam varian antar individu maupun antar objek (Sugiyono, 2013). Penelitian ini memuat dua tipe variabel, yakni sebagai berikut:

a. Variabel Bebas (*Independent*)

Variabel bebas yaitu variabel yang berkemampuan untuk memengaruhi variabel lainnya atau memiliki potensi teoritis untuk melakukan pengaruh. Biasanya, variabel bebas diidentifikasi dengan simbol X (Hardani, et al., 2020). Dalam penelitian ini, variabel bebasnya adalah: literasi keuangan syariah (X1), *social media influencer* (X2), dan kemudahan bertransaksi (X3).

b. Variabel Terikat (*Dependen*)

Variabel terikat adalah variabel yang mengalami perubahan dalam strukturnya sebagai hasil dari perubahan variabel yang lain

(Hardani, et al., 2020). Keputusan berinvestasi di pasar modal syariah (Y) menjadi variabel terikat pada penelitian ini.

c. Variabel Moderasi

Adalah sesuatu yang memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen (Hardani, et al., 2020). Dalam penelitian ini variabel moderasinya menggunakan Motivasi (Z).

2. Indikator Penelitian

Tabel 3.3
Variabel dan Indikator Penelitian

No	Variabel	Indikator	Sumber
1	Literasi keuangan syariah (X ₁)	1) Pengetahuan 2) Kemampuan 3) Sikap 4) Kepercayaan	(Salim, Arif, & Devi, 2022)
2	<i>Social media influencer</i> (X ₂)	1) Informasi 2) Dorongan 3) Peran 4) Status	(Nurohman & Rptiono, 2021)
3	Kemudahan bertransaksi (X ₃)	1) Mudah digunakan 2) Mudah dipelajari 3) Jelas dan dimengerti 4) Dapat dikendalikan 5) Mudah menjadi terampil 6) Fleksibel	(Adhitya & Fauziah, 2023)
4	Motivasi (Z)	1) Perubahan energi dalam diri 2) Timbulnya perasaan yang mengarah pada tingkah laku 3) Reaksi untuk mencapai tujuan	(Suyanti & Hadi, 2019)

5	Keputusan berinvestasi (Y)	1) Tingkat pengembalian (<i>return</i>) 2) Risiko (<i>risk</i>) 3) Waktu (<i>the time factor</i>)	(Putra & Cipta, 2022)
---	----------------------------	---	-----------------------

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1) Observasi

Teknik pengumpulan data memiliki perbedaan yang signifikan jika dibandingkan dengan metode lain, seperti wawancara dan kuesioner. Wawancara dan kuesioner sering melibatkan interaksi dengan orang, sedangkan observasi tidak hanya terbatas pada manusia, tetapi juga dapat mencakup objek-objek alam lainnya (Sugiyono, 2013).

2) Wawancara

Wawancara adalah situasi sosial antara dua orang, di mana kedua individu saling berinteraksi dan memberikan berbagai respons sesuai dengan tujuan penelitian (Hardani, et al., 2020).

3) Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan memberikan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Metode ini efisien jika peneliti sudah mengetahui variabel yang akan diukur dan mengerti apa yang bisa diharapkan dari responden (Sugiyono, 2013). Untuk melakukan pengukuran secara k, skala tersebut akan diberi nilai numerik sebagai representasi agar dapat dihitung, yaitu:

Tabel 3.4

Kategori Skala Likert

Pernyataan	Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2

Netral (N)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

G. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Hasil penelitian dianggap valid jika data yang dikumpulkan sesuai dengan data sebenarnya yang ada pada objek yang diteliti. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mengumpulkan data tersebut juga valid (Sugiyono, 2013).

Untuk menentukan apakah validitas ditentukan oleh kriteria penilaian uji validitas, yaitu:

- a. Jika $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$, maka indikator atau pertanyaan tersebut dinyatakan valid.
- b. Jika $r\text{-hitung} < r\text{-tabel}$, maka indikator atau pertanyaan tersebut dinyatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas suatu skala merujuk pada seberapa jauh proses pengukuran tidak terpengaruh oleh kesalahan. Keandalan atau reliabilitas, terkait dengan akurasi dan konsistensi. Sebuah skala dianggap memiliki keandalan atau reliabilitas jika menghasilkan hasil yang serupa saat pengukuran dilakukan secara berulang dan dalam kondisi yang konsisten (Hardani, et al., 2020).

Guna menentukan reliabel atau tidak, maka ditentukan melalui uji reliabilitas yaitu:

- a. Jika nilai Cronbach Alpha $> 0,6$ maka item variabel tersebut dinyatakan reliabel.
- b. Jika nilai Cronbach Alpha $< 0,6$ maka item variabel tersebut dinyatakan tidak reliabel.

H. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses yang dilakukan setelah semua data dari responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data meliputi pengelompokan data berdasarkan variabel dan jenis responden, penghitungan data berdasarkan variabel dari semua responden, presentasi data untuk setiap variabel yang diteliti, perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, serta perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono, 2013).

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah metode untuk mengetahui apakah data yang peneliti miliki berasal dari kelompok besar yang tersebar secara merata atau mengikuti pola yang umum. Pengujian ini dilakukan menggunakan metode statistik uji satu sampel Kolmogorov-Smirnov, apabila nilai signifikansi atau probabilitasnya kurang dari 0,05 maka distribusinya dianggap tidak normal. Sebaliknya, jika nilainya lebih dari 0,05 maka distribusinya dianggap normal (Nuryadi, Astuti, Utami, & Budiantara, 2017).

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menilai apakah ada hubungan antara variabel bebas dalam model regresi. Dalam model regresi yang ideal, variabel bebas seharusnya tidak saling berkorelasi (multikolinearitas tidak terjadi). Syarat untuk mengambil keputusan terkait multikolinearitas adalah jika nilai toleransi melebihi 0,10, maka dapat dianggap tidak ada multikolinearitas dan sebaliknya. Selain itu, melalui nilai VIF, jika nilainya 10,00 atau kurang, maka tidak ada multikolinearitas, begitu pula sebaliknya (Sihabudin, et al., 2021).

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas berguna untuk mengevaluasi apakah terdapat pelanggaran terhadap asumsi klasik heteroskedastisitas,

yang berarti ada ketidakseragaman dalam varians dari residu untuk semua observasi dalam model regresi. Untuk mengetes heteroskedastisitas, metode uji Glejser bisa digunakan. Kesimpulan dari uji heteroskedastisitas adalah jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka tidak ada indikasi heteroskedastisitas. Namun, jika nilainya kurang dari 0,05, maka terdapat indikasi heteroskedastisitas (Sihabudin, et al., 2021).

2. Uji Hipotesis

a. Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Uji Student atau uji t adalah metode pengujian yang digunakan untuk menentukan apakah koefisien regresi memiliki signifikansi statistik atau tidak. Uji t dilakukan dengan membandingkan nilai t yang dihitung dengan nilai t dalam tabel atau nilai signifikansinya (Sihabudin, et al., 2021). Kriteria untuk pengambilan keputusan dalam uji t adalah:

- 1) Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai signifikansi $< 0,05$, maka variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan.
- 2) Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau nilai signifikansi $> 0,05$, maka variabel bebas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

3. Uji Koefisien Determinasi

Secara umum, R^2 digunakan untuk menunjukkan kecocokan suatu model. Dalam regresi, R^2 berfungsi sebagai ukuran seberapa baik garis regresi mendekati nilai data asli yang dibuat oleh model. Jika R^2 sama dengan 1, berarti garis regresi tersebut cocok dengan data secara sempurna. Tujuan dari koefisien determinasi adalah untuk menentukan seberapa besar kontribusi variabel independen (X) terhadap variasi (naik-turunnya) variabel dependen (Y) dalam persamaan regresi. Semakin besar ukuran sampel (n), nilai R^2 cenderung semakin kecil (Sihabudin, et al., 2021).

4. Uji Interaksi

Moderated Regression Analysis (MRA) atau uji interaksi adalah aplikasi khusus dari regresi linier berganda, di mana persamaan regresinya mengandung unsur interaksi (perkalian dua atau lebih variabel independen) (Liana, 2009).

Untuk menganalisis dampak variabel moderator pada hubungan antara variabel independen dan dependen, penelitian ini menggunakan metode *Moderated Regression Analysis* (MRA). Nilai signifikan koefisien b_2 harus lebih kecil dari α ($\text{sig} < 0,05$), jika variabel motivasi adalah variabel moderator, namun apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka motivasi bukan termasuk variabel moderator.

Persamaan uji regresi moderasi dengan *Moderated Regression Analysis* (MRA) dapat ditulis sebagai berikut:

Persamaan regresi model 1 (MRA)

$$\hat{Y} = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 Z + \beta_3 X_1 Z + e$$

Persamaan regresi model 2 (MRA)

$$\hat{Y} = \alpha + \beta_1 X_2 + \beta_2 Z + \beta_3 X_2 Z + e$$

Persamaan regresi model 3 (MRA)

$$\hat{Y} = \alpha + \beta_1 X_3 + \beta_2 Z + \beta_3 X_3 Z + e$$

Keterangan:

\hat{Y} = Keputusan Berinvestasi

α = Konstanta

β_1 = Koefisien Regresi Literasi Keuangan Syariah

β_2 = Koefisien Regresi *Social Media Influencer*

β_3 = Koefisien Regresi Kemudahan Bertransaksi

X_1 = Literasi Keuangan Syariah

X_2 = *Social Media Influencer*

X_3 = Kemudahan Bertransaksi

Z = Motivasi

E = *Error Term*

BAB IV

PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa fakultas ekonomi di Purwokerto, dengan fokus pada tiga perguruan tinggi, yaitu Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto, Universitas Jenderal Soedirman, dan Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Penulis memfokuskan pada ketiga perguruan tinggi ini karena mereka adalah yang terbesar di Purwokerto, dengan jumlah mahasiswa yang cukup banyak, sehingga memungkinkan untuk memperoleh data yang memadai.

1. UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto

a. Sejarah Singkat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto

Sejarah UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri dimulai dari perkembangan Fakultas Tarbiyah IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (1964-1994) dan Fakultas Tarbiyah IAIN Walisongo Semarang (1994-1997) yang berlokasi di Purwokerto. Selanjutnya, berdasarkan Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 1997 tentang Pendirian Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri pada 21 Maret 1997, Fakultas Tarbiyah IAIN Walisongo di Purwokerto diubah menjadi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Purwokerto. Perubahan ini menjadikan STAIN Purwokerto sebagai perguruan tinggi mandiri untuk meningkatkan efisiensi, efektivitas, dan kualitas yang berlangsung hingga tahun 2014. Selanjutnya, pada tahun 2014, statusnya meningkat menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto hingga tahun 2021. Pada tahun 2021, status IAIN Purwokerto diubah dari institut menjadi universitas. Perubahan status ini resmi ditetapkan melalui Peraturan Presiden Nomor 41 tahun 2021 tentang Perubahan IAIN Purwokerto menjadi UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri pada tanggal

11 Mei 2021. Pada saat perubahan tersebut, IAIN Purwokerto memiliki lima fakultas yaitu Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Kependidikan, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam, Fakultas Syariah dan Hukum Islam, Fakultas Usluhudin, Adab, dan Humaniora serta Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Salah satu fakultas yang menjadi objek penelitian yaitu Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang berlokasi di Jl. Ahmad Yani, No. 40A, Kelurahan Purwanegara, Kecamatan Purwokerto Utara, Banyumas.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menawarkan jurusan Ekonomi Syariah dan Perbankan Syariah untuk program strata satu, serta program Diploma tiga dalam Manajemen Perbankan Syariah. Fakultas ini bertanggung jawab untuk menerjemahkan ilmu keislaman dan sosial ke dalam praktik (humanisasi ilmu-ilmu keislaman). Untuk itu, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam berupaya membekali mahasiswa dengan *soft skill* melalui pendekatan sistematis, praktis, dan integral. Hal ini dilakukan dengan menguasai ilmu ekonomi dan bisnis Islam baik secara teoritis maupun praktis, dengan tujuan memberikan kontribusi pemikiran serta solusi terhadap masalah ekonomi, sosial, dan kemasyarakatan.

Pendirian Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam tidak terlepas dari pesatnya pertumbuhan sektor ekonomi berbasis syariah, seperti perbankan syariah, asuransi syariah (*takaful*), lembaga keuangan mikro syariah, perhotelan, dan bisnis lainnya yang dikelola sesuai prinsip syariah. Dengan target industri perbankan syariah mencapai pangsa pasar lima persen, pengembangan pendidikan Ekonomi Islam harus disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat. Target ini memerlukan dukungan dari Sumber Daya Manusia (SDM) yang berkualitas, sehingga diperlukan penambahan SDM baru secara signifikan.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menyediakan wadah untuk latihan intelektual dan berupaya memberikan kontribusi

terhadap ilmu pengetahuan yang dapat diakses secara luas oleh masyarakat melalui penerbitan jurnal *El-Jizya*. Jurnal ini berfokus pada kajian ekonomi syariah dan perbankan syariah. Diharapkan, kehadiran jurnal tersebut akan menjadi sarana eksplorasi bagi sivitas akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto, sehingga keunggulan intelektual mereka dapat berperan sebagai agen perubahan.

b. Visi dan Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

1) Visi

“Unggul, Progresif, dan Integratif Dalam Pengembangan Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam di Asia Tenggara Tahun 2040”

2) Misi

- a) Menyelenggarakan pengabdian kepada masyarakat.
- b) Menyelenggarakan pendidikan ekonomi dan bisnis Islam yang unggul, progresif, dan integratif.
- c) Menjadi *Research Centre* dalam bidang ekonomi dan bisnis Islam.
- d) Menyelenggarakan pengabdian pada masyarakat melalui program kemitraan dan kerjasama.
- e) Mencetak lulusan yang mandiri berintegritas dan Islami dengan bekal ilmu pengetahuan, *hard*, dan *soft skill*.
- f) Menyelenggarakan tata kelola dan pelayanan prima pendidikan tinggi.

2. Universitas Jenderal Soedirman

a. Sejarah Singkat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jenderal Soedirman

Sesuai dengan amanat dalam Pembukaan UUD 1945 dan kebutuhan masyarakat Banyumas akan pendidikan tinggi, para pemimpin formal dan informal Banyumas mengusulkan pendirian perguruan tinggi di wilayah tersebut. Untuk menindaklanjuti

gagasan ini, dibentuklah Yayasan Pembina Universitas Jenderal Soedirman dengan Akta Notaris No. 32 tanggal 20 September 1961. Selanjutnya, atas desakan masyarakat, dinas instansi, dan TNI, Yayasan Pembina Universitas Jenderal Soedirman berusaha mendirikan universitas tersebut. Berdasarkan Surat Keputusan Presiden RI No. 195 tanggal 23 September 1963, Universitas Jenderal Soedirman resmi didirikan dan diresmikan oleh Menteri PTIP Prof. Dr. Tojib Hadiwidjaja di rumah Dinas Residen Banyumas.

Pada awalnya, UNSOED memiliki tiga fakultas, yaitu Fakultas Pertanian, Fakultas Biologi, dan Fakultas Ekonomi. Seiring perkembangannya, UNSOED membuka beberapa fakultas tambahan, yaitu Fakultas Peternakan (1966), Fakultas Hukum (1982), Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (1993), dan Program Pascasarjana (1994). Pada tahun 2007, didirikan Fakultas Kedokteran dan Ilmu-ilmu Kesehatan serta Fakultas Sains dan Teknik. Salah satu fakultas yang menjadi objek penelitian ini yaitu Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang berlokasi di Jl. Profesor DR. HR Boenyamin No. 708 Purwokerto.

Fakultas Ekonomi Universitas Jenderal Soedirman (UNSOED) didirikan pada tahun 1963 dan awalnya bertempat di gedung Balai Desa Purwokerto Lor dan gedung Kesenian. Pada saat itu, Fakultas Ekonomi menawarkan program studi Ekonomi Perusahaan dan Ekonomi Pertanian dengan staf pengajar dari Universitas Gajah Mada (UGM) Yogyakarta. Pada tahun 1971, Fakultas Ekonomi pindah ke Gedung Kalibakal dan mulai memberikan gelar sarjana pertama pada tahun 1974. Pada tahun 1975, Fakultas Ekonomi menjadi mandiri dan menggunakan staf pengajar dari Universitas Jenderal Soedirman.

Pada tahun 1984, Fakultas Ekonomi UNSOED kembali pindah ke gedung baru di Kampus UNSOED yang terletak di

Grendeng Purwokerto. Setelah itu, Fakultas Ekonomi UNSOED berhasil membuka dan menyelenggarakan program studi seperti ekonomi pembangunan, manajemen, dan akuntansi. Selain itu, Fakultas Ekonomi juga membuka Program Pendidikan Diploma Tiga (D3) yang dikenal dengan nama Program Pendidikan Ahli Administrasi Perusahaan (PAAP). PAAP memiliki dua program studi, yaitu Administrasi Keuangan dan Kesekretariatan, dengan staf pengajar yang berasal dari Fakultas Ekonomi dan beberapa praktisi di Purwokerto.

Pada tahun 1994, Fakultas Ekonomi UNSOED juga membuka pendidikan Program Non Reguler (Ekstensi) untuk program studi Manajemen. Kemudian, pada tahun 1998, Fakultas Ekonomi membuka Program Studi D3 Akuntansi. Pada tahun 2001, Program Studi D3 Bisnis Internasional juga dibuka. Pada tahun 2006, Fakultas Ekonomi UNSOED membuka kelas Internasional. Dengan demikian, seiring dengan berjalannya waktu, Fakultas Ekonomi UNSOED telah mengembangkan diri dalam hal fasilitas dan program studi yang ditawarkan. Fakultas ini telah menjadi lembaga pendidikan yang mandiri dan menghasilkan lulusan-lulusan di bidang ekonomi yang berkompeten.

b. Visi dan Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jenderal Soedirman

1) Visi

“Pada tahun 2034, Fakultas Ekonomi dan Bisnis diakui secara global sebagai pusat keunggulan dalam bidang bisnis dan pengembangan ekonomi lokal”

2) Misi

- a) Menyediakan pendidikan yang berkelanjutan bagi lulusan masa depan yang bermoral, memiliki kepemimpinan, dan dedikasi yang baik secara akademis dan profesional agar tetap kompetitif dan adaptif.

- b) Melakukan penelitian yang konsisten untuk pengembangan ilmu ekonomi dan kebijakan yang progresif, serta menyebarluaskan hasilnya.
- c) Melakukan pengabdian kepada masyarakat untuk pengembangan ekonomi regional dan menyebarluaskan hasilnya.

3. Universitas Muhammadiyah Purwokerto

a. Sejarah Singkat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto

UMP merupakan hasil transformasi dari Institut Keguruan dan Ilmu Pendidikan (IKIP) Muhammadiyah Purwokerto, yang didirikan pada tanggal 5 April 1965 bertepatan dengan hari Senin 3 Dzulhijah 1384 H. Pada awalnya, IKIP Muhammadiyah Purwokerto adalah cabang dari IKIP Muhammadiyah Surakarta, dengan dua fakultas: Fakultas Ilmu Pendidikan (FIP) dan Pendidikan Umum. Pada tahun 1968, IKIP Muhammadiyah Surakarta Cabang Purwokerto memisahkan diri dari induknya dan menjadi IKIP Muhammadiyah Purwokerto.

Pada tahun 1995, berdasarkan Surat Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Tinggi Departemen Pendidikan dan Kebudayaan No. 345/DIKTI/Kep/1995 tanggal 26 Juli 1995, Institut Keguruan dan Ilmu Pendidikan (IKIP) Muhammadiyah Purwokerto diubah menjadi Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Setelah lebih dari 30 tahun berbentuk IKIP, perubahan ini dilakukan pada tanggal 26 Juli 1995. Konsekuensi dari perubahan ini adalah penutupan IKIP Muhammadiyah Purwokerto, serta penyesuaian dan penyempurnaan nama universitas, fakultas, dan program studi. UMP memiliki 11 fakultas dengan 36 program studi untuk jenjang D3, D4, dan S1, 8 program studi pascasarjana, dan 5 program profesi. Saat ini, UMP telah berkembang menjadi salah satu perguruan tinggi swasta yang diperhitungkan, terbukti dari peningkatan jumlah

mahasiswa yang diterima setiap tahun. Salah satu fakultas yang menjadi objek penelitian ini yaitu Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang berlokasi di Jl. Dukuh Waluh, Purwokerto, Dusun III, Dukuhwaluh, Kec. Kembaran, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto didirikan pada 1 Juni 1995, bersamaan dengan tiga fakultas lainnya, yaitu Fakultas Perikanan, Fakultas Pertanian, dan Fakultas Teknik. Fakultas Ekonomi dan Bisnis awalnya mendapatkan status "Terdaftar" berdasarkan Surat Keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan No. 345/DIKTI/KEP/1995. Mulai tahun akademik 1995/1996, fakultas ini membuka tiga program studi: Manajemen S1, Akuntansi S1, dan Akuntansi DIII.

b. Visi dan Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Muhammadiyah Purwokerto

1) Visi

“Pada tahun 2031, menjadi Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang Unggul, Modern, Islami serta memiliki jiwa kewirausahaan di tingkat Asia Tenggara”

2) Misi

- a) Menyelenggarakan manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis sesuai dengan prinsip tata kelola yang baik dan mampu menghasilkan lulusan (Doktor, Magister, Sarjana, dan Ahli Madya) yang unggul di Tingkat Asia Tenggara.
- b) Menghasilkan pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat dibidang ekonomi dan bisnis secara professional.
- c) Membekali mahasiswa dengan nilai-nilai Al-Qur'an dan As-Sunnah yang beriman, bertaqwa, dan berakhlak mulia.
- d) Mengembangkan ilmu pengetahuan dan teknologi untuk menumbuhkembangkan jiwa kewirausahaan sesuai tuntutan zaman.

B. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa fakultas ekonomi di Purwokerto (UIN SAIZU, UNSOED, dan UMP) yang terlibat dalam investasi di pasar modal syariah. Jumlah responden sebanyak 380 orang, ditentukan menggunakan rumus Slovin. Berikut ini merupakan karakteristik responden yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner:

1. Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
1	Laki-Laki	116	31%
2	Perempuan	264	69%
Total		380	100%

Sumber: Data Primer yang diolah

Tabel di atas menunjukkan distribusi responden berdasarkan jenis kelamin. Dari total 380 responden, 116 orang (31%) adalah laki-laki, sedangkan 264 orang (69%) adalah perempuan. Dengan demikian, mayoritas responden adalah perempuan, sementara laki-laki menyumbang bagian yang lebih kecil dari total sampel.

2. Berdasarkan Perguruan Tinggi

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Perguruan Tinggi

No	Perguruan Tinggi	Jumlah	Presentase
1	UIN SAIZU	131	35%
2	UNSOED	115	30%
3	UMP	134	35%
Jumlah		380	100%

Sumber: Data Primer yang diolah

Tabel ini menunjukkan distribusi responden berdasarkan perguruan tinggi mereka. Dari total 380 responden, UIN SAIZU dan UMP masing-masing menyumbang 35% dari keseluruhan jumlah responden, dengan 131 dan 134 orang. Sementara itu, UNSOED memiliki 115 responden, yang mewakili 30% dari total. Tabel ini mengilustrasikan bahwa UIN

SAIZU dan UMP memiliki jumlah responden yang hampir sama, sementara UNSOED memiliki jumlah responden lebih sedikit dibandingkan perguruan tinggi lainnya.

3. Berdasarkan Waktu Investasi

Tabel 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Waktu Investasi

No	Waktu Investasi	Jumlah	Presentase
1	>3 bulan	156	41%
2	<3 bulan	224	59%
Total		380	100%

Sumber: Data primer yang diolah

Tabel ini menunjukkan distribusi responden berdasarkan lama waktu mereka berinvestasi di pasar modal syariah. Dari total 380 responden, 156 orang (41%) telah berinvestasi lebih dari 3 bulan, sementara mayoritas responden, yaitu 224 orang (59%), berinvestasi kurang dari 3 bulan. Data ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden memiliki pengalaman investasi yang relatif singkat, kurang dari 3 bulan.

4. Berdasarkan Jumlah Transaksi

Tabel 4.4

Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Transaksi

No	Waktu Investasi	Jumlah	Presentase
1	1-3 kali	320	84%
2	Lebih dari 3 kali	60	16%
Total		380	100%

Sumber: Data primer yang diolah

Tabel ini menampilkan jumlah investasi yang dilakukan oleh responden di pasar modal syariah. Dari 380 responden, sebagian besar, yakni 320 orang atau 84%, tercatat telah melakukan investasi sebanyak 1 hingga 3 kali. Sebaliknya, hanya 60 responden atau 16% yang melakukan investasi lebih dari 3 kali. Hal ini menunjukkan bahwa

kebanyakan responden masih memiliki frekuensi investasi yang rendah, sementara hanya sebagian kecil yang berinvestasi dengan lebih sering.

C. Hasil Analisis Data

1. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Hasil penelitian dianggap valid jika data yang dikumpulkan sesuai dengan data sebenarnya yang ada pada objek yang diteliti. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mengumpulkan data tersebut juga valid (Sugiyono, 2013).

Untuk menentukan apakah validitas ditentukan oleh kriteria penilaian uji validitas, yaitu:

- 1) Jika $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$, maka indikator atau pertanyaan tersebut dinyatakan valid.
- 2) Jika $r\text{-hitung} < r\text{-tabel}$, maka indikator atau pertanyaan tersebut dinyatakan tidak valid.

$$N = 380$$

$$n-2 = 380-2$$

$$= 378$$

R tabel ke 378 adalah 0,100

Tabel 4.5

Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	R _{hitung}	R _{tabel}	Keterangan
Literasi Keuangan Syariah (X1)	X1.1	0,735	0,100	Valid
	X1.2	0,801	0,100	Valid
	X1.3	0,713	0,100	Valid
	X1.4	0,775	0,100	Valid
	X1.5	0,754	0,100	Valid
Social Media Influencer (X2)	X2.1	0,600	0,100	Valid
	X2.2	0,584	0,100	Valid
	X2.3	0,650	0,100	Valid
	X2.4	0,693	0,100	Valid
	X2.5	0,751	0,100	Valid
Kemudahan Berttransaksi (X3)	X3.1	0,672	0,100	Valid
	X3.2	0,821	0,100	Valid
	X3.3	0,802	0,100	Valid

	X3.4	0,773	0,100	Valid
	X3.5	0,820	0,100	Valid
	X3.6	0,777	0,100	Valid
Motivasi (Z)	Z.1	0,820	0,100	Valid
	Z.2	0,821	0,100	Valid
	Z.3	0,803	0,100	Valid
	Z.4	0,828	0,100	Valid
Keputusan Berinvestasi (Y)	Y.1	0,720	0,100	Valid
	Y.2	0,565	0,100	Valid
	Y.3	0,677	0,100	Valid
	Y.4	0,796	0,100	Valid
	Y.5	0,799	0,100	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah SPSS 21, 2024

Berdasarkan pengujian validitas, terlihat bahwa setiap pertanyaan memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari 0,100. Hal ini menunjukkan bahwa setiap penilaian dalam kuesioner berkaitan dengan variabel literasi keuangan syariah (X1), *social media influencer* (X2), kemudahan bertransaksi (X3), motivasi (Z), dan kemudahan bertransaksi (Y) yang dipastikan sebagai valid.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas suatu skala merujuk pada seberapa jauh proses pengukuran tidak terpengaruh oleh kesalahan. Keandalan atau reliabilitas, terkait dengan akurasi dan konsistensi. Sebuah skala dianggap memiliki keandalan atau reliabilitas jika menghasilkan hasil yang serupa saat pengukuran dilakukan secara berulang dan dalam kondisi yang konsisten (Hardani, et al., 2020).

Guna menentukan reliabel atau tidak, maka ditentukan melalui uji reliabilitas yaitu:

Jika nilai Cronbach Alpha $> 0,6$ maka item variabel tersebut dinyatakan reliabel.

- 1) Jika nilai Cronbach Alpha $< 0,6$ maka item variabel tersebut dinyatakan tidak reliabel.

Tabel 4.6
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Standar Nilai Cronbach Alpha	Keterangan
Literasi Keuangan Syariah (X1)	0,812	>0,6	Reliabel
Social Media Influencer (X2)	0,672	>0,6	Reliabel
Kemudahan Bertransaksi (X3)	0,871	>0,6	Reliabel
Motivasi (Z)	0,835	>0,6	Reliabel
Keputusan Berinvestasi (Y)	0,746	>0,6	Reliabel

Sumber: Data Primer yang diolah SPSS 21, 2024

Berdasarkan informasi yang diperoleh, semua variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel karena nilai *cronbach alpha* untuk setiap variabel lebih dari 0,60.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan cara untuk menentukan apakah data yang dimiliki peneliti berasal dari populasi yang tersebar merata atau mengikuti pola distribusi umum. Pengujian ini menggunakan metode statistik uji Kolmogorov-Smirnov satu sampel, di mana distribusi dianggap tidak normal jika nilai signifikansi atau probabilitasnya kurang dari 0,05. Sebaliknya, distribusi dianggap normal jika nilai signifikansi lebih dari 0,05 (Nuryadi, Astuti, Utami, & Budiantara, 2017).

Tabel 4.7
Hasil Uji Normalitas

	Unstandarized Residual	Keterangan
Asymp Sig.	0,395	Normal

Sumber: Data Primer yang diolah SPSS 21, 2024

Berdasarkan hasil uji normalitas, terlihat bahwa nilai Asymp. Sig sebesar 0,395 yang mana lebih besar dari 0,05. Ini menunjukkan bahwa residual yang telah dinormalisasi dalam penelitian ini berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengevaluasi apakah terdapat hubungan antar variabel independen dalam model regresi. Dalam model regresi yang ideal, variabel independen tidak boleh saling berkorelasi (tidak terjadi multikolinearitas). Keputusan terkait multikolinearitas didasarkan pada nilai toleransi jika nilai tersebut lebih dari 0,10, maka multikolinearitas dianggap tidak ada. Selain itu, berdasarkan nilai VIF, jika nilainya 10,00 atau kurang, maka tidak ada multikolinearitas, dan sebaliknya (Sihabudin, et al., 2021).

Tabel 4.8
Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Literasi Keuangan Syariah (X1)	0,398	2,516	Tidak terjadi gejala multikolinearitas
<i>Social Media Influencer</i> (X2)	0,571	1,751	Tidak terjadi gejala multikolinearitas
Kemudahan Bertransaksi (X3)	0,351	2,849	Tidak terjadi gejala multikolinearitas
Motivasi (Z)	0,387	2,584	Tidak terjadi gejala multikolinearitas

Sumber: Data Primer yang diolah SPSS 21, 2024

Berdasarkan data pada tabel, variabel literasi keuangan syariah (X1) memiliki nilai VIF sebesar 2,516 dan nilai tolerance 0,398. Variabel *social media influencer* (X2) memiliki nilai VIF 1,751 dan tolerance 0,571. Variabel kemudahan bertransaksi (X3) memiliki nilai VIF 2,849 dan tolerance 0,351. Variabel motivasi (Z) memiliki nilai VIF 2,584 dan tolerance 0,387. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menilai apakah terjadi pelanggaran terhadap asumsi klasik heteroskedastisitas, yang mengindikasikan adanya ketidakseragaman varians residu di semua observasi dalam model regresi. Salah satu metode yang bisa digunakan untuk menguji heteroskedastisitas adalah uji Glejser. Dasar pengambilan keputusannya, jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka tidak ada indikasi heteroskedastisitas. Sebaliknya, jika nilai signifikansi kurang dari 0,05, hal ini menunjukkan adanya indikasi heteroskedastisitas (Sihabudin, et al., 2021).

Tabel 4.9

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Nilai Sig.	Keterangan
Literasi Keuangan Syariah (X1)	0,372	Tidak terjadi gejala heteroskedastisitas
<i>Social Media Influencer</i> (X2)	0,203	Tidak terjadi gejala heteroskedastisitas
Kemudahan Bertransaksi (X3)	0,132	Tidak terjadi gejala heteroskedastisitas
Motivasi (Z)	0,618	Tidak terjadi gejala heteroskedastisitas

Sumber: Data Primer yang diolah SPSS 21, 2024

Berdasarkan uji heteroskedastisitas pada tabel, nilai signifikansi untuk variabel literasi keuangan syariah adalah 0,372, *social media influencer* 0,203, kemudahan bertransaksi 0,132, dan

motivasi 0,618. Karena semua variabel memiliki nilai signifikansi diatas 0,05, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah heteroskedastisitas dalam penelitian ini.

3. Uji Hipotesis

a. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Uji Student atau uji t merupakan metode yang digunakan untuk mengevaluasi apakah koefisien regresi signifikan secara statistik. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai t hasil perhitungan dengan nilai t yang ada di tabel, atau dengan melihat nilai signifikansinya (Sihabudin, et al., 2021). Kriteria pengambilan keputusan dalam uji t yaitu:

- 3) Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai signifikansi $< 0,05$, maka variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan.
- 4) Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau nilai signifikansi $> 0,05$, maka variabel bebas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

Untuk menentukan nilai t tabel pada penelitian ini menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Nilai t tabel} &= (\alpha/2; n-k-1) \\ &= (0,05/2; 380-4-1) \\ &= 0,025; 375 \\ &= 1,966 \end{aligned}$$

Tabel 4.10
Hasil Uji t

Variabel	t_{hitung}	Nilai Sig.
Literasi Keuangan Syariah (X1)	5,561	0,000
<i>Social Media Influencer</i> (X2)	4,812	0,000
Kemudahan Bertransaksi (X3)	10,369	0,000

Sumber: Data Primer yang diolah SPSS 21, 2024

Hasil uji signifikansi parsial (uji-t) berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa:

1) Variabel Literasi Keuangan Syariah

Berdasarkan hasil uji yang menunjukkan nilai t tabel untuk variabel literasi keuangan syariah, diketahui bahwa signifikansinya sebesar $0,000 < 0,05$ dan t hitung lebih besar dari t tabel, yaitu $5,561 > 1,966$. Dengan nilai t tabel pada tingkat signifikansi 5% sebesar 1,966, dapat disimpulkan bahwa H1 diterima yang berarti variabel literasi keuangan syariah memberi pengaruh signifikan terhadap keputusan berinvestasi di pasar modal syariah.

2) Variabel *Social Media Influencer*

Berdasarkan hasil uji yang menunjukkan nilai t tabel untuk variabel *social media influencer*, diketahui bahwa signifikansinya sebesar $0,000 < 0,05$ dan t hitung lebih besar dari t tabel, yaitu $4,812 > 1,966$. Dengan nilai t tabel pada tingkat signifikansi 5% sebesar 1,966, dapat disimpulkan bahwa H2 diterima yang berarti variabel *social media influencer* memberi pengaruh signifikan terhadap keputusan berinvestasi di pasar modal syariah.

3) Variabel Kemudahan Bertransaksi

Berdasarkan hasil uji yang menunjukkan nilai t tabel untuk variabel kemudahan bertransaksi, diketahui bahwa signifikansinya sebesar $0,000 < 0,05$ dan t hitung lebih besar dari t tabel, yaitu $10,369 > 1,966$. Dengan nilai t tabel pada tingkat signifikansi 5% sebesar 1,966, dapat disimpulkan bahwa H3 diterima yang berarti variabel kemudahan bertransaksi memberi pengaruh signifikan terhadap keputusan berinvestasi di pasar modal syariah.

4. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian R^2 digunakan untuk menilai seberapa baik suatu model cocok dengan data. Dalam regresi, R^2 mengukur seberapa dekat garis regresi dengan data asli yang dihasilkan oleh model. Jika nilai R^2 sama dengan 1, artinya garis regresi tersebut sepenuhnya sesuai dengan data. Koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui sejauh mana variabel independen (X) berkontribusi terhadap variasi variabel dependen (Y) dalam model regresi. Semakin besar ukuran sampel (n), nilai R^2 cenderung menurun (Sihabudin, et al., 2021).

Tabel 4.11
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

	R Square	Adjusted R Square
Keputusan Berinvestasi (Y)	0,656	0,653

Sumber: Data Primer yang diolah SPSS 21, 2024

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada tabel 4.11, diketahui bahwa nilai *adjusted R square* sebesar 0,653 atau 65,3%. Ini menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan syariah (X1), *social media influencer* (X2), dan kemudahan bertransaksi (X3) secara simultan memengaruhi keputusan berinvestasi di pasar modal syariah sebesar 65,3%. Sisanya, yaitu 34,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

5. Uji Interaksi (*Moderated Regression Analysis*/MRA)

Moderated Regression Analysis (MRA) atau uji interaksi merupakan bentuk khusus dari regresi linier berganda, di mana persamaan regresi melibatkan interaksi antara dua atau lebih variabel independen yang dikalikan (Liana, 2009).

Penelitian ini menggunakan metode *Moderated Regression Analysis* (MRA) untuk menganalisis pengaruh variabel moderator terhadap hubungan antara variabel independen dan dependen. Jika koefisien b_2 memiliki nilai signifikansi yang lebih kecil dari α ($\text{sig} < 0,05$), maka

motivasi dianggap sebagai variabel moderator. Namun, jika nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05, motivasi tidak berperan sebagai variabel moderator.

Persamaan uji regresi moderasi dengan *Moderated Regression Analysis* (MRA) dapat ditulis sebagai berikut:

Persamaan regresi model 1 (MRA)

$$\hat{Y} = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 Z + \beta_3 X_1 Z + e$$

Persamaan regresi model 2 (MRA)

$$\hat{Y} = \alpha + \beta_1 X_2 + \beta_2 Z + \beta_3 X_2 Z + e$$

Persamaan regresi model 3 (MRA)

$$\hat{Y} = \alpha + \beta_1 X_3 + \beta_2 Z + \beta_3 X_3 Z + e$$

Keterangan:

\hat{Y} = Keputusan Berinvestasi

α = Konstanta

β_1 = Koefisien Regresi Literasi Keuangan Syariah

β_2 = Koefisien Regresi Social Media Influencer

β_3 = Koefisien Regresi Kemudahan Bertransaksi

X_1 = Literasi Keuangan Syariah

X_2 = Social Media Influencer

X_3 = Kemudahan Bertransaksi

Z = Motivasi

E = Error Term

a. Variabel Literasi Keuangan Syariah

Tabel 4.12

Hasil Uji *Moderated Regression Analysis* X1

Variabel	t _{hitung}	Nilai Sig.
Literasi Keuangan Syariah (X1)	8,806	0,000

Sumber: Data Primer yang diolah SPSS 21, 2024

Berdasarkan tabel 4.12, terlihat bahwa nilai t_{hitung} untuk variabel X1M (interaksi antara literasi keuangan syariah dan

motivasi) adalah 8,806 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel 1,966, dan nilai signifikansinya 0,000 lebih kecil dari 0,05, maka H_4 diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah memiliki pengaruh positif atau signifikan terhadap keputusan berinvestasi dengan motivasi sebagai variabel moderasi. Artinya, motivasi dapat berfungsi sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara literasi keuangan syariah dan keputusan berinvestasi di pasar modal syariah.

b. Variabel *Social Media Influencer*

Tabel 4.13

Hasil Uji Moderated Regression Analysis X2

Variabel	t_{hitung}	Nilai Sig.
<i>Social Media Influencer</i> (X2)	13,484	0,000

Sumber: Data Primer yang diolah SPSS 21, 2024

Berdasarkan tabel 4.13, terlihat bahwa nilai t hitung untuk variabel X2M (interaksi antara *social media influencer* dan motivasi) adalah 13,484 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel 1,966, dan nilai signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,05, maka H_5 diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa *social media influencer* memiliki pengaruh positif atau signifikan terhadap keputusan berinvestasi dengan motivasi sebagai variabel moderasi. Artinya, motivasi dapat berfungsi sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara *social media influencer* dan keputusan berinvestasi di pasar modal syariah.

c. Variabel Kemudahan Bertransaksi

Tabel 4.14

Hasil Uji Moderated Regression Analysis X3

Variabel	t_{hitung}	Nilai Sig.
Kemudahan Bertransaksi (X3)	6,492	0,000

Sumber: Data Primer yang diolah SPSS 21, 2024

Berdasarkan tabel 4.14, terlihat bahwa nilai t hitung untuk variabel X3M (interaksi antara kemudahan bertransaksi dan keputusan berinvestasi) adalah 6,492 dengan signifikansi 0,000. Karena nilai t hitung 6,492 lebih besar dari t tabel 1,966, dan nilai signifikansinya 0,000 lebih besar dari 0,05, maka H_6 diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa kemudahan bertransaksi memiliki pengaruh positif atau signifikan terhadap keputusan berinvestasi dengan motivasi sebagai variabel moderasi. Artinya, motivasi dapat berfungsi sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara kemudahan bertransaksi dan keputusan berinvestasi di pasar modal syariah.

D. Pembahasan Hasil Analisis Data

1. Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Berinvestasi di Pasar Modal Syariah

Hasil pengujian dalam penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara literasi keuangan syariah terhadap keputusan berinvestasi di pasar modal syariah. Hal ini dibuktikan dengan uji t pada variabel literasi keuangan syariah, di mana nilai signifikansi yang diperoleh adalah 0,000 (lebih kecil dari 0,05) dan nilai t hitung 5,561, yang lebih besar dari t tabel 1,966. Oleh karena itu, hipotesis 1 diterima, yang berarti terdapat pengaruh antara literasi keuangan syariah (X1) terhadap keputusan berinvestasi (Y) di pasar modal syariah pada mahasiswa fakultas ekonomi di Purwokerto.

Literasi keuangan syariah berperan penting dalam mempengaruhi keputusan berinvestasi di pasar modal syariah karena memberikan pemahaman mendalam tentang prinsip-prinsip dan instrumen investasi yang sesuai dengan syariat Islam. Dengan literasi yang baik, investor dapat membedakan antara produk keuangan yang halal dan yang tidak sesuai dengan nilai-nilai syariah, seperti produk yang melibatkan *riba* (bunga), *maysir* (spekulasi),

dan *gharar* (ketidakpastian). Pengetahuan ini membantu investor merasa lebih aman dan yakin dalam memilih instrumen investasi, karena mereka tahu bahwa investasi yang mereka lakukan tidak hanya menguntungkan secara finansial, tetapi juga sesuai dengan keyakinan religius mereka. Selain itu, literasi keuangan syariah juga memungkinkan investor untuk memahami risiko dan keuntungan dari investasi syariah dengan lebih baik. Literasi keuangan syariah bukan hanya memberikan kepercayaan diri, tetapi juga meningkatkan kemampuan untuk membuat keputusan investasi yang lebih cerdas dan sesuai dengan prinsip syariah.

Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa literasi keuangan syariah memiliki pengaruh positif terhadap keputusan investasi di pasar modal syariah. Hal ini sesuai dengan Teori Perilaku Terencana, di mana literasi keuangan syariah dapat memengaruhi sikap positif, dorongan dari lingkungan sekitar, serta meningkatkan rasa percaya diri dalam mengelola investasi, sehingga memperkuat keputusan untuk berinvestasi. Dengan kata lain, semakin tinggi pemahaman seseorang tentang literasi keuangan syariah, semakin besar kemungkinan untuk berinvestasi di instrumen keuangan syariah.

Pendidikan dan pengetahuan merupakan hal yang penting dalam kehidupan umat Islam. Dalam surat Al-‘Alaq ayat 1-5 yaitu ayat pertama yang diwahyukan kepada Rasulullah SAW dan berisi perintah untuk membaca sebagai bentuk awal dari pencarian ilmu. Allah SWT berfirman dalam surah Al-‘Alaq ayat 1-5 yang berbunyi:

إِذَا بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ ۝ ١ خَلَقَ الْإِنْسَانَ مِنْ عَلَقٍ ۝ ٢ إِفْرَأْ وَ رَبُّكَ الْأَكْرَمُ ۝ ٣ الَّذِي عَلَّمَ

بِالْقَلَمِ ۝ ٤ عَلَّمَ الْإِنْسَانَ مَا لَمْ يَعْلَمْ ۝ ٥

Artinya: “*Bacalah dengan (menyebut) nama Tuhanmu yang menciptakan! Dia menciptakan manusia dari segumpal darah. Bacalah! Tuhanmulah Yang Mahamulia, yang mengajarkan (manusia) dengan pena. Dia mengajarkan manusia apa yang tidak diketahuinya.*”

Ayat ini menekankan pentingnya belajar dan mencari ilmu sebagai fondasi kehidupan manusia. Dalam konteks literasi keuangan syariah, pencarian ilmu ini dapat dikaitkan dengan kewajiban memahami aspek-aspek keuangan yang sesuai dengan syariat Islam. Literasi keuangan syariah mencakup pengetahuan tentang prinsip-prinsip dasar ekonomi Islam, seperti menghindari *riba*, *gharar*, dan *maysir*, serta mempelajari berbagai instrumen keuangan yang halal. Dengan mempelajari literasi keuangan syariah, seorang muslim dapat memahami bagaimana menginvestasikan harta dan mengelola kekayaan secara etis, sehingga mendukung kesejahteraan masyarakat tanpa melanggar hukum syariat.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Rohmah (2023), yang meneliti variabel literasi keuangan syariah, ditemukan bahwa literasi keuangan syariah memiliki dampak positif terhadap keputusan investasi. Hal yang sama juga dinyatakan oleh Utsman (2021) yang menyatakan bahwa pemahaman yang baik tentang literasi keuangan syariah memberikan dampak positif terhadap keputusan investasi saham syariah. Selain itu pada penelitian Rahman dan Arsyianti (2021) juga menyatakan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh pada keputusan investasi. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan literasi keuangan syariah berhubungan dengan meningkatnya keputusan investasi.

2. Pengaruh *Social Media Influencer* Terhadap Keputusan Berinvestasi di Pasar Modal Syariah

Hasil pengujian dalam penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara *social media influencer* terhadap keputusan berinvestasi di pasar modal syariah. Hal ini dibuktikan dengan uji t pada variabel *social media influencer*, di mana nilai signifikansi yang diperoleh adalah 0,000 (lebih kecil dari 0,05) dan nilai t hitung 4,812, yang lebih besar dari t tabel 1,966. Oleh karena itu, hipotesis

2 diterima, yang berarti terdapat pengaruh antara *social media influencer* (X2) terhadap keputusan berinvestasi (Y) di pasar modal syariah pada mahasiswa fakultas ekonomi di Purwokerto.

Social media influencer dapat mempengaruhi keputusan berinvestasi di pasar modal syariah karena mereka memiliki kemampuan untuk membangun kepercayaan, membentuk opini, dan menciptakan tren di kalangan pengikutnya. Dengan memberikan informasi yang mudah dipahami, *influencer* mampu menyederhanakan konsep investasi yang seringkali dianggap rumit. Kepercayaan dan pengaruh yang *influencer* bangun di antara pengikutnya membuat saran mereka dianggap lebih dapat dipercaya, terutama jika *influencer* berbagi pengalaman pribadi mengenai keuntungan atau proses investasi. Hal ini menciptakan rasa keterhubungan dan inspirasi bagi pengikut untuk mengikuti langkah yang sama. Dengan kombinasi antara kedekatan emosional dan kemudahan akses informasi, *influencer* memiliki pengaruh signifikan dalam mendorong keputusan investasi di pasar modal syariah.

Penelitian ini menunjukkan bahwa *social media influencer* memiliki pengaruh terhadap keputusan investasi, dan hal ini dapat dijelaskan melalui Teori Perilaku Terencana (TPB). *Influencer* memainkan peran penting dalam membentuk sikap positif terhadap investasi dengan menyajikan informasi menarik dan mudah dipahami tentang investasi. Konten yang dibagikan seperti pengalaman pribadi atau panduan investasi membuat pengikut lebih yakin bahwa investasi adalah sesuatu yang menguntungkan. *Influencer* juga membantu meningkatkan rasa percaya diri pengikut dalam mengelola investasi dengan memberikan tips dan strategi yang membuat proses investasi tampak lebih mudah. Dengan informasi yang diberikan, pengikut merasa lebih yakin dalam

mengendalikan keputusan investasinya dan terdorong untuk berinvestasi.

Dalam Al-Qur'an Allah SWT menjelaskan bagaimana penyampaian pesan dilakukan untuk mengajak kepada kebaikan, terutama dalam konteks mengajak umat Islam berperilaku sesuai dengan nilai-nilai Islam, termasuk dalam keputusan keuangan atau investasi, dalam surah An-Nahl ayat 125 Allah SWT berfirman:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Artinya: “Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik, dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk.”

Ayat ini dapat dijadikan pedoman bagi para *influencer* di media sosial yang memiliki kemampuan untuk mempengaruhi audiens mereka. Seorang *social media influencer* yang sesuai dengan prinsip ayat ini seharusnya menggunakan pengaruh mereka dengan bijak, menyebarkan informasi yang baik dan benar, serta menyampaikan pesan-pesan yang mengedukasi dengan cara yang santun. Melalui strategi penyampaian yang tepat, mereka bisa membantu meningkatkan minat investasi di kalangan masyarakat. Seperti dalam ayat tersebut, ketika pesan disampaikan dengan baik dan penuh hikmah, potensi untuk memberikan pengaruh positif menjadi lebih besar.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yaitu penelitian yang dilakukan oleh Adiningsih dan Ghofar (2022) dengan salah satu variabelnya yaitu financial influencer memberikan hasil yaitu financial influencer berpengaruh positif pada keputusan investasi di pasar modal. Selain itu, menurut Rais, Khairi, & Hidayat (2023) dalam penelitiannya menyatakan bahwa sosial media

berpengaruh positif terhadap minat investasi saham syariah pada generasi Z. penelitian lainnya yang mendukung yaitu penelitian yang dilakukan oleh Widyastuti & Seno (2020) yang mana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa variabel sosial media memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan investasi. Artinya semakin baik cara penyampaian, informasi, dan pengetahuan yang dibagikan influencer, maka akan semakin baik pula dalam pengambilan keputusan investasi.

3. Pengaruh Kemudahan Bertransaksi Terhadap Keputusan Berinvestasi di Pasar Modal Syariah

Hasil pengujian dalam penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara kemudahan bertransaksi terhadap keputusan berinvestasi di pasar modal syariah. Hal ini dibuktikan dengan uji t pada kemudahan bertransaksi, di mana nilai signifikansi yang diperoleh adalah 0,000 (lebih kecil dari 0,05) dan nilai t hitung 10,369, yang lebih besar dari t tabel 1,966. Oleh karena itu, hipotesis 3 diterima, yang berarti terdapat pengaruh antara kemudahan bertransaksi (X3) terhadap keputusan berinvestasi (Y) di pasar modal syariah pada mahasiswa fakultas ekonomi di Purwokerto.

Kemudahan bertransaksi dapat berpengaruh signifikan terhadap keputusan berinvestasi di pasar modal syariah karena akses yang mudah dan cepat terhadap platform investasi yang mana memungkinkan investor untuk melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja, mengurangi hambatan waktu dan lokasi. Hal ini meningkatkan kenyamanan bagi calon investor yang mungkin sebelumnya ragu untuk berinvestasi karena kesulitan dalam prosesnya. Teknologi yang mendukung kemudahan transaksi seperti aplikasi mobile dan sistem pembayaran digital, memungkinkan pengguna untuk mendapatkan informasi secara *real-time*, memudahkan investor dalam membuat keputusan investasi yang cepat dan tepat. Kemudahan bertransaksi juga memberikan

transparansi dalam proses investasi, sehingga investor dapat dengan mudah melacak kinerja investasi mereka. dengan demikian, semua faktor ini berkontribusi pada peningkatan minat dan kepercayaan masyarakat untuk berinvestasi di pasar modal syariah.

Penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan bertransaksi berpengaruh terhadap keputusan investasi, yang dapat dijelaskan melalui Teori Perilaku Terencana (TPB). Ketika seseorang merasa bahwa bertransaksi di platform investasi itu sederhana dan tidak sulit, hal ini membentuk sikap positif terhadap aktivitas investasi. Selain itu, kemudahan bertransaksi juga meningkatkan keyakinan diri dalam berinvestasi, karena orang merasa mereka dapat melakukannya dengan mudah. Norma sosial juga dapat terbentuk ketika semakin banyak orang berinvestasi karena kemudahan tersebut. Akhirnya, kemudahan bertransaksi memperkuat sikap positif, norma sosial, dan persepsi kontrol yang mendorong individu lebih aktif dalam mengambil keputusan investasi.

Kemudahan bertransaksi dapat dianalisis melalui surah Al-Insyirah ayat 5-6, yang berbunyi:

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ۝ إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ۝ ٦

Artinya: “*Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan.*”

Ayat tersebut mengisyaratkan bahwa setiap kesulitan yang dihadapi dalam hidup, termasuk dalam berinvestasi, akan diikuti dengan kemudahan. Dalam dunia investasi, banyak individu yang mungkin merasa cemas atau sulit untuk memulai karena berbagai faktor, seperti ketidakpahaman tentang sistem investasi atau kekhawatiran mengenai risiko. Namun, dengan adanya teknologi dan platform yang memudahkan proses transaksi, individu dapat merasa lebih nyaman dan percaya diri untuk berinvestasi. Kemudahan bertransaksi ini tidak hanya memfasilitasi aksesibilitas

bagi calon investor, tetapi juga menciptakan lingkungan yang lebih transparan dan efisien, sehingga menumbuhkan kepercayaan dalam investasi syariah. Oleh karena itu, hubungan antara kemudahan bertransaksi dan ayat Al-Insyirah ini menunjukkan bahwa dengan mengatasi kesulitan melalui kemudahan yang disediakan, investor dapat meraih potensi keuntungan dan manfaat yang ditawarkan oleh pasar modal syariah, serta merasakan kedamaian dan keberkahan dalam keputusan investasi mereka.

Hal ini didukung oleh penelitian dari Mahardika dan Asandimitra (2023) yang mana salah satu variabel penelitian tersebut ialah financial technology yang menghasilkan bahwa financial technology berpengaruh pada keputusan investasi. Hal yang sama juga dinyatakan oleh Rais, Khairi, & Hidayat (2023) pada penelitiannya yang menunjukkan bahwa teknologi digital berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat investasi saham syariah pada generasi Z. Kemajuan teknologi memberikan sarana kepada para investor, memudahkan mereka dalam melakukan investasi. Ini terbukti dengan hadirnya platform perdagangan efek secara daring.

4. Motivasi Memoderasi Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Berinvestasi di Pasar Modal Syariah

Hasil perhitungan analisis regresi moderasi menunjukkan bahwa variabel independen literasi keuangan syariah berpengaruh positif terhadap variabel dependen keputusan berinvestasi di pasar modal syariah, dengan motivasi sebagai variabel moderasi. Dari hasil perhitungan tersebut, diperoleh nilai t hitung sebesar 8,806, yang lebih besar dari t tabel ($8,806 > 1,966$), dengan tingkat signifikansi ($0,000 < 0,05$) dan koefisien regresi sebesar 0,024. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis 4 diterima, yang berarti literasi keuangan syariah (X1) secara positif memengaruhi keputusan berinvestasi (Y) yang dimoderasi oleh motivasi (Z).

Penelitian ini menemukan bahwa motivasi berhasil memoderasi pengaruh literasi keuangan syariah terhadap keputusan berinvestasi di pasar modal syariah. Hal ini menunjukkan bahwa motivasi memainkan peran penting dalam memperkuat pengaruh literasi keuangan syariah terhadap keputusan berinvestasi di pasar modal syariah. Literasi keuangan syariah memberikan pemahaman yang jelas tentang prinsip-prinsip investasi yang sesuai dengan hukum syariah, sehingga membantu individu membuat keputusan investasi yang tepat. Namun, motivasi memberikan dorongan ekstra untuk memaksimalkan efek dari literasi tersebut. Motivasi bisa berupa mengejar tujuan jangka panjang atau meraih keuntungan halal. Oleh karena itu, motivasi memperkuat hubungan antara literasi keuangan syariah dan keputusan investasi.

5. Motivasi Memoderasi Pengaruh *Social Media Influencer* Terhadap Keputusan Berinvestasi di Pasar Modal Syariah

Hasil perhitungan analisis regresi moderasi menunjukkan bahwa variabel independen *social media influencer* berpengaruh positif terhadap variabel independen keputusan berinvestasi di pasar modal syariah, dengan motivasi sebagai variabel moderasi. Dari hasil perhitungan tersebut, diperoleh nilai t hitung sebesar 13,484, yang lebih besar dari t tabel ($13,484 > 1,966$), dengan tingkat signifikansi ($0,000 < 0,05$) dan koefisien regresi sebesar 0,32. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis 5 diterima, yang berarti *social media influencer* (X_2) secara positif memengaruhi keputusan berinvestasi (Y) yang dimoderasi oleh motivasi (Z).

Penelitian ini menemukan bahwa motivasi berhasil memoderasi pengaruh *social media influencer* terhadap keputusan berinvestasi di pasar modal syariah. Hal ini menunjukkan bahwa motivasi berperan penting dalam memoderasi *social media influencer* terhadap keputusan investasi di pasar modal syariah. *Social media influencer* bisa memengaruhi keputusan investasi karena mereka sering

memberikan informasi dan rekomendasi yang dianggap penting oleh audiens. Namun, seberapa besar pengaruh ini tergantung pada motivasi individu yang menerima informasi. Individu yang memiliki motivasi internal yang kuat cenderung lebih kritis dalam mengevaluasi saran investasi dan lebih siap untuk mengambil tindakan berdasarkan informasi yang diperoleh. Di sisi lain, motivasi eksternal, seperti pengaruh status sosial atau dorongan dari lingkungan sekitar, juga dapat memainkan peran penting. Ketika *influencer* dengan reputasi baik merekomendasikan investasi, individu yang terdorong oleh motivasi eksternal mungkin lebih cenderung mengikuti saran tersebut. Dengan demikian, kombinasi antara motivasi internal dan eksternal membentuk respons individu terhadap pengaruh *social media influencer*, di mana motivasi internal seringkali menjadi penggerak utama dalam membuat keputusan investasi yang lebih bijak dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

6. Motivasi Memoderasi Pengaruh Kemudahan Bertransaksi Terhadap Keputusan Berinvestasi di Pasar Modal Syariah

Hasil perhitungan analisis regresi moderasi menunjukkan bahwa variabel independen kemudahan bertransaksi berpengaruh positif terhadap variabel dependen keputusan berinvestasi di pasar modal syariah, dengan motivasi sebagai variabel moderasi. Dari hasil perhitungan tersebut, diperoleh nilai t hitung sebesar 6,492, yang lebih besar dari t tabel ($6,492 > 1,966$), dengan tingkat signifikansi ($0,000 < 0,05$) dan koefisien regresi sebesar 0,16. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis 6 diterima, yang berarti kemudahan bertransaksi (X_3) secara positif memengaruhi keputusan berinvestasi (Y) yang dimoderasi oleh motivasi (Z).

Penelitian ini menemukan bahwa motivasi berhasil memoderasi pengaruh kemudahan bertransaksi terhadap keputusan berinvestasi di pasar modal syariah. penelitian menunjukkan bahwa motivasi

memainkan peran penting dalam memoderasi pengaruh kemudahan bertransaksi terhadap keputusan investasi di pasar modal syariah. Kemudahan bertransaksi, seperti akses yang mudah ke platform investasi dan proses yang sederhana dapat memengaruhi keputusan investasi dengan mengurangi hambatan dan mempercepat prosesnya. Namun, seberapa besar pengaruh kemudahan ini juga tergantung pada motivasi masing-masing investor. Dengan memahami motivasi ini, dapat dilihat bagaimana kemudahan bertransaksi bisa efektif dalam mempengaruhi keputusan investasi di pasar modal syariah.



BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

1. Literasi keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berinvestasi di pasar modal syariah pada mahasiswa fakultas ekonomi di Purwokerto.
2. *Social media influencer* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berinvestasi di pasar modal syariah pada mahasiswa fakultas ekonomi di Purwokerto.
3. Kemudahan bertransaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berinvestasi di pasar modal syariah pada mahasiswa fakultas ekonomi di Purwokerto.
4. Literasi keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berinvestasi di pasar modal syariah yang di moderasi dengan motivasi pada mahasiswa fakultas ekonomi di Purwokerto.
5. *Social media influencer* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berinvestasi di pasar modal syariah yang di moderasi dengan motivasi pada mahasiswa fakultas ekonomi di Purwokerto.
6. Kemudahan bertransaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan berinvestasi di pasar modal syariah yang di moderasi dengan motivasi pada mahasiswa fakultas ekonomi di Purwokerto.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi investor dan calon investor, diharapkan untuk memahami literasi keuangan agar bisa membuat keputusan yang tepat. Gunakan platform transaksi yang aman dan pastikan untuk selalu mendapatkan informasi

dari sumber yang terpercaya. Dengan begitu, proses investasi dapat berjalan lebih bijak dan efektif.

2. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk bisa melibatkan populasi dan sampel dari berbagai wilayah di Banyumas atau di Indonesia untuk menghasilkan data yang lebih akurat dan representatif. Peneliti berikutnya juga disarankan untuk mengeksplorasi variabel independen tambahan atau menggunakan variabel lain yang mampu memberikan pengaruh terhadap keputusan investasi seperti modal minimal, pendapatan, perilaku keuangan, persepsi risiko dan *return*.

C. Keterbatasan Penelitian

Berikut ini adalah beberapa keterbatasan yang terdapat dalam penelitian ini:

1. Lokasi penelitian yang terdapat pada penelitian ini hanya mencakup wilayah Purwokerto dan objek penelitian hanya mencakup kalangan mahasiswa.
2. Dikarenakan penyebaran angket melalui *google form*, hal-hal yang bersifat eksternal seperti ketidakjujuran responden dalam memberikan data dan penilaian mereka yang berbeda dengan keadaan yang sebenarnya berada diluar kemampuan peneliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhitya, W. R., & Fauziah, A. (2023). Pengaruh Kemudahan Transaksi, Keamanan Transaksi, dan Kualitas Pelayanan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Online di Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Potensi Utama). *MAKREJU: Manajemen Kreatif Jurnal*, 178-189.
- Adiningsih, A. D., & Ghofar, A. (2022). Pengaruh Financial Influencer dan Webinar Investasi Terhadap Pengambilan Keputusan Investasi Mahasiswa. *Jurnal Reviu Akuntansi, Keuangan, dan Sistem Informasi*, 1(1), 122-131.
- Adiyanto, M. R., & Purnomo, A. S. (2021). Dampak Tingkat Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Keuangan Syariah. *Jurnal Administrasi Kantor*, 9(1), 1-12.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Al-Qibthya, S., & Sari, M. A. (2022). Pengaruh Financial Attitude, Literasi Keuangan, dan Risk Tolerance terhadap Keputusan Investasi di Aplikasi Bibit (Studi Kasus Generasi Milenial Jabodetabek). *Prosiding SNAM PNJ*. Jakarta: Pusat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat.
- Amalia, A. C., & Putri, G. S. (2019). Analisa Pengaruh Influencer Social Media Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Generasi Z di Kota Surabaya. *Sosial: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 20(2), 51-59.
- Anggarini, D. R., Putri, A. D., & Lina, L. F. (2021). Literasi Keuangan untuk Generasi Z di MAN 1 Pesawaran. *JAMSI: Jurnal Abdi Masyarakat*, 1(1), 147-152.
- Asari, A., Munir, M., Gustini, S., Siagian, V., Rasjid, H., Faizah, S. I., . . . Abdurrahim. (2023). *Literasi Keuangan*. Malang: Madza Media.
- Bosnjak, M., Ajzen, I., & Schmidt, P. (2020). The Theory of Planned Behavior : Selected Recent Advances and Applications. *Europe's Journal of Psychology*, Vol 16, No. 3, 352-356.
- Cahyasari, D., & Pahala, I. (2023). Systematic Literature Review : Analisis Perilaku Pengelolaan Keuangan Pada Generasi Z di Indonesia. *Jurnal British*, 3(2), 1-9.
- Canestren, I. A., & Saputri, M. E. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran Shopee Paylater. *Proceeding of Manajement*, 8(3) (hal. 1-15). Bandung: Universitas Telkom.
- Citra, A. P., & Kuswantoro, A. (2020). Pengaruh Persepsi Kegunaan dan Persepsi Kemudahan Terhadap Penggunaan Sistem Informasi Manajemen

- Administrasi Desa/SMARD. *Economic Education Analysis Journal*, 9(2), 348-365.
- Dantes, R. (2019). *Wawasan Pasar Modal Syariah*. Ponorogo: Wade Group.
- Dianty, S. N., & Hakim, L. (2022). Pengaruh kemajuan teknologi dan Literasi Keuangan terhadap Minat Masyarakat untuk Berinvestasi pada Produk Syariah melalui Reksadana dengan Perilaku Keuangan sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 7(1), 14-24.
- Eriyanto. (2021). *Analisis Jaringan Media Sosial*. Jakarta: KENCANA.
- Fadillatunnisa, Fadilah, A. R., & Batubara, M. (2022). Perkembangan Pasar Modal Syariah dan Pengenalan Produk Syariah di Pasar Modal. *JIKEM: Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen*, 2(2), 2812-2820.
- Fauzianti, A., & Retnosari. (2022). Pengaruh Modal Awal Investasi, Pengetahuan Investasi, Sosial Media Influencer Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Akuntansi Universitas Tidar. *Jurnal Sinar Manajemen*, 9(1), 26-35.
- Febriansyah, E. R., & Meiliza, D. R. (2020). *Teori Pengambilan Keputusan*. Sidoarjo: UMSIDA Press.
- Habibi, M. R. (2022). *Hukum Pasar Modal Indonesia*. Malang: Inara Publisher.
- Hardani, Andriani, H., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Istiqomah, R. R., Fardani, R. A., . . . Auliya, N. H. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu.
- Hartati, N. (2021). Investasi Saham Syariah di Bursa Efek Indonesia dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 5(1), 32-48.
- Hasanudin, Nurwulandari, A., & Safitri, R. K. (2021). Pengaruh Pengetahuan Investasi, Motivasi, dan Pelatihan Pasar Modal Terhadap Keputusan Investasi Yang Dimediasi Oleh Minat Investasi. *JIMEA : Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 5(3), 494-512.
- Heriska, P. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Kepercayaan, dan Pelayanan Syariah Terhadap Preferensi Tabungan BSI. *Islamic Economics and Finance in Focus*, 1(4), 345-359.
- Hermuningsih, S. (2012). *Pengantar Pasar Modal Indonesia*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Herviani, V., Hadi, P., & Nobelson. (2020). Analisis Pengaruh Brand Trust, E-Wom, dan Social Media Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Pixy. *Business Management, Economic and Accounting National Seminar* (hal. 1351-1363). Jakarta: Prosiding Biema.
- Hidayah, N. (2021). *Literasi Keuangan Syariah*. Depok: RAJAWALI PERS.

- Hidayat, R., Samsudin, A., Kristanti, K., Nimas, A., & Destiana, M. (2024). Pengambilan Keputusan Dalam Organisasi. *ManBiz: Journal of Management & Business*, 3(1), 80-88.
- Hikmawati, F. (2020). *Metodologi Penelitian*. Depok: Rajawali Pers.
- Himmah, A., Intikhanah, S., & Hidayah, R. (2020). Peran Minat Investasi Dalam Memediasi Pengetahuan Investasi, Motivasi Investasi, dan Modal Minimal Investasi Terhadap Keputusan Investasi. *Jurnal Neraca*, 16(2), 111-128.
- Inayah, I. N. (2020). Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam Dalam Investasi Syariah. *Jurnal Ilmu Akuntansi dan Bisnis Syariah*, 2(2), 89-100.
- Jazuli, A., & Setiyani, R. (2021). Antecedent Financial Management Behavior: Financial Literacy Sebagai Intervening. *Economic Education Analysis Journal*, 10(1), 163-176.
- Junianto, D., Sabtohadji, J., & Hendriani, D. (2020). Persepsi Mahasiswa Muslim Terhadap Investasi Produk Syariah di Pasar Modal Dalam Kajian Theory Planned Behaviour. *Jurnal Shidqia Nusantara*, 1(1), 51-60.
- Kambono, H., & Marpaung, E. I. (2020). Pengaruh Investasi Asing dan Investasi Dalam Negeri Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Akuntansi*, 12(1), 137-145.
- Kristanto, R., & Gusaptono, R. H. (2021). *Pengenalan Literasi Keuangan Untuk Mengembangkan UMKM*. Yogyakarta: LPPM UPN V Yogyakarta.
- Lathifah, H. M., & Garbo, A. (2022). Investasi Saham Syariah di Tengah Pandemi COVID-19 : Peran Pengetahuan dan Social Media Influencer. *ABHATS : Jurnal Islam Ulil Albab*, 3(1), 63-75.
- Liana, L. (2009). Penggunaan MRA dengan Spss untuk Menguji Pengaruh Variabel Moderating Penggunaan MRA dengan Spss untuk Menguji Pengaruh Variabel Moderating. *Jurnal Teknologi Informasi DINAMIK*, 14(2), 90-97.
- Machali, I. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Mahardika, M. D., & Asandimitra, N. (2023). Pengaruh Overconfidence, Risk Tolerance, Return, Financial Literacy, Financial Technology Terhadap Keputusan Investasi. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(3), 602-612.
- Maharyani. (2013). Theory of Reasoned Action dan Theory of Planned Behavior (Sebuah Kajian Historis tentang Perilaku). *Jurnal El-Riyasah*, 4(1), 13-22.
- Ma'sumah, S. (2017). Hubungan Antara Rasio Hutang dan Profitabilitas Dengan Reaksi Pasar (Studi Pada Perusahaan Yang Mengeluarkan Sukuk). *El Jizya: Jurnal Ekonomi Islam*, 5(1), 81-112.

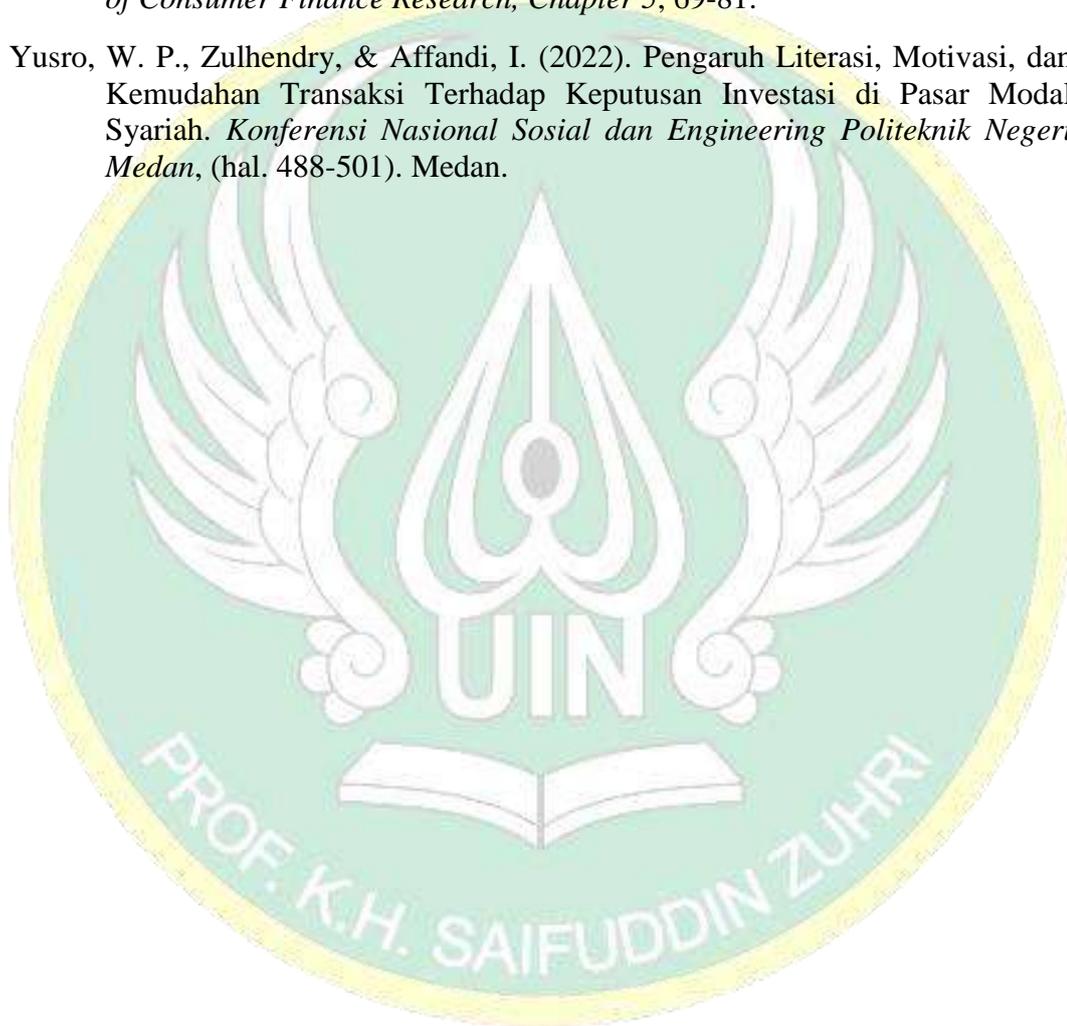
- Mutawally, F. W., & Asandimitra, N. (2019). Pengaruh Financial Literacy, Risk Perception, Behavioral Finance dan Pengalaman Investasi Terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(4), 942-953.
- Nasir, F. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas, dan Risiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Aplikasi OVO Studi Pada Mahasiswa S1 Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa. *JURNAL INVESTASI*, 7(1), 36-43.
- Nasrullah, R. (2018). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nesia, S., & Widayati, I. (2022). Efek Motivasi Investasi Sebagai Moderator Pengaruh Pengetahuan Investasi dan Perilaku Keuangan Terhadap Minat Investasi. *Jurnal Pendidikan Akuntansi*, 10(3), 267-281.
- Nesneri, Y., Novita, U., Irdyanti, & Azwar. (2023). Analisis Literasi Keuangan Syariah Pada Masyarakat Riau. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 6(1), 255-268.
- Ni'am, A. Z., & Mulyati. (2021). Pengaruh Motivasi, Lingkungan Keluarga, dan Pendidikan Terhadap Pengambilan Keputusan Berinvestasi Saham di Pasar Modal (Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Manajemen). *JMari*, 2(2), 137-156.
- Ningtyas, M. N., & Istiqomah, D. F. (2021). Perilaku Investasi Sebagai Penerapan Gaya Hidup Halal Masyarakat Indonesia : Tinjauan Theory of Planned Behavior. *JEM: Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 17(2), 158-172.
- Nurisyanti, N., & Sevriana, L. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Minat Investasi Mahasiswa Terhadap Keputusan Investasi di Pasar Modal Syariah. *Transformasi: Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, 7(2), 48-58.
- Nurohman, F., & Riptiono, S. (2021). Pengaruh Social Media Influencer Terhadap Brand Image dan Attitude yang Berdampak Pada Purchase Intention Skin Mobile Legends Melalui Review di Youtube. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(6), 1080-1092.
- Nuryadi, Astuti, T. D., Utami, E. S., & Budiantara, M. (2017). *Dasar-Dasar Statistik Penelitian*. Yogyakarta: SIBUKU MEDIA.
- Paningrum, D. (2022). *Buku Referensi Investasi Pasar Modal*. Kediri: Lembaga Chakra Brahmana Lentera.
- Permana, S. D., Syahputra, A., Bintoro, K. B., & Khozi, F. A. (2022). Pengaruh Media Sosial Sebagai Referensi Investasi Digital Generasi Muda Dengan Regresi Linear Berganda. *Jurnal Sistem Informasi dan Sains Teknologi*, 4(1), 1-10.

- Pradnyani, N. D., & Pramitasri, I. A. (2019). Fasilitas Online Trading dan Modal Minimal Investasi pada Minat Investasi Mahasiswa. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 15(3), 168-174.
- Priyadi, I. H., Wijaya, R., Ready, A., Naedi, A., Safriyanto, Salimah, S., . . . Sholehah, N. A. (2021). *Investasi Itu Mudah-Cara Cerdas Menuju Financial Freedom*. Pamekasan: Duta Media Publishing.
- Purba, W., Nainggolan, P., & Panjaitan, P. D. (2022). Analisis Pengaruh Inflasi dan Pertumbuhan Ekonomi Terhadap Pengangguran di Provinsi Sumatera Utara. *EKUILNOMI : Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 4(1), 62-74.
- Purboyo, Lamsah, & Vitria, A. (2020). Adopsi Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Perilaku Minat Generasi Milenial Dalam Berinvestasi di Pasar Modal. *Jurnal Wawasan Manajemen*, 8(2), 99-113.
- Purboyo, Zulfikar, R., & Wicaksono, T. (2019). Pengaruh Aktivitas Galeri Investasi, Modal Minimal Investasi, Persepsi Risiko dan Persepsi Return Terhadap Minat Investasi Saham Syariah. *Jurnal Wawasan Manajemen*, 7(2), 136-150.
- Puspitasari, V. E., Yetty, F., & Nugraheni, S. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Persepsi Imbal Hasil, dan Motivasi Terhadap Minat Investasi di Pasar Modal. *Journal of Islamic Economics and Finance Studies*, 122-141.
- Putra, P., & Cipta, W. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Jenis Kelamin, dan Pendapatan Terhadap Keputusan Investasi Karyawan Lembaga Perkreditan Desa Kecamatan Gerokgak. *Prospek: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 4(3), 278-287.
- Putri, K. A., & Andayani, S. (2022). Literasi Keuangan dan Pendapatan Terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa Dengan Perilaku Keuangan Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Management and Bussines*, 4(2), 1075-1089.
- Rachmawan, J. I., & Novianti, N. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Aplikasi Analisis Investasi Menggunakan Technology Acceptance Model. *Jurnal Tera Ilmu Akuntansi*, 22(2), 96-103.
- Rahadi, D. R., & Susilowati, E. (2019). *Perilaku Organisasi : Konsep dan Implementasi*. Bogor: PT. Filda Fikrindo.
- Raharjo, V. S., Sukoco, I., Barkah, C. S., & Novel, N. J. (2023). Penerapan Strategi Influencer Marketing Melalui Media Sosial. *JKBM: Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen*, 10(1), 86-99.
- Rahman, F., & Arsyianti, L. D. (2021). Islamic Financial Literacy and its Influence on Investment Decisions Through Student Financial Behavior. *Al-Iqtishad : Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah (Journal of Islamic Economics)*, 13(2), 289-312.

- Rais, M., Khairi, H., & Hidayat, F. (2023). Pengaruh Teknologi Digital, Religiusitas, Dan Sosial Media Terhadap Keputusan Generasi Z Berinvestasi Di Saham Syariah. *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis*, 6(2), 342-355.
- Rohmah, S. (2023). Pengaruh Overconfidence dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Investasi (Studi pada UMKM Kota Semarang). *Journal of Islamic Economics and Finance*, 2(1), 1-13.
- Salim, F., Arif, S., & Devi, A. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Islamic Branding, dan Religiusitas Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah : Studi Pada Mahasiswa FAI Universitas Ibn Khaldun Bogor Angkatan 2017-2018. *El-Mal : Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(2), 226-244.
- Sani, N., & Paramita, V. S. (2024). Pengaruh Pengalaman Investasi, Risk Tolerance, dan Sosial Media Terhadap Keputusan Investasi dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Moderasi. *Equilibrium*, 13(1), 134-147.
- Sawitri, N. P., & Sudiyani, N. N. (2023). Analisis Minat Investasi Saham Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ngurah Rai. *Warmadewa Management and Business Journal*, 5(2), 96-115.
- Selvi. (2018). *Literasi Keuangan Masyarakat*. Gorontalo: Ideas Publishing.
- Shafrani, Y. S. (2017). Pengaruh Motivasi dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Berinvestasi di Pasar Modal . *El Jizya : Jurnal Ekonomi Islam*, 5(1), 25-50.
- Sihabudin, Wibowo, D., Mulyono, S., Kusuma, J. W., Arofah, I., Ningsi, B. A., . . . Syaharuddin. (2021). *Ekonometrika Dasar Teori dan Praktik Berbasis SPSS*. Purwokerto: Pena Persada.
- Siregar, K. R., Hasibuan, S. H., Sarmania, & Dewi, S. (2023). Persepsi Investor Millenial dalam Menggunakan Online Trading System. *Maktabun: Jurnal Perpustakaan dan Informasi*, 3(1), 59-63.
- Siregar, L. Y. (2020). Motivasi Sebagai Perubahan Perilaku. *Forum Paedagogik*, 11(2), 81-97.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Suidarma, I. M., Pradnyani, N. P., & Yasa, I. N. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Investasi Dimoderasi Perilaku Keuangan Pada Mahasiswa Di Kota Denpasar. *JPAK: Jurnal Pendidikan Akuntansi dan Keuangan*, 11(2), 105-120.
- Sukandani, Y., Istikhroh, S., & Waryanto, R. B. (2019). Behavioral Finance Pada Proses Pengambilan Keputusan Investasi. *SNHRP-II: Seminar Nasional Hasil Riset dan Pengabdian*, 2, (hal. 150-156). Surabaya.

- Sulasih. (2016). Pengaruh Motivasi, Persepsi, dan Internalisasi Standar ISO 9001 Terhadap Kinerja. *El-Jizya : Jurnal Ekonomi Islam*, 4(2), 317-344.
- Suyanti, E., & Hadi, N. U. (2019). Analisis Motivasi dan Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Investasi Mahasiswa di Pasar Modal. *Edunimoc : Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan*, 7(2), 108-116.
- Syah, Y. L. (2014). *Perilaku Organisasi Konsep dan Implementasi*. Bogor: IN Media.
- Syardiansyah. (2016). Hubungan Motivasi Belajar dan Minat Belajar terhadap Prestasi Belajar Mahasiswa Mata Kuliah Pengantar Manajemen (Studi kasus Mahasiswa Tingkat I EKM A Semester II). *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 5(1), 440-448.
- Toha, M., Manaku, A. C., & Zamroni, M. A. (2020). Perkembangan dan Problematika Pasar Modal Syariah di Indonesia. *Al-Tsaman : Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, 2(1), 135-144.
- Triana, O. F., & Yudiantoro, D. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Pengetahuan Investasi, dan Motivasi Terhadap Keputusan Berinvestasi Mahasiswa di Pasar Modal. *SERAMBI : Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis Islam*, 4(1), 21-32.
- Ujung, N. K., Riadi, Satya, J., & Anindya, D. A. (2023). Pengaruh Kompetensi, Teknologi Informasi, Persepsi Resiko dan Tingkat Literasi Keuangan Terhadap Minat Investasi Crypto Currency. *COSTING : Journal of Economic, Business and Accounting*, 6(2), 2057-2064.
- Upadana, I. A., & Herawati, N. T. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan dan Perilaku Keuangan Terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Humanika*, 10(2), 126-135.
- Utsman, M. A. (2021). Analisis Pengaruh Risk Tolerance, Finalcial Attitude, dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Investasi Saham Syariah. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 9(2).
- Wardani, D. K., & Lestari, M. D. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Experienced Regret, Motivasi, dan Status Pendidikan Terhadap Keputusan Investasi IRT. *JAE : Jurnal Akuntansi dan Ekonomi*, 5(3), 56-63.
- Wardani, D. K., & Supiati. (2017). Pengaruh Sosialisasi Pasar Modal dan Persepsi atas Risiko terhadap Minat Investasi Mahasiswa di Pasar Modal. *Jurnal Akuntansi*, 12(1), 13-22.
- Wardoyo, P. (2012). *Pasar Modal*. Semarang: Semarang University Press.
- Wibowo, A. (2022). *Influencer (Digital Marketing)*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik.

- Widyastuti, A., & Seno, K. P. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Investasi Pada Generasi Milenial (Studi Pada Generasi Milenial Usia 18-34 Tahun di DKI Jakarta). *Prosiding SNAM PNJ*. Jakarta: Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta.
- Wiyono, D. A., & Asyik, N. F. (2023). Dampak Pengetahuan Investasi Pada Pengaruh Modal Awal, Risiko, dan Social Media Influencer Terhadap Minat Investasi. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 12(6), 1-22.
- Xiao, J. J. (2008). Applying Behavior Theories to Financial Behavior. *Handbook of Consumer Finance Research*, Chapter 5, 69-81.
- Yusro, W. P., Zuhendry, & Affandi, I. (2022). Pengaruh Literasi, Motivasi, dan Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Investasi di Pasar Modal Syariah. *Konferensi Nasional Sosial dan Engineering Politeknik Negeri Medan*, (hal. 488-501). Medan.



LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

“Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Motivasi, *Social Media Influencer*, dan Kemudahan Bertransaksi Terhadap Keputusan Mahasiswa Berinvestasi di Pasar Modal Syariah”

Bapak/Ibu/Saudara/i responden yang terhormat,

Perkenalkan saya Salma Lana Pancarani mahasiswa semester VIII Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Saya sedang melakukan penelitian untuk kepentingan skripsi sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana (S1). Untuk itu, saya mengharapkan kesediaan Anda yang memiliki kriteria sebagai berikut untuk mengisi kuesioner ini:

1. Mahasiswa aktif fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN SAIZU, UMP, dan UNSOED.
2. Mahasiswa yang mengetahui tentang pasar modal syariah.
3. Mahasiswa yang pernah berinvestasi di pasar modal syariah.

Hasil dari kuesioner ini akan digunakan sebagai sumber data untuk mendukung penelitian tugas akhir saya, sehingga diharapkan Saudara/i mengisi kuesioner dengan sejujur-jujurnya. Seluruh jawaban yang diberikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan akademik.

Jika Saudara/i memiliki pertanyaan terkait penelitian ini, dapat menghubungi email: salmalanapancarani@gmail.com

Partisipasi Saudara/i sangat berarti bagi keberhasilan penelitian ini. Atas perhatian dan partisipasinya saya ucapkan terima kasih.

Biodata Responden

Nama :

Universitas :

UNSOED

UMP

UIN SAIZU

Jenis kelamin :

Laki-Laki Perempuan

Apakah anda mengetahui dan melakukan investasi di pasar modal syariah?

Ya Tidak

Sudah berapa lama anda melakukan investasi di pasar modal syariah?

< 3 bulan > 3 bulan

Sudah berapa kali anda melakukan transaksi investasi di pasar modal syariah?

1-3 kali lebih dari 3 kali

Cara Pengisian

1. Kuesioner ini bersifat tertutup. Perlu diketahui bahwa tidak ada jawaban benar atau salah dan semua jawaban bersifat rahasia.
2. Pilihlah jawaban yang paling sesuai dengan kondisi anda mengenai beberapa pernyataan berikut, dengan memberikan tanda ceklis. Berikut merupakan pilihan jawaban :

Skor 1: "Sangat Tidak Setuju" (STS)

Skor 2: "Tidak Setuju" (TS)

Skor 3: "Netral" (N)

Skor 4: "Setuju" (S)

Skor 5: "Sangat Setuju" (SS)

Pernyataan

- a. Pernyataan untuk variabel literasi keuangan syariah

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya mengetahui prinsip-prinsip dasar ekonomi syariah					
2	Saya paham dengan baik tentang aturan-aturan Islam mengenai transaksi keuangan					
3	Saya bisa merencanakan keuangan saya berdasarkan prinsip-prinsip syariah					
4	Saya merasa lebih tenang dan nyaman ketika berinvestasi dalam produk yang sesuai dengan prinsip syariah karena menghindari unsur spekulasi					
5	Saya memiliki keyakinan bahwa investasi syariah dapat memberikan hasil yang stabil dan adil					

b. Pernyataan untuk variabel *social media influencer*

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya sering mengandalkan ulasan dan rekomendasi dari influencer media sosial sebelum membuat keputusan investasi					
2	Saya merasa bahwa influencer media sosial memiliki akses informasi dan pengetahuan tentang investasi yang sulit saya dapatkan dari sumber lain					
3	Saya merasa terdorong untuk mengikuti jejak influencer media sosial yang sukses dalam investasi					
4	Saya menganggap influencer media sosial sebagai sumber inspirasi dalam merencanakan strategi investasi saya					
5	Saya lebih yakin dalam mengikuti saran investasi dari influencer media sosial yang memiliki jumlah pengikut yang besar					

c. Pernyataan untuk variabel kemudahan bertransaksi

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Platform investasi yang saya gunakan mudah digunakan					
2	Saya merasa mudah untuk mempelajari cara bertransaksi dengan platform yang saya pilih					
3	Instruksi terkait transaksi investasi jelas dan mudah dimengerti					
4	Saya merasa memiliki kendali penuh atas transaksi yang saya lakukan dengan produk investasi					
5	Saya merasa mudah untuk menjadi terampil dalam menggunakan platform investasi					
6	Platform investasi memberikan fleksibilitas yang memadai dalam melakukan transaksi investasi					

d. Pernyataan untuk variabel motivasi

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya merasakan dorongan yang kuat untuk mulai berinvestasi setelah mempelajari potensi keuntungan finansial yang bisa diperoleh					
2	Setiap kali saya membaca atau mendengar tentang kesuksesan investor lain, saya merasa semangat dan termotivasi untuk memulai investasi					
3	Rasa puas setelah melihat hasil investasi yang positif membuat saya ingin terus berinvestasi					
4	Setiap kali saya mencapai target investasi yang telah ditetapkan, saya merasa bangga dan termotivasi untuk menetapkan tujuan					

e. Pernyataan untuk variabel keputusan berinvestasi

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya mempertimbangkan tingkat pengembalian sebagai faktor utama dalam memilih investasi					
2	Saya lebih memilih investasi dengan tingkat pengembalian yang tinggi meskipun berisiko daripada investasi yang lebih aman dengan tingkat pengembalian yang rendah					
3	Saya memperhatikan tingkat risiko yang terkait dengan setiap investasi sebelum saya melakukan investasi					
4	Saya merasa yakin dalam kemampuan saya untuk merencanakan investasi jangka waktu investasi sesuai dengan kebutuhan finansial saya					
5	Saya memperhitungkan faktor waktu secara serius dalam setiap keputusan investasi yang saya buat					

Lampiran 2: Data Responden

DATA RESPONDEN

No	Nama	Jenis Kelamin	Perguruan Tinggi	Lama Transaksi	Jumlah Transaksi
1	Salma	P	UIN SAIZU	> 3 bulan	lebih dari 3 kali
2	Rizka Cahya Kamila	P	UIN SAIZU	< 3 bulan	1-3 kali
3	Rd Auliya Fauziyyah	P	UIN SAIZU	< 3 bulan	1-3 kali
4	Ismul muniroh	P	UIN SAIZU	< 3 bulan	1-3 kali
5	Afifah Ibnu Abdillah	P	UIN SAIZU	> 3 bulan	1-3 kali
6	Inayah Wulan	P	UIN SAIZU	< 3 bulan	1-3 kali
7	Aniq	P	UNSOED	> 3 bulan	1-3 kali
8	Mohamad Yogi Prastio	L	UIN SAIZU	> 3 bulan	1-3 kali
9	Ferly Aditya	P	UIN SAIZU	> 3 bulan	lebih dari 3 kali
10	Alfina Kharisma	P	UIN SAIZU	< 3 bulan	1-3 kali
11	Asti Rohana	P	UIN SAIZU	< 3 bulan	1-3 kali
12	April	P	UNSOED	> 3 bulan	1-3 kali
13	Kurnia Rachma	P	UNSOED	> 3 bulan	1-3 kali
14	Theresia	P	UNSOED	< 3 bulan	1-3 kali
15	Raka	L	UNSOED	> 3 bulan	1-3 kali
16	TYAS	P	UNSOED	< 3 bulan	1-3 kali
17	Erika	P	UNSOED	< 3 bulan	1-3 kali
18	Niki	L	UNSOED	< 3 bulan	1-3 kali
19	muhammad fauzan	L	UNSOED	< 3 bulan	1-3 kali
20	NL	L	UMP	> 3 bulan	1-3 kali
21	Iqbal Maulana	L	UIN SAIZU	> 3 bulan	lebih dari 3 kali
22	khairuniza	P	UNSOED	> 3 bulan	1-3 kali
23	Sofi	P	UIN SAIZU	> 3 bulan	lebih dari 3 kali
24	Mohammad Faiz	L	UIN SAIZU	< 3 bulan	1-3 kali
25	gita	P	UMP	< 3 bulan	1-3 kali
26	Ahmada Khafidz Muzakki	L	UMP	< 3 bulan	1-3 kali
27	Cherish	P	UMP	> 3 bulan	lebih dari 3 kali
28	Evan	P	UMP	> 3 bulan	lebih dari 3 kali
29	Sab	P	UMP	< 3 bulan	1-3 kali
30	Anathasya Maudina	P	UMP	< 3 bulan	1-3 kali
31	Atina Sabila	P	UMP	< 3 bulan	1-3 kali
32	Ace	P	UIN SAIZU	> 3 bulan	lebih dari 3 kali
33	Akbar	L	UMP	> 3 bulan	lebih dari 3 kali
34	Fitri	P	UNSOED	> 3 bulan	1-3 kali
35	Ti	P	UNSOED	> 3 bulan	1-3 kali

36	Devita	P	UMP	< 3 bulan	1-3 kali
37	Ramaa	L	UNSOED	> 3 bulan	1-3 kali
38	Nabila	P	UNSOED	< 3 bulan	1-3 kali
39	Muhammad Amin Hidayatullah	L	UIN SAIZU	> 3 bulan	lebih dari 3 kali
40	Deyul	P	UNSOED	< 3 bulan	1-3 kali
41	SF	P	UNSOED	> 3 bulan	lebih dari 3 kali
42	Akhmad Zuheri	L	UNSOED	< 3 bulan	lebih dari 3 kali
43	Mohamad Hayatulloh	L	UNSOED	< 3 bulan	1-3 kali
44	M. Fajar Shidiq	L	UNSOED	< 3 bulan	1-3 kali
45	Sofiatun Khasanah	P	UNSOED	< 3 bulan	1-3 kali
46	Fika Amalia	P	UIN SAIZU	< 3 bulan	1-3 kali
47	Gladis	P	UNSOED	> 3 bulan	lebih dari 3 kali
48	Shasi Nadia	P	UNSOED	< 3 bulan	1-3 kali
49	Alfi Nur Permatasari	P	UNSOED	< 3 bulan	1-3 kali
50	Puan	P	UNSOED	< 3 bulan	1-3 kali
51	Ahmad Nur Faizi	L	UIN SAIZU	< 3 bulan	1-3 kali
52	Anindya Iftina	P	UNSOED	< 3 bulan	1-3 kali
53	Annisa Saharani	P	UNSOED	< 3 bulan	1-3 kali
54	Dio Aulia	L	UNSOED	< 3 bulan	1-3 kali
55	Dewi Robingah Ramadani	P	UNSOED	> 3 bulan	1-3 kali
56	Nara	P	UMP	> 3 bulan	lebih dari 3 kali
57	Nara Talita	P	UNSOED	< 3 bulan	1-3 kali
58	Fahlita Febi Astuti	P	UNSOED	< 3 bulan	1-3 kali
59	Sri Fajriati	P	UNSOED	> 3 bulan	1-3 kali
60	sell	P	UNSOED	< 3 bulan	1-3 kali
61	Aulia Apriyanti	P	UNSOED	< 3 bulan	1-3 kali
62	Dhiya Tania Marwa	P	UNSOED	< 3 bulan	1-3 kali
63	Cahayaara Selmanita	P	UNSOED	< 3 bulan	1-3 kali
64	Alyaa	P	UNSOED	< 3 bulan	1-3 kali
65	Nabila Nur Fauza	P	UNSOED	< 3 bulan	1-3 kali
66	Fidela Lathifah	P	UNSOED	> 3 bulan	lebih dari 3 kali
67	Permata Pingkan Mulia	P	UNSOED	< 3 bulan	lebih dari 3 kali
68	Clarissa Ayuning Samudira	P	UNSOED	< 3 bulan	1-3 kali
69	Palupi Hastungkoro	P	UNSOED	< 3 bulan	1-3 kali
70	Muhammad Affandy S'yarif	L	UNSOED	< 3 bulan	1-3 kali
71	Septiana Pradipta Sari	P	UNSOED	< 3 bulan	1-3 kali
72	Alifiyah	P	UNSOED	> 3 bulan	lebih dari 3 kali

73	Shepy Dian Pratiwi	P	UNSOED	< 3 bulan	1-3 kali
74	Agustina Nurbaeti	P	UNSOED	< 3 bulan	1-3 kali
75	Dhitya Dwi	P	UMP	< 3 bulan	1-3 kali
76	Mayang	P	UMP	< 3 bulan	1-3 kali
77	gia	P	UNSOED	< 3 bulan	1-3 kali
78	Naila Azhari S.	P	UNSOED	< 3 bulan	1-3 kali
79	Novia Fitriani	P	UNSOED	< 3 bulan	1-3 kali
80	Alivia Ningsih	P	UIN SAIZU	< 3 bulan	1-3 kali
81	Handika M. Alifianto	L	UNSOED	< 3 bulan	1-3 kali
82	Davidya	P	UNSOED	< 3 bulan	1-3 kali
83	Zanna Rahma Fatika	P	UNSOED	< 3 bulan	lebih dari 3 kali
84	Anifakhafia Syifa Utami	P	UNSOED	> 3 bulan	1-3 kali
85	Angelita Rahma D	P	UNSOED	< 3 bulan	1-3 kali
86	Cika	P	UNSOED	< 3 bulan	1-3 kali
87	Venna	P	UNSOED	< 3 bulan	1-3 kali
88	Sevi Novianah	P	UNSOED	< 3 bulan	1-3 kali
89	Vania Anindita Hartomo	P	UNSOED	< 3 bulan	1-3 kali
90	Alif Hidayat Syahputra	L	UIN SAIZU	> 3 bulan	lebih dari 3 kali
91	Kis Rindiana Subroto	P	UNSOED	> 3 bulan	lebih dari 3 kali
92	Diah	P	UNSOED	< 3 bulan	1-3 kali
93	Pria Febri Kesuma Sibarani	L	UNSOED	< 3 bulan	1-3 kali
94	Salma	P	UNSOED	< 3 bulan	1-3 kali
95	Izzah	P	UNSOED	> 3 bulan	lebih dari 3 kali
96	Siti Fani	P	UNSOED	> 3 bulan	lebih dari 3 kali
97	Nur Halimah	P	UNSOED	< 3 bulan	1-3 kali
98	Nurhaliza Tri Wulandari	P	UNSOED	< 3 bulan	1-3 kali
99	Ula	P	UNSOED	< 3 bulan	1-3 kali
100	Imam Rajuna	L	UNSOED	< 3 bulan	1-3 kali
101	ovi	P	UNSOED	< 3 bulan	lebih dari 3 kali
102	Dzaki zain	L	UNSOED	> 3 bulan	lebih dari 3 kali
103	Syaif Fatchurrozi	L	UNSOED	> 3 bulan	lebih dari 3 kali
104	Zia Rahmawati	P	UNSOED	< 3 bulan	1-3 kali
105	Aziz	L	UNSOED	< 3 bulan	1-3 kali
106	Yunisa Triani Dewi	P	UNSOED	< 3 bulan	1-3 kali
107	Nabila	P	UNSOED	< 3 bulan	1-3 kali
108	Saharani Salsabililah An Zahwa	P	UNSOED	< 3 bulan	1-3 kali
109	Na'ilul Husna	P	UNSOED	< 3 bulan	1-3 kali
110	Davina Sulma Pramudita	P	UNSOED	> 3 bulan	1-3 kali

111	Rufika Al Fiatun	P	UNSOED	< 3 bulan	1-3 kali
112	Rafi Daffa Adam	L	UMP	< 3 bulan	lebih dari 3 kali
113	Arin	P	UNSOED	> 3 bulan	lebih dari 3 kali
114	Yunia Isnaeni	P	UIN SAIZU	< 3 bulan	1-3 kali
115	Sansiska Rifani	P	UIN SAIZU	> 3 bulan	1-3 kali
116	Nurul	P	UIN SAIZU	< 3 bulan	1-3 kali
117	Kartika Marlina Sp	P	UIN SAIZU	< 3 bulan	lebih dari 3 kali
118	Alfionita	P	UMP	< 3 bulan	1-3 kali
119	Navisatun Az Zahra	P	UIN SAIZU	< 3 bulan	lebih dari 3 kali
120	Anisah	P	UNSOED	< 3 bulan	1-3 kali
121	Imroatin Tsalits Kummala	P	UIN SAIZU	< 3 bulan	1-3 kali
122	Satria Dwi Kurniawan	L	UIN SAIZU	> 3 bulan	1-3 kali
123	Dini Amelia	P	UNSOED	< 3 bulan	1-3 kali
124	Yosia	L	UNSOED	> 3 bulan	1-3 kali
125	Dea Resti Aryani	P	UNSOED	< 3 bulan	1-3 kali
126	Muflikhatun	P	UNSOED	< 3 bulan	1-3 kali
127	Titin Adelia	P	UIN SAIZU	< 3 bulan	1-3 kali
128	AEP	L	UMP	> 3 bulan	lebih dari 3 kali
129	Salsa	P	UMP	< 3 bulan	1-3 kali
130	Antika	P	UMP	< 3 bulan	1-3 kali
131	Nurul	P	UMP	> 3 bulan	lebih dari 3 kali
132	Zahra Fauzyyah Yusuf	P	UNSOED	< 3 bulan	1-3 kali
133	Novita	P	UNSOED	< 3 bulan	1-3 kali
134	Izatus Saidah	P	UNSOED	< 3 bulan	1-3 kali
135	Alfi Nuraeni	P	UNSOED	< 3 bulan	1-3 kali
136	Ardandi	L	UNSOED	< 3 bulan	1-3 kali
137	Ahmad Tohari	L	UNSOED	> 3 bulan	1-3 kali
138	Alif Ifan Kurniawan	L	UNSOED	< 3 bulan	1-3 kali
139	Irf	P	UMP	< 3 bulan	1-3 kali
140	Inaya	P	UMP	> 3 bulan	1-3 kali
141	Listanti Windiani	P	UNSOED	< 3 bulan	1-3 kali
142	Devia Angelina Sopian	P	UNSOED	> 3 bulan	lebih dari 3 kali
143	Rahmat	L	UMP	> 3 bulan	1-3 kali
144	tia	P	UNSOED	> 3 bulan	1-3 kali
145	Dwi Zahra	P	UMP	> 3 bulan	lebih dari 3 kali
146	Muti	P	UNSOED	> 3 bulan	1-3 kali
147	Nisrina Hartika	P	UNSOED	< 3 bulan	1-3 kali
148	Afifah	P	UMP	> 3 bulan	1-3 kali
149	Aura	P	UIN SAIZU	< 3 bulan	1-3 kali

150	Akmal aziz alfarisi	L	UIN SAIZU	< 3 bulan	1-3 kali
151	Meriana Rosalita	P	UIN SAIZU	< 3 bulan	1-3 kali
152	Fariz	L	UIN SAIZU	< 3 bulan	1-3 kali
153	Eko Dharmesta Sidhi	L	UIN SAIZU	> 3 bulan	1-3 kali
154	Evi Cahyanj	P	UIN SAIZU	> 3 bulan	lebih dari 3 kali
155	Jiyaa	P	UMP	< 3 bulan	1-3 kali
156	Nia	P	UMP	< 3 bulan	1-3 kali
157	bayu nanda	L	UMP	< 3 bulan	1-3 kali
158	Lilis	P	UMP	< 3 bulan	1-3 kali
159	azizah	P	UMP	< 3 bulan	1-3 kali
160	Sherly	P	UMP	< 3 bulan	1-3 kali
161	Erika	P	UMP	< 3 bulan	1-3 kali
162	Lily Rahmawati	P	UIN SAIZU	< 3 bulan	1-3 kali
163	Sendy Andria	L	UIN SAIZU	> 3 bulan	1-3 kali
164	Devi Puspitaningrum	P	UIN SAIZU	< 3 bulan	1-3 kali
165	Navita Fitriani Hafisah	P	UIN SAIZU	> 3 bulan	lebih dari 3 kali
166	Ali ghyatsi	L	UIN SAIZU	> 3 bulan	lebih dari 3 kali
167	Revi Nur Fitriyani	P	UIN SAIZU	< 3 bulan	1-3 kali
168	Kharisma utami	P	UIN SAIZU	< 3 bulan	1-3 kali
169	Muzaki	L	UIN SAIZU	> 3 bulan	1-3 kali
170	septi	P	UIN SAIZU	> 3 bulan	1-3 kali
171	nisa	P	UIN SAIZU	< 3 bulan	1-3 kali
172	Shinta	P	UMP	< 3 bulan	1-3 kali
173	Tiah	P	UIN SAIZU	< 3 bulan	1-3 kali
174	Muhammad Yazid Dzuniam	L	UIN SAIZU	< 3 bulan	1-3 kali
175	Illa Restu Pangesti	P	UIN SAIZU	> 3 bulan	1-3 kali
176	Adib	L	UIN SAIZU	> 3 bulan	1-3 kali
177	HARIS IZZUL MUSTOFA	L	UMP	< 3 bulan	1-3 kali
178	ASNA NURUL LATIFAH	P	UMP	< 3 bulan	1-3 kali
179	Alifia Zahra Lathifah	P	UIN SAIZU	< 3 bulan	1-3 kali
180	Siti hidayani	P	UIN SAIZU	< 3 bulan	1-3 kali
181	Muhammad Ridwan	L	UIN SAIZU	< 3 bulan	1-3 kali
182	Dzikruna Nabil Fairuzi	L	UIN SAIZU	< 3 bulan	1-3 kali
183	Titis Dameiyanti	P	UIN SAIZU	> 3 bulan	1-3 kali
184	ADHEEVA AFSHEEN MYESHA	P	UMP	< 3 bulan	1-3 kali
185	QOSIM ASYARIF	L	UMP	< 3 bulan	1-3 kali

186	Fajar Nurusbah	L	UIN SAIZU	> 3 bulan	lebih dari 3 kali
187	MUHAMMAD ARIF TANTOWI	L	UMP	< 3 bulan	1-3 kali
188	Hanan Ali Pambudi	L	UMP	< 3 bulan	lebih dari 3 kali
189	Rinj	P	UMP	> 3 bulan	lebih dari 3 kali
190	sera	P	UMP	< 3 bulan	1-3 kali
191	Vani Heryan	P	UMP	> 3 bulan	lebih dari 3 kali
192	Suci Sefiatun Ni'mah	P	UMP	> 3 bulan	lebih dari 3 kali
193	Ericcka Dyah Pratitis	P	UMP	< 3 bulan	1-3 kali
194	Gladisya Zafira Azzahra	P	UMP	< 3 bulan	1-3 kali
195	Herlian Giyar Efrida	P	UMP	> 3 bulan	lebih dari 3 kali
196	Zulfa Sulaihah	P	UMP	> 3 bulan	1-3 kali
197	Anggita Nur Reza	P	UMP	> 3 bulan	lebih dari 3 kali
198	Intan Febriana	P	UIN SAIZU	> 3 bulan	1-3 kali
199	Dea Novita Sari	P	UIN SAIZU	> 3 bulan	lebih dari 3 kali
200	Mutiara Fitri Rahmadani	P	UMP	> 3 bulan	lebih dari 3 kali
201	Rizkyna Devi Kurnianingsih	P	UMP	> 3 bulan	1-3 kali
202	Aqila Jihan Putri	P	UMP	< 3 bulan	1-3 kali
203	Patmah	P	UNSOED	< 3 bulan	1-3 kali
204	me	P	UMP	> 3 bulan	lebih dari 3 kali
205	Amellia Pragita	P	UMP	> 3 bulan	lebih dari 3 kali
206	Upik Pridita Hundriawati	P	UMP	< 3 bulan	1-3 kali
207	Sartika Puspitasari	P	UMP	< 3 bulan	1-3 kali
208	Himawan Fadila Saputra	L	UMP	> 3 bulan	1-3 kali
209	Ana Apriyani	P	UMP	< 3 bulan	1-3 kali
210	Fahriyan Wahyu Nugroho	L	UMP	> 3 bulan	1-3 kali
211	Dwi Oky Irawan	P	UIN SAIZU	> 3 bulan	lebih dari 3 kali
212	Muhamad Faizal Pradana	L	UIN SAIZU	> 3 bulan	lebih dari 3 kali
213	Alyaa	P	UIN SAIZU	< 3 bulan	1-3 kali
214	Alfani Alkiromi	L	UIN SAIZU	< 3 bulan	1-3 kali
215	syahru	L	UIN SAIZU	< 3 bulan	1-3 kali
216	DEWI FORTUNA WATI	P	UIN SAIZU	< 3 bulan	1-3 kali
217	Husendar	L	UIN SAIZU	> 3 bulan	lebih dari 3 kali
218	LYSTIA NUR RAFA	P	UIN SAIZU	< 3 bulan	1-3 kali
219	Fitri Rokhmaturrizqiyah	P	UIN SAIZU	< 3 bulan	1-3 kali
220	Rizky Agung Nugroho	L	UMP	< 3 bulan	1-3 kali
221	Anggita Nur Reza	P	UMP	> 3 bulan	1-3 kali
222	Restu Agung Pratama	L	UMP	> 3 bulan	1-3 kali
223	Dimas Rifki Nawawi	L	UMP	> 3 bulan	1-3 kali

224	Akbar Rahardiantoro	L	UMP	< 3 bulan	1-3 kali
225	Westi	P	UIN SAIZU	< 3 bulan	1-3 kali
226	Anggi Dian	P	UMP	> 3 bulan	1-3 kali
227	Sinta Amelia	P	UMP	> 3 bulan	1-3 kali
228	Chintia Marsella	P	UMP	> 3 bulan	1-3 kali
229	Anisya Zulfati Anwar	P	UMP	< 3 bulan	1-3 kali
230	Mirza Zulmi	P	UMP	> 3 bulan	1-3 kali
231	Defa Nanda	L	UMP	> 3 bulan	1-3 kali
232	Naufal Ali	L	UMP	< 3 bulan	1-3 kali
233	Rizkyna D	P	UMP	> 3 bulan	lebih dari 3 kali
234	Berlian Thaeba Noveus	L	UMP	> 3 bulan	1-3 kali
235	Unik Gina Trisnaeni	P	UMP	> 3 bulan	1-3 kali
236	Muhamad Malikul Adil	L	UMP	> 3 bulan	lebih dari 3 kali
237	Elza Devi Wiranti	P	UMP	> 3 bulan	1-3 kali
238	Yuni Ratnawati	P	UMP	> 3 bulan	1-3 kali
239	ninda	P	UMP	> 3 bulan	1-3 kali
240	Mumammad Nabil Dwi Prakoso	L	UMP	> 3 bulan	1-3 kali
241	Azizah Mega Auliyana	P	UMP	< 3 bulan	1-3 kali
242	M. Ali Mashuri	L	UIN SAIZU	< 3 bulan	lebih dari 3 kali
243	Anggi Dian Rosalinda	P	UMP	> 3 bulan	1-3 kali
244	Sinta Amelia Panca	P	UMP	> 3 bulan	1-3 kali
245	Mutia Rahma Safitri	P	UMP	> 3 bulan	1-3 kali
246	Ira Sagita	P	UMP	< 3 bulan	1-3 kali
247	Mirza Zulfi Afiani	P	UMP	> 3 bulan	1-3 kali
248	Nabila Intan Azzah	P	UMP	< 3 bulan	1-3 kali
249	Muhammad Fadil Laela Arbi	L	UMP	> 3 bulan	1-3 kali
250	Olivia Dea Evanthe	P	UMP	> 3 bulan	1-3 kali
251	Dian Fitria Indrayani	P	UMP	> 3 bulan	1-3 kali
252	Aleyda Okfrita Yahya	P	UMP	> 3 bulan	1-3 kali
253	Aleyda Okfrita Yahya	P	UMP	> 3 bulan	1-3 kali
254	Dian Fitria Indrayani	P	UMP	> 3 bulan	1-3 kali
255	Naufal Ali Zaidan	L	UMP	< 3 bulan	1-3 kali
256	Fitria Ambarwati	P	UMP	< 3 bulan	1-3 kali
257	Gilang Permana	L	UMP	> 3 bulan	1-3 kali
258	Atik Hana Pratiwi	P	UMP	> 3 bulan	1-3 kali
259	Yusron Arrizqi	L	UMP	> 3 bulan	1-3 kali
260	Ghozy Agung Permana	L	UMP	< 3 bulan	1-3 kali
261	Elsa Nia Alfa	P	UMP	> 3 bulan	1-3 kali

262	Sinta Kurniasih	P	UMP	< 3 bulan	1-3 kali
263	Gregorius Chanda Wiliam	L	UMP	> 3 bulan	1-3 kali
264	Shofia Nisa	P	UMP	> 3 bulan	lebih dari 3 kali
265	Maleekha Ollivya Rifki	P	UMP	< 3 bulan	1-3 kali
266	Dian Mariana	P	UMP	< 3 bulan	1-3 kali
267	Agil Riyanto	L	UMP	< 3 bulan	1-3 kali
268	Alwi Sirojul Hidayat	L	UMP	< 3 bulan	1-3 kali
269	Leony Putri	P	UMP	> 3 bulan	1-3 kali
270	Nazwa Cahya Sabilla	P	UMP	> 3 bulan	1-3 kali
271	Mansyur Umam	L	UMP	> 3 bulan	1-3 kali
272	Laelatul Khasanah	P	UMP	> 3 bulan	1-3 kali
273	Dian Pradita	P	UMP	> 3 bulan	1-3 kali
274	Muhammad Adillah Al Fauzan	L	UMP	> 3 bulan	1-3 kali
275	TONY AGUNG NUGROHO	L	UMP	> 3 bulan	1-3 kali
276	Aufa Najah Nurzahira Naja	P	UMP	< 3 bulan	1-3 kali
277	Ahmad Ariq	L	UNSOED	> 3 bulan	1-3 kali
278	Alisa Kamilah	P	UNSOED	< 3 bulan	1-3 kali
279	Shabri Nur Fadilah	L	UMP	> 3 bulan	1-3 kali
280	Qonita Qurota A'yun	P	UNSOED	> 3 bulan	1-3 kali
281	Muhammad Rifqi Oktosyaputra	L	UMP	< 3 bulan	1-3 kali
282	Luis Damara	L	UMP	> 3 bulan	1-3 kali
283	ANDREYANSYAH ADIL IRAWAN	L	UMP	< 3 bulan	1-3 kali
284	Novita Putri Yakiningsih	P	UNSOED	> 3 bulan	1-3 kali
285	Dwi Novita Rahmadani	P	UNSOED	> 3 bulan	1-3 kali
286	BAGUS DESTRIAWAN PUTRA	L	UNSOED	> 3 bulan	lebih dari 3 kali
287	Rival Fawwaz Fuadi Alkasyiri	L	UMP	< 3 bulan	1-3 kali
288	Arya Naufal Arkan	L	UMP	> 3 bulan	1-3 kali
289	Lutfi Arya Ramadhan	L	UMP	> 3 bulan	1-3 kali
290	Tiara Eka Putri	P	UIN SAIZU	< 3 bulan	1-3 kali
291	Amalia Khusna	P	UMP	> 3 bulan	1-3 kali
292	FUTRIYAH SYAHRANI	P	UMP	> 3 bulan	1-3 kali
293	Muhammad Arjuna Rizki Husen	L	UMP	> 3 bulan	lebih dari 3 kali
294	Bagus Destriawan Putra	L	UNSOED	< 3 bulan	1-3 kali

295	Nafisah Aulia Tsabitah	P	UMP	> 3 bulan	1-3 kali
296	Dela Yogi Apriliana	P	UMP	> 3 bulan	lebih dari 3 kali
297	Annisa Alya Sahirah	P	UIN SAIZU	< 3 bulan	1-3 kali
298	Shofia Nur Alifah	P	UIN SAIZU	< 3 bulan	1-3 kali
299	Rifal Faruq	L	UIN SAIZU	< 3 bulan	1-3 kali
300	Ririn	P	UIN SAIZU	< 3 bulan	1-3 kali
301	Isnaeni Laela Wahyuningsih	P	UIN SAIZU	< 3 bulan	1-3 kali
302	Farah shodiqotun al muharromah	P	UIN SAIZU	< 3 bulan	1-3 kali
303	Abdul chayyi	L	UIN SAIZU	< 3 bulan	1-3 kali
304	Muhammad Arief Fadhillah	L	UMP	< 3 bulan	1-3 kali
305	GANJAR SATRIO PAMBOEDI	L	UMP	> 3 bulan	1-3 kali
306	Zahrotun Nurmilati	P	UNSOED	> 3 bulan	1-3 kali
307	Bagus Firman Handoyo	L	UMP	< 3 bulan	1-3 kali
308	Dzakiy Putra Mahabbah	L	UMP	> 3 bulan	1-3 kali
309	Zahrotun Nurmilati	P	UNSOED	> 3 bulan	1-3 kali
310	Prasetyo Dwi Hartono	L	UIN SAIZU	< 3 bulan	1-3 kali
311	Fadhlurokhim Rizki Rabbani	L	UNSOED	< 3 bulan	1-3 kali
312	Farras Sylfia Ifinalia	P	UNSOED	> 3 bulan	1-3 kali
313	NAJMI JIHAN	P	UMP	> 3 bulan	1-3 kali
314	Annisah Asmaaul	P	UMP	> 3 bulan	lebih dari 3 kali
315	Elfi Lestari	P	UIN SAIZU	> 3 bulan	1-3 kali
316	Mardika Nur Wahid	L	UNSOED	< 3 bulan	1-3 kali
317	Intan Septiani	P	UIN SAIZU	< 3 bulan	1-3 kali
318	Dina Agustiani	P	UIN SAIZU	> 3 bulan	lebih dari 3 kali
319	sifa	P	UIN SAIZU	< 3 bulan	1-3 kali
320	Mohammad Irfa'i	L	UIN SAIZU	< 3 bulan	1-3 kali
321	Zulfa nabhan mashuri	L	UIN SAIZU	> 3 bulan	1-3 kali
322	Muhamad nuh hilalul khamdi	L	UIN SAIZU	< 3 bulan	1-3 kali
323	Fiska Dewi Mahesarani	P	UIN SAIZU	> 3 bulan	1-3 kali
324	Ghozy Abdurahman	L	UIN SAIZU	< 3 bulan	1-3 kali
325	Maya anggita	P	UIN SAIZU	< 3 bulan	1-3 kali
326	Prida Isti Zulriani	P	UIN SAIZU	< 3 bulan	1-3 kali
327	Muhamad abdillah fauzi	L	UIN SAIZU	< 3 bulan	1-3 kali
328	Amelia	P	UIN SAIZU	< 3 bulan	1-3 kali
329	M.ahda	L	UIN SAIZU	< 3 bulan	1-3 kali

330	Kania Sukma	P	UIN SAIZU	> 3 bulan	1-3 kali
331	Uba Ubaydillah	L	UIN SAIZU	> 3 bulan	1-3 kali
332	AULIA HIKMAH FIBRIANINGTYAS	P	UNSOED	> 3 bulan	1-3 kali
333	Siti Lulu'ul Husna	P	UNSOED	< 3 bulan	1-3 kali
334	Saryanti Kezia Sayoga	P	UNSOED	> 3 bulan	1-3 kali
335	DZAKIYYAH FIRDAUSI	P	UMP	> 3 bulan	1-3 kali
336	SHAFI NABALAH	P	UMP	> 3 bulan	lebih dari 3 kali
337	Syifa Salsabila Putri	P	UNSOED	> 3 bulan	1-3 kali
338	Vania Angrippina Chandra	P	UNSOED	> 3 bulan	1-3 kali
339	Layli Rahmawati	P	UMP	> 3 bulan	1-3 kali
340	ZIDNI ALMAFAZA	L	UMP	> 3 bulan	1-3 kali
341	Rayhan	L	UIN SAIZU	< 3 bulan	1-3 kali
342	Sindy Puji Astutik	P	UIN SAIZU	< 3 bulan	1-3 kali
343	Rizki Alamsyah	L	UIN SAIZU	< 3 bulan	1-3 kali
344	Muhammad Zulfikar Ramadani	L	UIN SAIZU	< 3 bulan	1-3 kali
345	Nur kholifah	P	UIN SAIZU	< 3 bulan	1-3 kali
346	Defitriyana	P	UIN SAIZU	< 3 bulan	1-3 kali
347	Fadhilah Rizqi	P	UIN SAIZU	< 3 bulan	1-3 kali
348	TRI MELIA NURUL SAFITRI	P	UIN SAIZU	> 3 bulan	lebih dari 3 kali
349	Akhsanal khuluki	L	UIN SAIZU	< 3 bulan	1-3 kali
350	Imam mustofa	L	UIN SAIZU	> 3 bulan	1-3 kali
351	Aji Purnama	L	UIN SAIZU	< 3 bulan	1-3 kali
352	Annisa Nur Rostantya	P	UIN SAIZU	< 3 bulan	1-3 kali
353	LazhaniKh	P	UIN SAIZU	< 3 bulan	1-3 kali
354	Ngizatul Laela	P	UIN SAIZU	< 3 bulan	1-3 kali
355	Maulidiya Indah	P	UIN SAIZU	< 3 bulan	1-3 kali
356	Maulida zidna munnaaka	P	UIN SAIZU	< 3 bulan	1-3 kali
357	Isna Nurkholifah	P	UIN SAIZU	< 3 bulan	1-3 kali
358	Wanda Haning Safitri	P	UIN SAIZU	< 3 bulan	1-3 kali
359	Tya Nur Khasanah	P	UIN SAIZU	< 3 bulan	1-3 kali
360	Basya Rahil Emil Salim	L	UIN SAIZU	< 3 bulan	1-3 kali
361	Siti Ulfatun Khasanah	P	UIN SAIZU	< 3 bulan	1-3 kali
362	Anissa	P	UIN SAIZU	> 3 bulan	1-3 kali
363	Yasinta Nurul Naimah	P	UIN SAIZU	< 3 bulan	1-3 kali
364	Annida Fauziyah	P	UIN SAIZU	< 3 bulan	1-3 kali
365	Wili ramdani	L	UIN SAIZU	< 3 bulan	1-3 kali

366	Ahmad Filbert Salahudin	L	UIN SAIZU	< 3 bulan	1-3 kali
367	Devi Triana	P	UIN SAIZU	< 3 bulan	1-3 kali
368	Naila Ayuningtyas	P	UIN SAIZU	< 3 bulan	1-3 kali
369	Lilik Nimaturosyidah	P	UIN SAIZU	< 3 bulan	1-3 kali
370	Amalina	P	UIN SAIZU	< 3 bulan	1-3 kali
371	Dwi Siwi Widiyanto	L	UIN SAIZU	< 3 bulan	1-3 kali
372	Nadiya Berliana Putri	P	UIN SAIZU	< 3 bulan	1-3 kali
373	Nurhidayati	P	UIN SAIZU	< 3 bulan	1-3 kali
374	febriyanti diva	P	UIN SAIZU	< 3 bulan	1-3 kali
375	Naufal Anwar Syarif	L	UIN SAIZU	> 3 bulan	1-3 kali
376	Hilmi Abdul Aziz	L	UIN SAIZU	< 3 bulan	1-3 kali
377	Reysa	P	UIN SAIZU	< 3 bulan	1-3 kali
378	TRIA AMANDA ORELY	P	UIN SAIZU	< 3 bulan	1-3 kali
379	Nifa Adilla	P	UIN SAIZU	> 3 bulan	1-3 kali
380	AFRIYAN FARKHAN AULADI	L	UIN SAIZU	< 3 bulan	1-3 kali



Lampiran 3: Data Tabulasi Responden

DATA TABULASI RESPONDEN

Literasi Keuangan Syariah (X1)

Literasi Keuangan Syariah (X1)					TOTAL	Literasi Keuangan Syariah (X1)					TOTAL
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	
4	3	2	3	4	16	4	5	4	5	5	23
4	4	3	5	5	21	4	5	4	5	5	23
2	2	2	2	2	10	5	4	5	5	5	24
3	3	3	4	3	16	5	4	5	5	5	24
5	5	3	5	4	22	4	5	5	5	5	24
5	4	4	5	3	21	3	4	4	4	5	20
5	4	4	3	3	19	4	5	4	5	5	23
4	4	4	4	5	21	3	3	3	3	3	15
5	5	5	5	5	25	4	4	4	5	5	22
5	3	2	5	5	20	4	5	4	5	5	23
3	3	3	4	4	17	4	4	3	5	5	21
4	4	4	5	4	21	4	5	4	5	5	23
4	5	4	4	4	21	4	4	4	5	4	21
4	4	4	3	4	19	5	4	4	5	4	22
5	4	5	4	5	23	4	5	4	4	5	22
5	4	3	5	4	21	5	5	4	5	5	24
5	5	4	4	4	22	4	4	4	4	5	21
5	5	4	4	4	22	4	5	4	5	5	23
5	4	5	5	5	24	3	4	4	5	5	21
4	5	4	4	3	20	4	4	5	5	5	23
4	5	4	5	4	22	5	5	4	3	3	20
4	4	5	4	5	22	4	4	4	4	5	21
4	5	5	4	5	23	3	4	5	4	4	20
4	3	3	2	3	15	5	5	5	5	5	25
5	5	5	4	5	24	3	5	3	3	3	17
3	3	4	4	5	19	3	3	3	3	3	15
4	5	4	5	5	23	5	5	5	4	4	23
5	4	4	5	5	23	4	4	4	5	4	21
4	4	5	5	4	22	4	4	4	5	5	22
4	5	4	5	4	22	4	5	4	5	5	23
4	5	4	5	4	22	4	5	4	5	5	23
5	4	5	5	4	23	4	4	3	5	5	21
4	4	5	5	5	23	4	5	4	5	5	23

4	4	4	4	3	19	4	4	3	5	5	21
5	4	4	3	4	20	4	3	3	3	3	16
3	4	4	5	5	21	4	5	4	5	5	23
4	4	5	5	4	22	4	4	4	5	5	22
5	4	5	5	4	23	5	5	5	4	4	23
5	5	5	5	3	23	4	4	3	5	5	21
4	4	4	4	4	20	4	4	4	5	5	22
4	4	5	5	5	23	4	5	4	5	5	23
4	5	3	4	4	20	4	4	3	5	5	21
3	3	4	5	5	20	5	5	5	5	5	25
3	4	5	5	5	22	4	4	3	5	5	21
3	4	4	5	4	20	4	5	4	5	5	23
4	5	5	5	5	24	4	5	4	5	5	23
4	4	5	5	5	23	4	4	3	5	5	21
5	4	4	5	4	22	4	4	5	4	4	21
5	5	5	5	5	25	4	4	5	3	4	20
3	4	4	4	3	18	4	5	4	5	5	23
4	4	4	5	3	20	4	5	3	5	5	22
4	4	3	5	4	20	1	1	3	1	1	7
4	4	3	4	5	20	4	5	5	5	5	24
4	5	5	4	4	22	4	5	4	5	5	23
4	5	5	4	5	23	4	4	4	5	5	22
5	4	5	5	4	23	4	4	3	5	5	21
4	5	3	3	3	18	3	4	3	5	5	20
4	3	5	3	3	18	4	4	4	5	5	22
4	3	4	5	5	21	4	4	3	5	5	21
5	5	4	5	5	24	4	4	3	5	5	21
4	5	4	5	4	22	4	5	4	5	5	23
3	4	5	4	5	21	4	4	3	5	5	21
3	5	5	5	5	23	4	4	4	5	5	22
4	3	3	5	5	20	4	5	5	5	5	24
4	5	4	3	4	20	4	4	4	5	5	22
4	5	4	5	3	21	4	4	4	5	5	22
5	4	4	5	5	23	4	5	4	5	5	23
5	4	5	4	4	22	5	5	4	5	5	24
4	4	4	5	5	22	4	4	4	5	5	22
5	5	5	5	5	25	4	5	4	5	5	23
3	4	3	5	5	20	5	5	5	5	5	25
5	4	4	5	5	23	3	4	3	5	5	20

4	4	5	5	5	23	4	4	4	5	5	22
4	4	3	5	5	21	4	5	5	5	5	24
4	5	4	5	5	23	4	5	4	5	5	23
3	4	4	5	4	20	3	4	4	5	4	20
4	5	4	4	5	22	4	4	3	5	5	21
3	4	5	4	5	21	4	4	4	4	5	21
4	4	4	4	4	20	4	4	4	5	5	22
3	4	4	5	4	20	4	4	4	5	5	22
4	4	3	4	3	18	4	4	4	5	5	22
3	3	4	4	3	17	4	4	4	5	5	22
4	3	4	5	5	21	4	4	5	5	5	23
3	3	4	4	3	17	4	5	4	5	5	23
4	4	5	4	4	21	4	4	3	5	5	21
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	5	21
1	5	3	5	5	19	3	4	3	5	5	20
3	4	4	4	3	18	3	4	3	4	4	18
1	2	3	3	4	13	4	5	4	5	5	23
4	3	5	5	4	21	3	4	4	5	5	21
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
4	4	4	5	5	22	4	4	3	5	5	21
2	3	1	5	4	15	4	4	4	5	5	22
4	3	2	5	5	19	3	4	2	5	5	19
2	2	4	4	2	14	4	4	4	5	5	22
3	4	5	3	4	19	4	5	4	5	5	23
4	4	4	4	4	20	4	4	5	5	5	23
3	3	4	5	5	20	4	4	4	5	5	22
4	4	4	4	5	21	4	4	4	5	5	22
3	3	4	5	5	20	5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25	4	4	5	5	5	23
3	4	5	4	3	19	4	4	4	5	5	22
4	5	3	5	5	22	4	5	5	5	5	24
2	4	4	5	4	19	3	4	3	4	4	18
1	3	2	3	3	12	4	4	4	5	5	22
4	5	4	3	4	20	5	5	5	5	5	25
2	4	4	4	4	18	4	5	5	5	5	24
3	4	3	3	3	16	4	3	4	4	4	19
4	4	3	5	5	21	4	4	3	3	4	18
4	5	4	4	3	20	5	5	4	3	3	20
5	5	4	4	4	22	3	3	3	3	3	15

5	4	4	5	3	21	5	5	3	3	4	20
5	4	4	5	5	23	3	3	3	3	3	15
5	5	5	5	5	25	4	4	4	5	5	22
4	4	4	4	4	20	4	5	5	5	5	24
5	5	4	5	5	24	3	4	3	5	5	20
3	3	5	1	4	16	4	5	4	5	5	23
4	5	5	4	5	23	4	4	4	5	5	22
3	4	4	4	4	19	4	4	4	5	5	22
3	2	3	4	3	15	3	3	3	3	4	16
5	5	5	5	5	25	3	4	3	5	5	20
3	3	3	4	3	16	4	4	4	5	5	22
1	1	1	1	3	7	4	4	5	4	5	22
4	4	4	5	4	21	4	5	5	5	5	24
4	3	4	5	5	21	3	4	4	4	4	19
4	5	5	3	4	21	4	4	3	5	5	21
4	4	4	4	4	20	4	4	3	3	3	17
4	4	5	5	4	22	3	3	3	3	3	15
5	4	4	5	5	23	4	4	3	5	4	20
5	4	5	4	5	23	4	4	4	4	4	20
4	5	5	5	4	23	3	4	4	4	4	19
4	5	4	5	5	23	3	3	5	4	3	18
3	4	4	5	4	20	3	2	3	3	3	14
4	4	4	3	5	20	4	4	5	5	4	22
4	4	4	4	4	20	2	2	2	1	2	9
3	4	4	4	4	19	3	3	3	3	3	15
1	2	4	3	4	14	3	3	3	3	3	15
3	2	3	5	5	18	4	4	4	4	4	20
4	5	4	5	5	23	2	2	2	3	4	13
4	4	3	5	2	18	5	5	4	3	3	20
3	5	5	5	5	23	3	3	2	4	4	16
3	3	3	4	4	17	4	4	5	4	5	22
4	5	4	3	3	19	2	4	3	5	5	19
3	2	3	3	3	14	4	4	4	5	5	22
4	4	4	5	4	21	5	5	5	5	5	25
1	2	2	2	1	8	4	4	4	5	5	22
2	2	2	3	2	11	4	5	5	4	5	23
4	4	4	5	4	21	4	5	5	4	5	23
2	2	2	3	3	12	4	5	5	5	5	24
4	4	5	5	4	22	4	5	4	5	5	23

4	4	4	4	4	20	3	3	3	4	5	18
4	4	4	4	4	20	5	5	5	4	4	23
4	4	4	4	4	20	3	4	4	5	4	20
4	4	4	4	4	20	3	4	2	4	4	17
4	4	5	4	4	21	3	3	4	4	4	18
4	4	4	5	4	21	4	4	3	3	3	17
5	4	4	5	4	22	5	4	4	4	3	20
4	4	4	4	5	21	5	5	5	5	5	25
4	4	5	4	5	22	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	5	21	4	5	4	5	3	21
4	3	3	4	4	18	4	4	4	5	4	21
5	4	4	5	4	22	3	3	3	3	4	16
5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	4	20
3	3	4	4	4	18	4	4	3	3	5	19
3	3	4	4	4	18	5	4	4	3	4	20
5	5	5	5	5	25	3	3	3	3	3	15
3	4	5	5	5	22	4	3	4	4	4	19
3	3	3	3	3	15	4	3	3	3	3	16
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	5	21
4	4	4	5	4	21	2	2	1	1	2	8
3	4	4	3	3	17	4	4	4	4	4	20
3	3	3	4	3	16	4	5	4	4	4	21
5	5	5	5	5	25	5	4	4	3	3	19
3	4	4	4	4	19	5	4	4	5	5	23
4	4	4	4	2	18	3	4	4	4	4	19
4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	5	20
4	4	5	5	5	23	5	5	3	4	3	20
4	5	5	5	5	24	4	4	4	4	4	20
4	4	3	4	3	18	5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20	3	3	3	3	4	16
4	4	4	3	3	18	4	4	5	5	5	23
3	4	4	5	5	21	5	3	3	5	5	21
3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15
4	4	4	5	5	22	5	3	3	4	5	20
5	4	4	5	5	23	4	4	4	4	5	21
5	5	5	5	5	25	3	3	3	4	4	17
3	4	4	5	5	21	5	3	4	4	3	19
4	5	4	5	5	23	3	3	3	3	3	15
5	4	5	5	5	24	4	4	4	4	4	20

4	4	4	5	4	21	3	3	3	4	3	16
---	---	---	---	---	----	---	---	---	---	---	----

Social Media Influencer (X2)

Social Media Influencer (X2)					TOTAL	Social Media Influencer (X2)					TOTAL
X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	
4	3	4	4	4	19	4	4	5	5	3	21
4	4	5	4	5	22	4	4	5	4	4	21
3	4	4	2	2	15	3	3	4	4	5	19
4	4	3	4	4	19	4	5	4	3	4	20
5	4	4	4	4	21	3	4	5	5	5	22
5	5	4	3	4	21	3	4	4	3	3	17
4	4	3	4	4	19	4	4	4	3	4	19
4	4	3	4	4	19	4	4	4	2	4	18
4	4	5	4	4	21	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	2	18	4	4	5	3	4	20
3	4	4	4	3	18	4	4	5	4	4	21
4	4	5	5	5	23	5	3	4	4	3	19
5	4	4	5	4	22	4	4	4	3	5	20
4	5	4	5	4	22	5	4	5	3	5	22
5	5	4	5	4	23	4	4	5	4	5	22
4	5	4	4	4	21	3	3	4	4	4	18
4	5	5	4	4	22	4	5	5	5	4	23
5	5	5	4	4	23	4	4	4	3	3	18
5	4	5	5	5	24	4	4	5	4	4	21
4	5	4	4	4	21	4	3	4	3	3	17
3	4	5	4	2	18	4	3	4	5	5	21
4	4	5	4	4	21	5	4	3	4	3	19
5	4	5	5	4	23	3	4	4	4	3	18
4	4	4	4	3	19	5	4	4	4	3	20
5	4	4	5	4	22	4	4	4	4	2	18
4	3	4	4	3	18	3	4	5	5	3	20
5	4	5	4	4	22	4	3	3	3	4	17
4	5	5	4	5	23	5	5	5	5	5	25
4	3	4	4	5	20	5	5	5	4	5	24
4	5	4	5	4	22	4	4	5	5	4	22
4	5	4	5	4	22	3	3	4	3	3	16
5	4	5	5	4	23	4	4	5	4	4	21
4	4	5	5	4	22	4	3	4	4	4	19

4	3	4	2	4	17	4	4	5	3	4	20
3	4	4	5	4	20	4	3	4	4	3	18
5	4	5	5	5	24	4	4	5	4	4	21
4	4	5	3	4	20	4	3	4	4	5	20
4	4	4	5	4	21	4	4	4	3	4	19
4	3	4	4	5	20	4	5	4	3	4	20
4	4	4	4	4	20	3	3	4	3	4	17
3	4	3	5	4	19	4	4	4	4	5	21
5	4	4	4	5	22	4	4	5	4	5	22
4	4	4	2	2	16	4	4	5	5	4	22
4	5	5	3	2	19	4	4	4	3	4	19
5	4	5	3	4	21	4	4	5	4	4	21
5	4	4	4	4	21	5	4	5	5	4	23
3	4	5	5	5	22	4	4	4	4	3	19
4	4	5	4	4	21	4	3	4	5	4	20
4	4	4	5	4	21	4	5	4	5	4	22
5	4	4	4	3	20	4	4	5	4	3	20
4	3	4	5	5	21	4	4	5	3	3	19
3	4	4	5	4	20	3	4	4	3	3	17
4	4	3	2	3	16	5	5	4	5	4	23
5	4	3	5	2	19	4	5	4	5	5	23
3	4	5	5	4	21	4	4	5	4	4	21
5	4	5	4	5	23	4	4	5	4	5	22
3	3	5	4	4	19	4	4	4	5	4	21
5	5	4	3	4	21	4	4	5	4	5	22
3	4	4	5	5	21	4	4	4	3	5	20
4	4	4	4	5	21	4	5	4	4	3	20
4	4	4	4	4	20	4	5	4	4	4	21
4	4	4	4	4	20	4	3	4	4	4	19
5	4	4	4	5	22	4	4	5	4	4	21
4	3	5	3	4	19	4	4	5	4	3	20
4	4	5	3	3	19	3	4	4	5	4	20
3	4	5	4	3	19	4	5	4	3	4	20
5	5	4	4	4	22	4	4	5	4	5	22
5	3	5	4	5	22	3	4	5	4	4	20
4	3	4	3	5	19	4	4	5	4	4	21
5	4	3	4	3	19	4	5	5	4	4	22
4	4	4	5	5	22	4	5	4	4	4	21
4	4	5	5	5	23	3	4	4	4	3	18

4	4	4	3	4	19	3	4	5	5	3	20
3	4	4	3	4	18	4	4	5	4	4	21
4	4	4	3	4	19	4	4	5	4	3	20
5	3	4	4	5	21	4	4	4	4	4	20
5	4	4	4	4	21	4	4	5	5	4	22
5	4	4	4	4	21	4	4	5	4	4	21
5	5	4	4	4	22	4	4	5	5	4	22
5	5	4	3	3	20	4	4	5	4	4	21
3	4	4	5	5	21	4	4	4	4	4	20
4	4	4	3	4	19	4	5	5	4	3	21
4	4	3	5	5	21	4	4	5	4	3	20
3	3	4	2	2	14	4	4	5	4	4	21
5	4	3	4	5	21	4	3	5	4	4	20
4	4	4	4	4	20	5	4	5	5	5	24
5	5	5	5	5	25	4	5	5	4	4	22
3	4	4	4	4	19	4	3	4	4	3	18
4	4	4	2	2	16	4	4	5	4	5	22
3	4	4	4	5	20	4	4	5	5	4	22
4	4	4	4	4	20	4	3	4	4	5	20
5	4	4	4	5	22	4	4	5	4	4	21
1	5	4	4	2	16	4	4	5	3	4	20
4	4	5	3	2	18	4	4	4	4	4	20
1	4	4	4	1	14	4	4	4	3	5	20
5	3	4	5	3	20	4	4	5	5	3	21
5	4	5	5	5	24	4	5	5	4	5	23
4	4	4	3	4	19	4	4	5	4	4	21
4	3	4	4	4	19	4	4	5	5	4	22
5	3	4	5	3	20	4	4	4	3	4	19
5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	5	21
4	4	5	5	3	21	4	4	5	4	4	21
4	4	3	5	5	21	4	4	5	4	5	22
3	4	4	4	3	18	4	5	5	4	5	23
4	4	4	4	2	18	3	4	5	5	4	21
5	5	3	4	4	21	4	4	5	4	5	22
4	4	4	2	2	16	5	5	5	5	5	25
4	4	4	3	3	18	4	4	4	4	4	20
4	3	4	4	4	19	5	4	5	4	2	20
4	4	5	4	5	22	3	3	3	4	2	15
5	4	4	4	5	22	4	4	4	2	2	16

5	5	3	5	3	21	3	5	3	3	3	17
3	4	4	5	4	20	3	3	4	4	4	18
5	4	4	4	5	22	4	4	5	4	4	21
4	4	4	4	4	20	4	4	5	4	5	22
4	4	5	5	5	23	4	4	5	4	5	22
4	4	3	1	2	14	4	5	5	5	5	24
4	5	4	4	4	21	4	4	5	5	5	23
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
4	4	3	4	3	18	3	3	4	4	4	18
5	5	5	5	5	25	4	4	5	4	5	22
3	3	4	4	3	17	4	4	5	4	5	22
1	1	3	2	2	9	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	3	19	4	5	4	5	4	22
4	4	4	5	5	22	4	4	4	4	3	19
4	3	4	4	5	20	4	4	4	4	5	21
4	4	4	4	4	20	4	3	3	3	3	16
4	5	4	5	4	22	5	5	5	3	3	21
5	5	4	4	4	22	4	3	3	3	3	16
5	4	5	4	5	23	4	4	4	4	4	20
4	4	5	4	4	21	4	4	4	4	3	19
4	4	5	5	4	22	5	4	4	3	3	19
3	4	4	4	4	19	3	3	4	3	2	15
5	4	4	5	3	21	4	3	4	3	3	17
4	4	5	4	4	21	1	3	3	2	2	11
4	4	4	4	3	19	3	3	3	3	3	15
3	4	3	4	4	18	3	3	3	4	2	15
4	3	4	4	3	18	1	4	4	3	4	16
3	4	5	4	5	21	4	4	3	2	2	15
3	4	4	4	5	20	5	5	5	4	5	24
3	3	4	3	4	17	3	4	3	4	4	18
4	4	4	4	3	19	5	4	5	4	5	23
5	5	4	4	5	23	4	4	5	4	4	21
3	4	3	2	2	14	5	5	5	4	5	24
4	4	5	4	4	21	5	4	5	5	5	24
4	3	4	2	1	14	4	4	5	4	3	20
4	4	4	4	4	20	4	3	5	4	5	21
4	4	4	5	4	21	4	5	5	4	5	23
4	4	4	2	2	16	5	5	5	4	5	24
5	5	3	4	4	21	4	5	4	5	5	23

4	4	3	4	3	18	3	4	4	4	4	19
3	4	3	4	4	18	4	4	4	4	4	20
3	4	3	4	5	19	4	5	3	4	4	20
5	5	5	5	5	25	3	4	3	4	3	17
4	3	4	5	4	20	4	4	3	4	3	18
4	5	4	4	4	21	4	3	4	3	4	18
5	5	4	5	5	24	4	4	5	5	3	21
5	4	4	5	5	23	3	3	3	3	4	16
5	4	4	5	4	22	4	3	3	3	3	16
3	5	3	4	4	19	5	3	3	2	2	15
4	4	5	4	4	21	3	4	3	4	3	17
4	4	4	4	3	19	4	3	4	3	3	17
5	5	5	4	3	22	4	4	4	3	4	19
4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	2	18	4	4	4	4	5	21
4	4	4	4	2	18	3	3	3	3	3	15
4	4	5	5	4	22	3	4	3	4	3	17
3	3	3	3	3	15	3	4	3	3	3	16
5	4	4	4	4	21	4	5	4	4	4	21
4	4	5	5	5	23	4	1	3	2	1	11
4	5	4	5	4	22	3	4	4	4	4	19
4	4	4	4	4	20	4	3	4	5	3	19
5	5	5	5	5	25	3	4	3	4	2	16
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
4	3	1	2	3	13	3	3	3	4	3	16
4	4	4	4	4	20	4	5	4	4	4	21
4	4	4	3	5	20	4	4	3	3	4	18
4	4	5	3	4	20	4	4	4	4	4	20
4	3	3	3	3	16	3	4	5	4	4	20
4	4	4	4	4	20	3	4	3	4	3	17
4	4	4	3	3	18	5	5	5	4	5	24
5	5	5	4	4	23	5	3	5	3	3	19
3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15
3	3	4	4	4	18	4	4	4	4	5	21
3	4	4	4	3	18	3	3	4	5	4	19
4	5	4	2	2	17	4	4	1	3	2	14
4	4	5	4	4	21	4	4	1	3	4	16
3	3	4	4	3	17	3	4	3	3	3	16
5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	4	20

4	4	3	5	4	20	4	4	4	4	4	20
---	---	---	---	---	----	---	---	---	---	---	----

Kemudahan Bertransaksi (X3)

4	3	5	5	1	4	22
5	5	4	4	4	4	26
4	2	1	2	2	2	13
3	4	4	3	3	3	20
4	4	4	4	4	4	24
3	3	4	5	3	4	22
3	3	3	3	3	3	18
5	5	5	4	4	5	28
5	5	5	5	5	5	30
4	5	4	5	3	4	25
4	4	5	3	4	3	23
4	4	4	5	5	5	27
4	4	5	4	4	4	25
5	5	4	4	4	4	26
4	4	5	4	5	5	27
5	5	4	5	3	4	26
4	5	5	5	4	4	27
4	4	4	5	5	5	27
4	4	4	5	5	4	26
4	5	5	4	4	4	26
5	4	5	4	5	4	27
4	4	4	5	4	5	26
4	5	5	4	5	5	28
4	2	2	2	2	2	14
5	4	5	4	4	5	27
4	4	4	4	4	4	24
5	4	5	5	4	5	28
5	4	4	5	4	5	27
4	4	5	4	5	5	27
4	5	4	5	4	5	27
5	4	5	4	5	4	27
5	5	4	4	5	4	27
4	3	5	4	4	4	24
4	4	4	3	4	4	23
4	4	4	5	5	4	26



4	5	4	4	5	5	27
5	4	4	5	3	4	25
3	1	5	4	4	5	22
5	5	5	5	4	4	28
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
3	4	3	5	4	5	24
4	4	4	5	4	4	25
3	4	4	4	5	5	25
3	3	4	4	4	4	22
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
5	5	4	4	4	4	26
3	4	3	4	3	4	21
4	5	4	4	4	4	25
4	5	5	5	4	4	27
3	4	4	3	3	4	21
5	5	4	5	5	4	28
5	5	4	4	4	5	27
4	5	4	5	4	5	27
3	5	5	3	3	3	22
4	4	5	3	5	4	25
5	5	4	4	5	5	28
4	4	5	5	4	4	26
5	5	5	5	5	5	30
5	5	4	4	4	4	26
3	3	4	5	4	4	23
5	5	5	3	4	5	27
4	4	4	5	4	4	25
5	5	4	5	4	5	28
4	5	4	4	5	4	26
5	5	5	5	5	3	28
4	4	4	4	4	4	24
5	5	4	5	4	4	27
3	3	4	4	4	5	23
5	5	5	5	4	4	28
4	4	5	4	4	5	26
5	5	4	4	4	4	26



4	4	4	4	5	5	26
4	3	4	5	4	3	23
4	3	4	3	3	4	21
4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	3	3	4	19
4	4	3	4	3	4	22
5	5	4	5	5	4	28
4	4	4	4	4	4	24
4	4	5	4	5	5	27
3	3	3	3	3	4	19
4	4	5	4	3	4	24
4	4	4	4	4	4	24
5	5	1	5	5	1	22
4	4	4	4	4	4	24
4	2	2	2	2	2	14
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	4	29
5	5	5	5	5	5	30
5	1	2	4	3	3	18
3	2	2	2	2	4	15
5	5	5	5	5	5	30
3	4	5	3	4	5	24
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	4	5	4	28
3	3	3	3	3	3	18
5	5	5	5	5	5	30
4	5	5	5	3	3	25
4	5	5	4	3	4	25
3	3	4	4	4	4	22
1	1	1	4	2	3	12
3	4	4	4	4	4	23
3	3	3	3	3	3	18
4	4	3	3	3	3	20
4	3	5	3	4	5	24
5	4	3	4	3	4	23
4	4	4	4	5	4	25
5	4	4	5	5	4	27
5	5	4	5	2	4	25



5	5	5	5	5	5	30
3	3	3	4	3	3	19
5	5	5	5	5	5	30
5	1	3	3	3	5	20
5	5	4	4	5	4	27
4	4	4	4	4	4	24
4	3	3	3	2	4	19
3	3	3	3	3	3	18
3	3	3	3	3	3	18
1	1	1	1	1	1	6
4	4	4	4	4	5	25
4	5	4	4	4	4	25
5	4	5	3	4	5	26
4	4	4	4	4	4	24
4	5	4	4	5	5	27
5	5	4	4	5	4	27
4	5	4	5	4	5	27
5	4	5	4	5	5	28
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
5	5	4	4	4	3	25
4	4	5	4	4	4	25
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	5	4	4	4	5	26
4	3	3	4	4	3	21
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	4	5	5	29
5	4	4	5	4	4	26
4	2	3	3	3	1	16
5	4	4	4	5	4	26
4	4	4	3	4	4	23
4	3	3	4	2	2	18
4	4	4	4	5	4	25
4	2	2	2	2	2	14
3	3	3	3	3	3	18
3	3	4	3	3	3	19
4	4	3	4	3	4	22



4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	5	4	5	26
5	3	4	4	4	4	24
5	4	5	5	4	5	28
4	4	5	5	5	4	27
5	4	4	5	5	4	27
4	4	4	4	4	5	25
4	4	4	3	4	4	23
5	4	4	4	4	4	25
4	5	5	5	5	5	29
4	4	4	4	4	4	24
5	4	4	4	4	4	25
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	4	29
3	3	3	3	3	3	18
5	4	4	4	4	4	25
4	4	4	4	4	4	24
3	5	5	4	5	4	26
3	5	4	4	3	4	23
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
4	4	3	3	4	3	21
4	4	4	4	4	4	24
5	4	5	5	4	5	28
5	5	5	5	4	4	28
3	3	3	3	3	3	18
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
3	3	4	3	4	4	21
3	3	3	3	3	3	18
4	4	4	5	5	5	27
5	5	4	5	5	4	28
5	5	5	5	5	5	30
4	5	4	5	4	5	27
4	5	5	4	4	5	27
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
5	5	4	4	4	5	27



3	4	4	5	5	5	26
4	5	5	5	5	5	29
4	4	4	5	4	5	26
3	4	4	4	4	4	23
3	4	4	5	4	4	24
4	4	5	5	5	5	28
4	4	3	3	3	3	20
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	5	5	4	26
4	5	4	5	4	5	27
4	4	4	5	4	4	25
4	4	4	4	4	5	25
5	4	4	5	4	5	27
4	4	5	4	4	5	26
4	4	5	4	4	5	26
3	4	3	4	4	4	22
4	4	4	5	4	4	25
4	4	5	5	4	4	26
4	3	4	4	4	4	23
5	5	5	5	3	5	28
5	4	4	4	4	4	25
4	5	5	4	4	4	26
4	4	4	4	4	4	24
3	3	4	3	3	3	19
3	3	3	3	3	3	18
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	5	5	5	27
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	5	4	25
5	4	4	5	4	4	26
4	5	5	4	4	4	26
4	4	4	5	4	3	24
4	4	4	5	4	4	25
3	4	4	4	4	4	23
4	4	5	4	5	5	27
4	5	4	3	4	5	25
4	4	4	5	4	5	26
4	5	4	4	4	5	26
3	4	4	4	4	4	23



4	3	4	4	4	5	24
4	4	5	4	4	5	26
4	5	4	5	5	5	28
4	5	4	5	4	5	27
3	4	4	4	4	4	23
4	5	5	4	5	4	27
4	5	4	4	4	5	26
4	4	4	4	4	4	24
4	4	5	5	4	5	27
4	5	4	5	4	4	26
4	5	4	4	5	4	26
1	1	1	3	3	3	12
4	5	4	4	4	4	25
4	4	5	4	4	5	26
4	5	4	4	4	5	26
4	4	4	5	4	4	25
4	4	4	5	4	4	25
4	4	5	4	4	5	26
4	3	4	4	4	5	24
4	4	4	4	5	4	25
4	5	4	4	5	4	26
4	5	4	4	5	4	26
4	4	5	4	4	4	25
4	5	4	5	5	5	28
4	4	4	5	4	4	25
4	4	4	4	4	4	24
4	4	3	4	4	4	23
4	3	5	4	4	5	25
4	5	4	5	5	4	27
4	4	5	4	4	5	26
4	4	5	4	4	5	26
4	4	4	5	4	4	25
4	5	4	5	4	5	27
4	4	4	5	4	4	25
4	5	4	4	4	4	25
4	4	4	5	4	4	25
4	4	5	4	4	4	25
4	4	3	4	4	5	24
5	4	4	5	4	4	26



3	4	3	4	4	4	22
4	4	4	5	4	5	26
4	4	5	4	4	5	26
4	5	4	4	5	4	26
4	4	4	4	4	5	25
4	5	4	4	5	4	26
4	5	4	4	5	4	26
4	4	5	3	4	5	25
5	4	4	5	4	4	26
4	4	5	4	4	4	25
4	4	5	4	4	5	26
4	5	5	5	4	4	27
4	4	4	5	4	4	25
4	3	4	4	4	5	24
4	4	5	5	4	5	27
4	5	5	4	4	5	27
4	4	5	5	4	4	26
4	4	5	5	4	4	26
4	5	4	5	4	4	26
4	4	5	4	5	5	27
4	4	5	4	4	5	26
4	4	5	5	5	5	28
4	4	5	4	4	5	26
4	5	5	4	5	5	28
4	4	5	5	4	4	26
5	5	5	5	5	4	29
4	5	5	5	5	5	29
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	4	5	5	29
4	4	4	3	3	4	22
3	3	3	3	3	3	18
3	3	3	3	3	3	18
3	3	3	3	3	3	18
4	4	5	5	5	4	27
4	4	5	5	5	4	27
5	5	4	4	5	5	28
4	5	4	4	5	5	27
4	5	5	4	5	5	28



4	5	4	5	5	4	27
3	3	3	4	3	3	19
4	4	5	5	5	5	28
4	5	5	5	5	5	29
5	5	5	5	4	4	28
4	4	5	5	4	5	27
4	4	4	4	5	5	26
4	4	5	5	4	4	26
4	4	4	4	4	4	24
4	5	4	4	3	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	3	3	3	18
4	4	3	4	3	3	21
3	1	3	3	2	2	14
3	3	4	4	3	3	20
4	2	2	1	1	3	13
4	2	2	2	2	2	14
1	4	2	2	5	5	19
4	4	4	4	3	4	23
4	3	5	2	1	2	17
5	5	5	5	5	5	30
3	3	4	4	3	3	20
4	5	5	4	5	5	28
4	4	5	4	5	5	27
4	4	5	4	5	5	27
5	5	5	5	4	5	29
4	4	4	5	4	5	26
4	5	5	4	5	5	28
4	4	5	5	5	5	28
4	4	4	4	4	4	24
4	4	5	5	5	5	28
4	1	2	2	2	2	13
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
3	3	4	3	4	3	20
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
3	4	3	4	4	4	22



5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
3	3	4	3	3	4	20
4	5	4	4	3	4	24
3	4	3	3	3	3	19
4	5	4	5	4	5	27
4	4	4	4	3	4	23
4	4	4	5	4	4	25
4	3	3	3	3	3	19
3	3	4	2	3	4	19
4	3	3	3	3	3	19
4	4	4	3	4	4	23
4	1	1	3	2	2	13
3	3	4	4	3	4	21
4	4	4	3	3	3	21
4	5	3	3	3	3	21
5	5	5	5	5	5	30
3	3	4	3	3	3	19
3	4	4	3	2	4	20
3	3	3	4	3	4	20
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	4	4	4	27
3	3	4	3	3	3	19
4	4	4	5	5	5	27
3	3	5	3	3	5	22
3	3	3	3	3	3	18
3	3	3	3	3	3	18
4	4	5	5	5	4	27
3	3	3	3	3	3	18
3	3	2	5	4	4	21
3	4	3	3	3	3	19
4	5	4	4	4	4	25
4	4	3	5	4	4	24



Motivasi (Z)

Motivasi (Z)				TOTAL	Motivasi (Z)				TOTAL
Z.1	Z.2	Z.3	Z.4		Z.1	Z.2	Z.3	Z.4	
3	4	5	2	14	5	4	5	5	19

4	5	5	5	19	5	5	5	4	19
1	1	1	1	4	4	4	5	5	18
4	4	4	4	16	5	5	5	4	19
4	4	4	4	16	4	5	5	5	19
5	5	4	5	19	4	4	5	5	18
3	3	3	3	12	4	5	4	5	18
4	4	5	5	18	3	3	3	3	12
4	4	5	5	18	4	4	4	4	16
5	5	4	5	19	4	4	5	5	18
4	4	5	5	18	4	5	5	4	18
4	5	5	4	18	5	5	4	5	19
5	4	5	4	18	4	5	5	4	18
5	4	3	4	16	5	4	4	5	18
5	5	5	4	19	4	5	4	5	18
3	5	4	5	17	4	5	4	4	17
4	4	4	5	17	4	4	5	5	18
4	5	4	4	17	4	5	5	5	19
5	4	5	4	18	4	5	5	5	19
4	5	4	4	17	4	5	5	4	18
5	4	5	5	19	5	5	4	4	18
4	4	5	4	17	5	4	4	4	17
5	4	5	4	18	4	5	5	4	18
2	3	2	3	10	5	4	5	5	19
5	5	5	5	20	5	5	4	5	19
4	4	4	5	17	3	3	3	3	12
4	4	5	5	18	5	5	3	5	18
5	5	4	4	18	5	5	5	5	20
4	5	5	4	18	5	5	5	5	20
4	5	4	5	18	4	5	5	4	18
4	5	4	4	17	5	5	4	5	19
5	4	5	4	18	4	5	4	5	18
5	5	4	4	18	4	5	4	4	17
4	4	4	4	16	4	5	5	4	18
4	5	4	5	18	4	4	4	4	16
3	4	5	5	17	4	4	5	5	18
4	5	4	4	17	3	4	4	4	15
1	2	5	3	11	4	5	4	4	17
4	3	4	4	15	4	5	4	4	17
4	4	4	4	16	5	4	4	5	18

5	4	5	5	19	4	4	4	5	17
4	3	5	5	17	4	5	4	5	18
4	3	3	4	14	4	5	5	4	18
5	5	3	5	18	4	4	5	5	18
4	4	4	4	16	4	5	4	5	18
5	5	5	5	20	4	5	4	5	18
4	4	5	5	18	5	4	5	4	18
5	5	5	4	19	5	4	4	5	18
5	4	4	5	18	4	3	5	4	16
4	5	4	4	17	4	4	5	4	17
5	4	4	5	18	4	5	5	5	19
4	5	4	4	17	1	1	1	1	4
4	4	4	4	16	4	5	5	4	18
4	5	5	5	19	4	5	4	5	18
5	4	5	5	19	4	4	5	5	18
5	4	5	4	18	4	4	5	4	17
5	4	4	4	17	4	5	4	4	17
5	4	3	5	17	4	5	5	4	18
5	5	4	4	18	3	4	5	4	16
5	3	3	4	15	4	5	5	5	19
4	5	5	5	19	4	5	4	4	17
4	5	5	4	18	4	4	5	4	17
5	5	5	5	20	4	4	4	5	17
5	4	5	5	19	5	5	5	4	19
5	4	4	3	16	4	5	5	4	18
5	5	5	4	19	5	5	4	5	19
5	5	5	5	20	4	5	4	5	18
5	5	5	5	20	4	5	4	5	18
5	4	4	5	18	4	4	5	5	18
5	5	5	5	20	4	4	5	4	17
4	5	5	5	19	4	4	4	5	17
5	5	5	5	20	4	4	5	5	18
4	5	5	5	19	4	5	5	4	18
4	4	4	5	17	4	5	4	5	18
4	3	4	5	16	5	4	5	4	18
4	4	4	4	16	4	4	4	5	17
4	4	4	4	16	4	5	5	5	19
3	3	4	4	14	4	5	5	5	19

3	4	5	4	16	4	5	4	4	17
3	4	3	5	15	4	5	5	4	18
4	3	3	4	14	4	4	4	5	17
4	4	4	4	16	4	5	4	5	18
3	3	3	3	12	4	4	5	4	17
4	4	4	4	16	5	4	5	4	18
4	4	4	4	16	4	4	5	4	17
2	4	3	2	11	4	5	5	4	18
4	4	4	4	16	4	5	5	5	19
2	2	2	2	8	4	5	5	5	19
5	5	5	5	20	4	5	5	4	18
4	5	4	5	18	4	4	4	5	17
5	4	4	4	17	4	3	5	4	16
5	1	2	4	12	4	4	5	4	17
5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
5	5	5	5	20	4	4	5	4	17
3	4	5	3	15	5	5	5	5	20
4	4	4	5	17	4	5	5	5	19
4	4	3	3	14	4	4	5	4	17
4	4	4	4	16	4	4	5	4	17
4	4	3	3	14	5	5	5	5	20
5	5	5	5	20	4	5	4	5	18
5	5	5	4	19	4	4	5	5	18
5	5	4	5	19	4	5	5	5	19
4	5	5	5	19	4	5	5	5	19
3	4	4	3	14	4	5	5	4	18
5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
4	4	4	3	15	5	5	5	5	20
3	3	3	3	12	4	4	4	4	16
4	4	4	5	17	5	5	5	5	20
5	4	4	3	16	4	5	3	3	15
5	5	4	4	18	2	2	2	2	8
5	5	4	5	19	4	4	4	4	16
5	5	5	5	20	3	3	3	3	12
5	5	5	5	20	5	4	5	4	18
3	3	4	3	13	4	5	5	4	18
5	5	5	5	20	5	4	5	4	18
1	4	4	2	11	4	5	5	4	18
5	4	4	5	18	4	4	4	5	17

4	4	4	4	16	4	4	5	4	17
4	4	3	3	14	3	4	4	3	14
5	3	5	5	18	4	5	4	5	18
3	4	4	3	14	4	4	5	5	18
2	2	2	2	8	4	5	4	5	18
5	4	4	4	17	4	5	4	4	17
5	5	4	5	19	4	4	4	4	16
4	3	4	4	15	4	5	5	5	19
4	4	4	4	16	2	2	3	3	10
4	4	5	3	16	5	5	5	5	20
5	5	5	4	19	4	3	4	4	15
4	5	4	5	18	4	4	4	4	16
5	5	4	4	18	4	3	3	3	13
5	5	5	5	20	4	4	3	3	14
5	5	5	5	20	1	1	2	3	7
5	3	4	5	17	4	4	4	4	16
4	5	4	4	17	1	2	2	2	7
4	4	4	4	16	3	3	3	3	12
3	3	3	3	12	2	2	3	5	12
5	4	4	4	17	4	5	5	5	19
5	5	4	5	19	2	4	5	4	15
3	4	3	5	15	4	5	5	5	19
4	4	4	4	16	3	3	4	4	14
5	5	5	4	19	4	5	5	4	18
5	4	5	5	19	4	5	4	5	18
5	4	3	2	14	5	5	5	5	20
4	4	5	4	17	5	5	5	5	20
4	4	3	4	15	5	5	5	5	20
4	4	4	4	16	4	4	5	5	18
5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
2	2	2	2	8	4	4	5	5	18
3	3	4	3	13	4	5	5	5	19
3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
3	3	3	3	12	4	4	4	4	16
4	4	4	4	16	5	3	4	5	17
5	4	5	5	19	3	3	4	3	13
4	4	5	4	17	4	4	4	4	16
4	4	5	5	18	4	3	4	4	15
5	5	4	5	19	3	4	4	3	14

4	4	5	5	18	5	5	5	5	20
5	4	4	5	18	3	3	4	4	14
4	3	4	4	15	4	5	5	5	19
4	4	4	4	16	4	4	3	4	15
5	5	4	4	18	3	3	3	3	12
5	5	5	5	20	3	5	3	4	15
4	4	4	5	17	5	5	5	5	20
5	4	4	4	17	4	4	4	4	16
4	2	3	4	13	3	3	3	3	12
5	5	4	5	19	4	4	3	5	16
3	3	3	3	12	4	4	4	4	16
4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
4	4	4	4	16	1	4	3	1	9
5	4	5	4	18	4	5	4	4	17
3	5	4	2	14	3	4	4	4	15
5	5	5	5	20	4	5	4	3	16
4	4	4	4	16	5	4	4	5	18
4	4	3	4	15	4	4	4	3	15
4	4	4	4	16	3	2	4	4	13
5	5	5	5	20	3	3	4	3	13
5	5	5	4	19	4	4	4	4	16
4	5	4	3	16	5	5	5	5	20
4	4	4	4	16	4	4	4	5	17
3	3	4	4	14	4	5	5	5	19
5	5	5	5	20	4	5	4	5	18
3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
5	4	5	4	18	2	3	3	3	11
4	4	5	5	18	4	5	5	5	19
5	5	5	5	20	4	3	4	4	15
4	5	5	5	19	5	3	4	4	16
4	5	5	5	19	3	3	4	3	13
5	5	5	5	20	5	4	4	5	18
4	4	4	4	16	4	4	5	4	17

Keputusan Berinvestasi (Y)

Keputusan Bertransaksi (Y)					TOTAL	Keputusan Bertransaksi (Y)					TOTAL
Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	
5	2	4	2	3	16	4	3	5	4	5	21

4	4	4	4	5	21	5	4	3	5	5	22
1	2	1	1	1	6	4	3	3	5	5	20
3	3	3	3	3	15	4	3	5	5	5	22
4	4	4	4	4	20	4	3	5	5	5	22
5	2	5	5	5	22	4	3	5	4	5	21
4	4	3	4	4	19	4	3	5	5	5	22
5	3	4	4	5	21	3	3	3	3	3	15
5	2	5	4	5	21	4	4	4	4	4	20
5	3	5	4	3	20	4	3	4	4	5	20
3	3	4	3	4	17	3	3	5	4	5	20
5	4	5	5	5	24	4	4	4	4	5	21
4	5	5	4	4	22	4	1	5	4	4	18
4	5	4	5	5	23	5	4	5	5	5	24
4	5	4	5	5	23	4	4	5	4	5	22
5	5	3	4	5	22	3	3	4	4	4	18
5	4	4	5	5	23	4	4	4	4	5	21
3	4	5	5	4	21	4	4	4	4	5	21
5	5	4	5	5	24	4	3	4	4	4	19
4	2	4	5	5	20	4	3	4	4	4	19
4	5	3	5	4	21	4	5	5	3	3	20
4	4	4	5	4	21	4	5	5	5	5	24
5	2	4	4	5	20	3	4	4	5	5	21
2	2	3	2	3	12	5	4	5	4	5	23
4	5	4	5	4	22	3	5	5	5	5	23
4	3	3	4	5	19	3	3	3	3	3	15
5	4	5	4	4	22	4	4	3	4	5	20
5	4	4	5	5	23	4	3	5	4	4	20
4	3	5	4	4	20	3	3	5	3	4	18
4	5	4	5	4	22	4	3	4	4	5	20
5	4	5	5	4	23	4	5	5	5	5	24
4	4	4	5	4	21	3	3	4	4	4	18
5	3	4	5	4	21	4	3	4	4	5	20
4	2	5	3	4	18	4	4	5	4	3	20
3	4	4	4	5	20	4	4	5	4	4	21
4	3	5	5	5	22	4	4	5	4	5	22
5	4	4	5	4	22	5	5	5	4	4	23
5	4	4	5	5	23	4	3	4	4	5	20
4	3	5	4	5	21	4	3	4	4	5	20
4	4	4	4	4	20	3	3	5	4	4	19

5	4	4	5	5	23	4	3	5	4	5	21
5	3	5	4	4	21	4	3	4	4	5	20
3	2	5	4	5	19	4	3	5	4	5	21
3	2	5	3	5	18	4	3	4	5	4	20
4	4	4	4	4	20	4	3	5	4	4	20
5	1	5	5	5	21	4	4	5	4	4	21
5	5	5	5	5	25	5	4	4	4	4	21
5	3	4	4	4	20	5	3	4	4	4	20
5	4	5	4	5	23	4	4	5	4	5	22
3	5	4	4	3	19	4	3	4	5	5	21
4	4	4	3	5	20	4	4	4	5	4	21
5	4	4	4	4	21	3	3	3	1	1	11
4	2	5	4	5	20	4	3	4	5	4	20
4	1	4	5	5	19	4	4	5	4	4	21
5	4	4	5	4	22	5	4	5	5	4	23
4	5	4	5	4	22	4	4	5	4	4	21
4	4	4	3	4	19	4	4	5	3	5	21
4	5	3	5	4	21	4	3	4	4	5	20
5	3	5	4	5	22	4	4	5	4	4	21
5	5	5	4	4	23	4	3	5	4	5	21
5	3	5	5	5	23	4	3	4	4	5	20
3	3	4	4	5	19	4	3	4	5	4	20
4	3	5	4	5	21	4	3	5	4	4	20
4	4	5	4	5	22	5	4	4	4	5	22
3	3	5	4	4	19	4	3	5	4	5	21
4	5	4	4	5	22	4	3	5	5	4	21
4	4	4	5	4	21	4	3	5	4	4	20
3	3	5	5	5	21	5	4	5	5	5	24
5	3	5	4	5	22	4	3	4	5	5	21
4	4	4	4	4	20	4	3	4	4	5	20
4	4	5	5	5	23	4	3	4	5	5	21
5	4	5	4	5	23	4	3	4	3	5	19
4	4	5	5	4	22	4	3	5	4	5	21
4	3	4	3	4	18	4	3	5	4	5	21
4	3	4	4	4	19	5	4	5	4	5	23
3	4	3	4	5	19	5	4	4	4	4	21
4	3	5	4	4	20	5	4	4	5	5	23
4	3	5	4	5	21	4	3	5	4	4	20
4	2	5	3	4	18	4	3	4	4	5	20

4	3	3	3	5	18	4	3	5	4	4	20
3	5	4	3	5	20	4	3	4	5	5	21
4	4	4	3	3	18	4	3	5	4	4	20
4	4	4	5	5	22	4	3	5	4	5	21
3	3	3	3	3	15	4	3	5	4	4	20
4	3	4	3	4	18	5	5	5	4	4	23
4	4	4	4	4	20	4	4	5	3	5	21
3	4	5	5	5	22	5	3	5	4	4	21
3	3	4	3	4	17	4	4	4	4	4	20
2	2	2	2	2	10	3	3	5	4	5	20
5	3	5	3	4	20	4	4	5	5	4	22
4	5	4	5	4	22	4	3	4	4	5	20
4	4	5	5	5	23	4	3	4	4	5	20
3	4	2	2	1	12	4	4	5	3	5	21
5	2	5	4	5	21	4	2	5	5	5	21
5	2	5	5	5	22	4	4	5	5	4	22
4	5	3	4	5	21	5	3	5	4	5	22
5	5	5	5	5	25	4	2	4	5	5	20
3	3	4	3	3	16	4	4	5	4	5	22
5	3	5	4	4	21	5	2	4	5	5	21
3	3	3	3	3	15	5	5	4	5	5	24
5	5	5	5	5	25	4	5	4	5	5	23
4	4	4	4	4	20	4	4	4	5	5	22
4	5	5	4	4	22	4	2	5	5	5	21
5	2	4	3	4	18	4	4	5	4	5	22
4	1	5	3	3	16	4	2	5	5	5	21
5	4	5	4	5	23	5	5	5	5	5	25
3	3	3	3	3	15	5	5	5	5	5	25
4	2	5	3	3	17	4	4	4	4	4	20
4	3	4	4	5	20	5	4	5	5	5	24
4	4	4	5	3	20	4	1	4	3	3	15
4	4	4	4	4	20	2	2	2	2	2	10
5	5	5	3	4	22	4	4	4	4	4	20
4	4	5	2	2	17	3	3	3	3	3	15
5	3	5	5	5	23	5	3	4	5	5	22
3	4	3	3	4	17	4	4	5	5	4	22
5	3	5	5	5	23	4	5	4	5	5	23
4	1	5	3	5	18	4	5	5	4	5	23
4	5	4	5	5	23	5	2	4	5	5	21

4	4	4	4	4	20	5	4	5	4	5	23
3	4	3	3	4	17	3	2	4	3	3	15
4	4	4	5	5	22	4	4	5	4	5	22
3	2	4	3	3	15	4	2	4	5	5	20
2	1	5	3	3	14	4	4	5	4	5	22
4	2	5	4	4	19	4	4	5	5	4	22
5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	4	20
5	3	5	4	5	22	4	4	4	5	5	22
4	4	4	4	4	20	4	2	4	3	4	17
4	5	4	5	5	23	5	2	5	5	5	22
4	4	5	4	4	21	4	3	5	3	3	18
5	4	5	5	4	23	5	4	4	4	4	21
4	5	5	5	4	23	3	3	3	3	3	15
5	5	5	5	5	25	4	1	3	3	3	14
4	3	5	3	4	19	3	3	2	4	2	14
5	4	4	4	4	21	5	3	5	4	4	21
4	5	4	4	4	21	2	2	2	2	1	9
4	4	4	4	4	20	3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15	2	2	3	4	2	13
5	4	4	4	4	21	4	3	4	4	4	19
4	4	5	3	5	21	2	1	1	1	1	6
4	4	2	3	3	16	4	4	4	4	5	21
3	3	4	4	5	19	3	4	3	4	5	19
4	4	5	5	5	23	5	4	5	5	5	24
5	4	3	5	5	22	5	2	4	3	4	18
1	2	3	4	5	15	5	3	5	4	5	22
4	4	5	4	4	21	5	3	5	5	5	23
4	4	4	4	4	20	5	3	4	5	5	22
4	2	4	4	4	18	4	4	5	5	5	23
4	4	4	5	4	21	5	2	5	4	5	21
2	2	2	2	2	10	4	4	5	4	5	22
4	4	4	4	4	20	4	4	5	5	5	23
3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15
4	3	3	3	3	16	5	1	4	4	4	18
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
4	5	4	5	5	23	3	4	3	2	3	15
5	4	5	4	4	22	3	4	3	4	4	18
5	2	4	4	4	19	4	3	3	4	3	17
4	4	5	4	5	22	4	4	2	4	3	17

4	5	5	5	4	23	4	4	5	5	5	23
5	4	4	5	4	22	3	3	3	3	4	16
3	4	5	5	5	22	4	5	3	5	4	21
4	4	4	4	4	20	4	3	4	4	4	19
4	2	4	4	4	18	3	3	3	4	4	17
5	5	5	5	5	25	5	5	4	5	5	24
4	3	5	4	5	21	4	3	5	4	4	20
5	2	4	4	4	19	3	4	3	4	4	18
5	4	5	5	5	24	3	3	3	3	3	15
4	5	4	5	5	23	4	3	3	3	3	16
3	3	3	3	3	15	5	3	5	3	5	21
5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	4	20
4	3	4	4	4	19	2	1	2	3	1	9
4	4	5	4	5	22	4	3	5	4	4	20
4	3	4	4	3	18	4	3	4	4	4	19
5	5	5	5	5	25	3	2	5	3	3	16
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
5	1	5	4	4	19	3	2	5	4	3	17
4	4	4	4	4	20	3	5	3	2	2	15
4	3	5	5	4	21	4	4	4	4	3	19
3	3	5	4	5	20	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	3	19	4	5	4	4	5	22
4	4	4	4	4	20	3	3	3	3	3	15
4	2	5	4	5	20	3	5	5	5	5	23
4	3	3	5	5	20	4	4	3	5	5	21
3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15
4	3	4	5	4	20	2	3	4	3	3	15
3	3	5	5	5	21	5	3	5	4	4	21
3	3	5	5	5	21	3	2	4	3	4	16
4	3	4	5	5	21	3	3	4	2	3	15
4	3	4	5	5	21	2	3	3	4	3	15
5	5	5	5	5	25	4	4	4	5	4	21
4	1	5	4	5	19	4	4	4	4	4	20

Lampiran 4: Hasil Uji Validitas

HASIL UJI VALIDITAS

Literasi Keuangan Syariah (X1)

Correlations							
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Total
X1.1	Pearson Correlation	1	,581**	,468**	,395**	,346**	,735**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	380	380	380	380	380	380
X1.2	Pearson Correlation	,581**	1	,527**	,486**	,455**	,801**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	380	380	380	380	380	380
X1.3	Pearson Correlation	,468**	,527**	1	,355**	,357**	,713**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	380	380	380	380	380	380
X1.4	Pearson Correlation	,395**	,486**	,355**	1	,670**	,775**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	380	380	380	380	380	380
X1.5	Pearson Correlation	,346**	,455**	,357**	,670**	1	,754**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	380	380	380	380	380	380
Total	Pearson Correlation	,735**	,801**	,713**	,775**	,754**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	380	380	380	380	380	380

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Social Media Influencer (X2)

Correlations							
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Total
X2.1	Pearson Correlation	1	,313**	,237**	,191**	,294**	,600**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	380	380	380	380	380	380
X2.2	Pearson Correlation	,313**	1	,241**	,264**	,241**	,584**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	380	380	380	380	380	380
X2.3	Pearson Correlation	,237**	,241**	1	,323**	,352**	,650**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	380	380	380	380	380	380
X2.4	Pearson Correlation	,191**	,264**	,323**	1	,441**	,693**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	380	380	380	380	380	380
X2.5	Pearson Correlation	,294**	,241**	,352**	,441**	1	,751**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	380	380	380	380	380	380
Total	Pearson Correlation	,600**	,584**	,650**	,693**	,751**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	380	380	380	380	380	380

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Kemudahan Bertransaksi (X3)

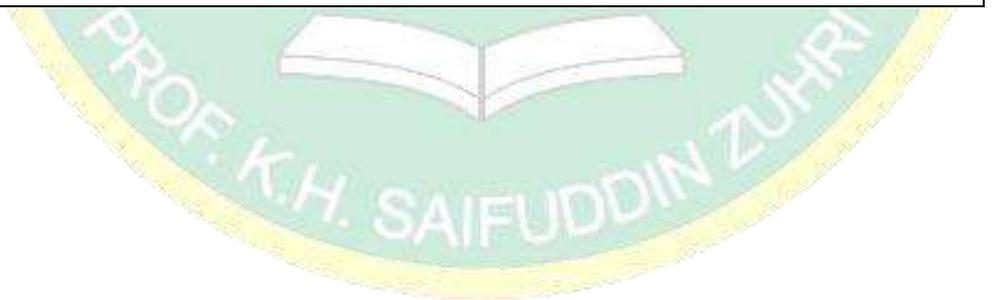
		Correlations						
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	Total
X3.1	Pearson Correlation	1	,531**	,453**	,464**	,424**	,339**	,672**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	380	380	380	380	380	380	380
X3.2	Pearson Correlation	,531**	1	,582**	,552**	,621**	,517**	,821**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	380	380	380	380	380	380	380
X3.3	Pearson Correlation	,453**	,582**	1	,499**	,563**	,632**	,802**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	380	380	380	380	380	380	380
X3.4	Pearson Correlation	,464**	,552**	,499**	1	,583**	,513**	,773**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	380	380	380	380	380	380	380
X3.5	Pearson Correlation	,424**	,621**	,563**	,583**	1	,616**	,820**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	380	380	380	380	380	380	380
X3.6	Pearson Correlation	,339**	,517**	,632**	,513**	,616**	1	,777**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	380	380	380	380	380	380	380
Total	Pearson Correlation	,672**	,821**	,802**	,773**	,820**	,777**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	380	380	380	380	380	380	380

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Motivasi (Z)

Correlations						
		Z.1	Z.2	Z.3	Z.4	Total
Z.1	Pearson Correlation	1	,557**	,502**	,616**	,820**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	380	380	380	380	380
Z.2	Pearson Correlation	,557**	1	,587**	,534**	,821**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	380	380	380	380	380
Z.3	Pearson Correlation	,502**	,587**	1	,556**	,803**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	380	380	380	380	380
Z.4	Pearson Correlation	,616**	,534**	,556**	1	,828**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	380	380	380	380	380
Total	Pearson Correlation	,820**	,821**	,803**	,828**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	380	380	380	380	380

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



Keputusan Berinvestasi (Y)

Correlations							
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Total
Y.1	Pearson Correlation	1	,226**	,464**	,469**	,475**	,720**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	380	380	380	380	380	380
Y.2	Pearson Correlation	,226**	1	,085	,345**	,220**	,565**
	Sig. (2-tailed)	,000		,096	,000	,000	,000
	N	380	380	380	380	380	380
Y.3	Pearson Correlation	,464**	,085	1	,393**	,527**	,677**
	Sig. (2-tailed)	,000	,096		,000	,000	,000
	N	380	380	380	380	380	380
Y.4	Pearson Correlation	,469**	,345**	,393**	1	,636**	,796**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	380	380	380	380	380	380
Y.5	Pearson Correlation	,475**	,220**	,527**	,636**	1	,799**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	380	380	380	380	380	380
Total	Pearson Correlation	,720**	,565**	,677**	,796**	,799**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	380	380	380	380	380	380

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 5

HASIL UJI RELIABILITAS

Literasi Keuangan Syariah (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,812	5

Social Media Influencer (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,672	5

Kemudahan Bertransaksi (X3)

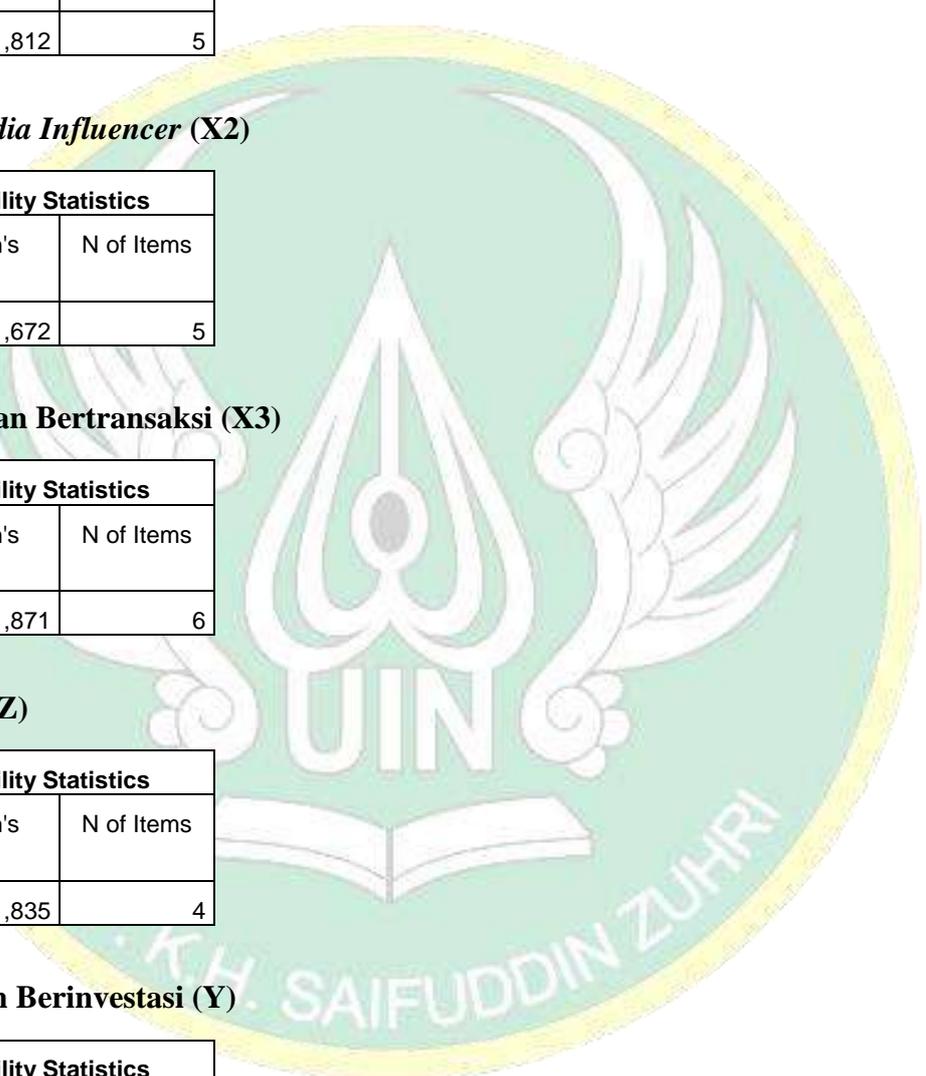
Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,871	6

Motivasi (Z)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,835	4

Keputusan Berinvestasi (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,746	5



Lampiran 6: Hasil Uji Asumsi Klasik

HASIL UJI ASUMSI KLASIK

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		380
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,66866279
Most Extreme Differences	Absolute	,060
	Positive	,060
	Negative	-,034
Kolmogorov-Smirnov Z		1,176
Asymp. Sig. (2-tailed)		,126
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,879	,731		1,201	,230		
	Literasi Keuangan Syariah	,162	,044	,168	3,652	,000	,398	2,516
	Social Media Influencer	,211	,046	,176	4,598	,000	,571	1,751
	Kemudahan Bertransaksi	,261	,039	,329	6,742	,000	,351	2,849
	Motivasi	,312	,052	,280	6,022	,000	,387	2,584

a. Dependent Variable: Keputusan Berinvestasi

Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,673	,461		7,964	,000
	Literasi Keuangan Syariah	-,025	,028	-,070	-,895	,372
	Social Media Influencer	-,037	,029	-,084	-1,275	,203
	Kemudahan Bertransaksi	-,037	,024	-,126	-1,508	,132
	Motivasi	-,016	,033	-,040	-,499	,618

a. Dependent Variable: ABS_RES



Lampiran 7: Hasil Uji Hipotesis

HASIL UJI HIPOTESIS

Uji Parsial (Uji t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,380	,760		1,817	,070
	Literasi Keuangan Syariah	,244	,044	,254	5,561	,000
	Social Media Influencer	,230	,048	,192	4,812	,000
	Kemudahan Bertransaksi	,370	,036	,468	10,369	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Bernvestasi

Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,810 ^a	,656	,653	1,75444

a. Predictors: (Constant), Kemudahan Bertransaksi, Social Media Influencer, Literasi Keuangan Syariah

Uji Interaksi (*Moderated Regression Analysis/MRA*)

Interaksi antara Literasi Keuangan Syariah dengan Motivasi (X1M)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10,491	,831		12,618	,000
	Literasi Keuangan Syariah	,050	,078	,052	,638	,524
	X1M	,024	,003	,715	8,806	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Berinvestasi

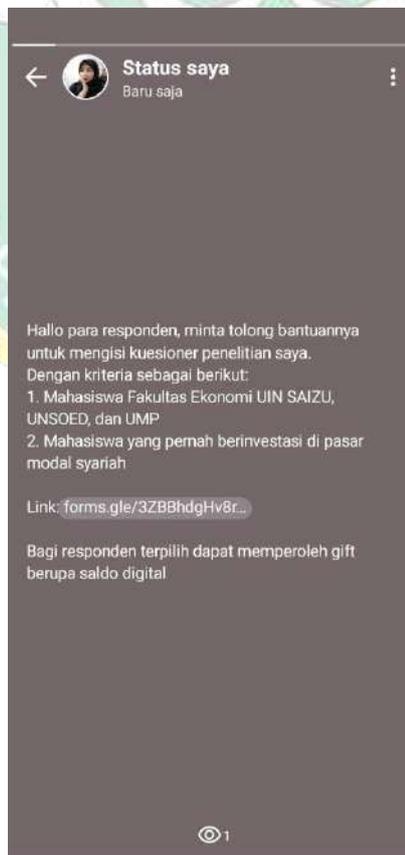
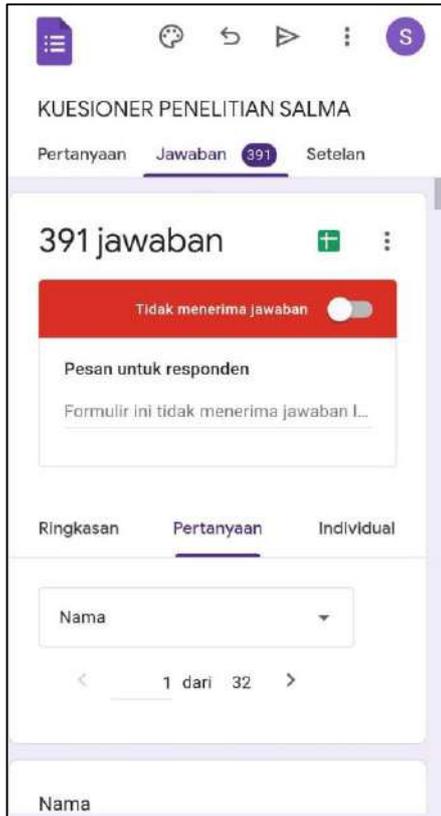
Interaksi antara *Social Media Influencer* dengan Motivasi (X2M)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11,233	,914		12,284	,000
	Social Media Influencer	-,106	,075	-,088	-1,416	,158
	X2M	,032	,002	,842	13,484	,000
a. Dependent Variable: Keputusan Berinvestasi						

Interaksi antara Kemudahan Bertransaksi dengan Motivasi (X3M)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8,985	,842		10,674	,000
	Kemudahan Bertransaksi	,182	,070	,230	2,608	,009
	X3M	,016	,002	,571	6,492	,000
a. Dependent Variable: Keputusan Berinvestasi						

Lampiran 8: Bukti Penyebaran Kuesioner



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

Nama : Salma Lana Pancarani
NIM : 2017201040
Jurusan : Ekonomi dan Keuangan Syariah
Program Studi : Ekonomi Syariah
Tempat/Tanggal Lahir : Temanggung, 17 Desember 2002
Alamat : Paponan Rt 03/Rw 02, Kec. Kledung, Kab.
Temanggung

Nama Orang Tua

Nama Ayah : Nur Musafak

Nama Ibu : Lasmini

B. Riwayat Pendidikan

1. TK/PAUD : TK Mardi Putra Paponan
2. SD/MI : SDN Paponan
3. SMP : SMP Takhassus Al-Qur'an Wonosobo
4. SMA/K : SMA Takhassus Al-Qur'an Wonosobo
5. S1 : UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

