

Eksplorasi Minat Investasi Saham Generasi Z: Peran Faktor Independen Dan Moderasi

Destiana ¹⁾; Jufri Yandes ²⁾

destiana@ecampus.ut.ac.id ¹⁾; j.yandes@fisip.unila.ac.id ²⁾
Universitas Terbuka ¹, Universitas Lampung ²

Abstract: *This study aims to explore the stock investment interest of Generation Z, specifically Open University students, by examining the influence of stock investment knowledge as an independent variable and online investment applications as a moderating variable. Generation Z, who grew up in the digital era, has great potential in driving capital market growth through broad access to information and technology. Using a quantitative approach with the Moderated Regression Analysis (MRA) method, data were collected through a four-point Likert-scale questionnaire from UT Yogyakarta students using a convenience sampling technique. Analysis was conducted using SmartPLS and showed that investment knowledge influences stock investment interest, but online investment applications do not act as a moderating variable. These findings are expected to contribute to the development of financial literacy strategies and investment technology to increase the participation of the younger generation in the capital market..*

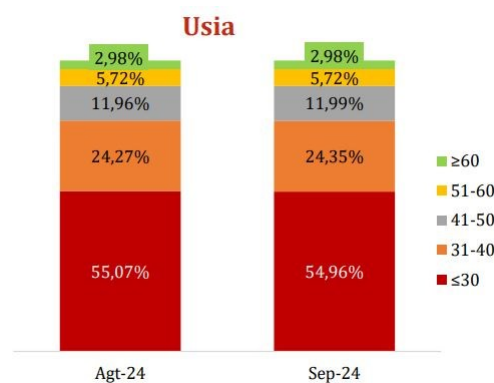
Keywords : *Online Investment Applications, Interest in Stock Investment, Knowledge of Stock Investment.*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan mengeksplorasi minat investasi saham Generasi Z, khususnya mahasiswa Universitas Terbuka, dengan menelaah pengaruh pengetahuan investasi saham sebagai variabel independen dan aplikasi investasi *online* sebagai variabel moderasi. Generasi Z yang tumbuh di era digital memiliki potensi besar dalam mendorong pertumbuhan pasar modal melalui akses informasi dan teknologi yang luas. Menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode *Moderated Regression Analysis* (MRA), data dikumpulkan melalui kuesioner berskala *Likert* empat poin dari mahasiswa UT Yogyakarta menggunakan teknik *convenience sampling*. Analisis dilakukan dengan *SmartPLS* dan menunjukkan bahwa pengetahuan investasi berpengaruh terhadap minat investasi saham, namun aplikasi investasi *online* tidak berperan sebagai variabel moderasi. Temuan ini diharapkan berkontribusi pada pengembangan strategi literasi keuangan dan teknologi investasi untuk meningkatkan partisipasi generasi muda di pasar modal.

Kata Kunci : Aplikasi Investasi *Online*, Minat Investasi Saham, Pengetahuan Investasi Saham.

PENDAHULUAN

Industri investasi saham merupakan salah satu topik yang tak ada habis-habisnya menjadi perhatian masyarakat Indonesia, terlebih pada kalangan generasi muda khususnya pelajar dalam hal ini mahasiswa. Jumlah investor di Pasar Modal Indonesia terus bertambah signifikan, jumlah investor tercatat sebanyak 13,43 juta atau meningkat 10,4 persen (*ytd*), dengan mayoritas investor berusia di bawah 30 tahun yang mencapai 55,38 persen dari total investor. Hal ini menunjukkan bahwa kalangan muda semakin memahami pentingnya berinvestasi di Pasar Modal sejak dini (OJK, 2024).

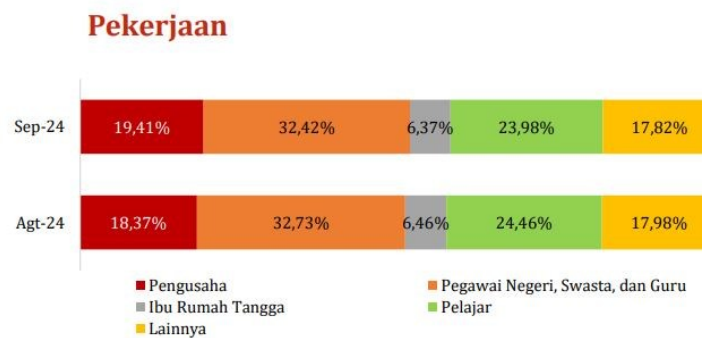


Gambar 1. Jumlah Investor Berdasarkan Usia

Sumber : KSEI (2024)

Dari Gambar 1 tersebut diketahui bahwa rentang usia tersebut didominasi oleh kaum pelajar dan mahasiswa. Hal ini juga dipertegas berdasarkan data yang dikeluarkan PT Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI), bulan september tahun 2024, lebih dari 50% investor didominasi kelompok usia di bawah 30 tahun (KSEI, 2024). Generasi yang tumbuh di zaman serba digital itulah generasi Z, memiliki keunggulan akses terhadap informasi dan teknologi yang mendukung aktivitas investasi. Generasi Z ini dapat dipahami merupakan penduduk yang lahir pada tahun 1997-2012 (BPS, 2020) yang artinya generasi Z ini memiliki potensi besar untuk menjadi penggerak utama pertumbuhan pasar modal di Indonesia kedepannya dalam hal ini para pelajar maupun mahasiswa. Melihat data yang ada serta diklasifikasikan berdasarkan jenis pekerjaan yakni pelajar, dimana di dalam kategori pelajar tersebut termasuk mahasiswa, pelajar menjadi

penyumbang investor terbanyak nomor dua senilai 23,98% dibulan september 20224 setelah pegawai negeri, swasta, dan guru senilai 32,42% (KSEI, 2024).



Gambar 2. Jumlah Investor Berdasarkan Pekerjaan

Sumber : KSEI (2024)

Merujuk pada hal dan data tersebut maka peneliti berfokus terhadap dua faktor yang akan dikaitkan dengan minat investasi saham para generasi Z tersebut yaitu pengetahuan investasi dan aplikasi investasi *online*. Penelitian berfokus pada generasi Z mahasiswa Universitas Terbuka (UT), UT sendiri memiliki beberapa keunggulan salah satunya kuliah dengan waktu fleksibel (Universitas Terbuka, 2024). Kali ini UT Yogyakarta atau biasa kita kenal dengan Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) dipilih menjadi tempat penelitian karena dikenal sebagai kota pelajar, serta memiliki populasi mahasiswa yang beragam. Ditambah dengan informasi bahwa jumlah investor pasar modal di Yogyakarta hingga Juni 2024 mencapai 208.217 orang atau naik 27,15 persen dibandingkan periode yang sama pada 2023 sebanyak 163.745. Dari seluruh investor pasar modal di DIY, 30 persen di antaranya adalah kalangan mahasiswa (Hakim, 2024) sehingga menurut peneliti menjadi lokasi yang strategis untuk meneliti dinamika investasi di kalangan generasi Z khususnya pada kalangan mahasiswa yang berkuliah di Perguruan Tinggi Jarak Jauh (PTJJ) yang memiliki karakteristik berbeda dibandingkan mahasiswa perguruan tinggi lainnya. Pemahaman mereka terhadap investasi saham dapat dipengaruhi oleh cara mereka memanfaatkan teknologi, termasuk aplikasi investasi online, dan pengetahuan mengenai investasi. Oleh karena itu, bagi peneliti menjadi penting untuk meneliti bagaimana pengetahuan

investasi memengaruhi minat investasi mereka, serta peran moderasi aplikasi investasi *online* dalam hubungan tersebut.

Penelitian ini menawarkan kebaruan dari sisi konteks dan pendekatan, yang sedikit berbeda dengan penelitian sebelumnya yang umumnya berfokus pada mahasiswa dari perguruan tinggi konvensional atau masyarakat umum lainnya, studi ini menitikberatkan pada mahasiswa Universitas Terbuka yang menjalani sistem pembelajaran jarak jauh dan fleksibel. Karakteristik ini diyakini memberikan pengaruh tersendiri terhadap pola pikir dan perilaku investasi mereka. Selain itu, penelitian ini juga menghadirkan pendekatan analisis yang menguji secara eksplisit peran aplikasi investasi online sebagai variabel moderasi, sesuatu yang masih jarang dikaji secara mendalam di literatur terkait terhadap minat investasi saham dikalangan pemuda pemudi Generasi Z khususnya mahasiswa yang berkuliah di Perguruan Tinggi Jarak Jauh (PTJJ).

Timbulnya hal tersebut, membuat peneliti mengemukakan rumusan masalah dalam kajian yang dilaksanakan ini, diantaranya yang pertama, apakah minat investasi saham pada generasi Z khususnya mahasiswa UT Yogyakarta dapat dipengaruhi faktor pengetahuan investasi. Lalu yang kedua, apakah aplikasi investasi *online* menjadi faktor moderasi yang bisa memperkuat atau memperlemah pengaruh faktor pengetahuan investasi terhadap minat investasi saham. Dengan hal tersebut peneliti mencoba membuat tujuan penelitian sebagai berikut, pertama bertujuan untuk mengidentifikasi minat investasi saham pada generasi Z khususnya mahasiswa UT Yogyakarta dapat atau tidak dipengaruhi faktor pengetahuan investasi. Lalu yang kedua tujuan penelitian selanjutnya, mengidentifikasi faktor moderasi aplikasi investasi *online* dapat memperkuat atau memperlemah faktor pengetahuan investasi terhadap minat investasi saham. Dengan begitu peneliti berharap penelitian ini dapat menawarkan kebaruan dengan mengintegrasikan aspek pengetahuan investasi pada minat investasi saham dalam konteks mahasiswa generasi Z di lingkungan Perguruan Tinggi Jarak Jauh (PTJJ) yang memiliki karakteristik salah satunya perkuliahan waktu fleksibel dibandingkan perguruan tinggi lain yang dimoderasi oleh faktor aplikasi investasi *online*, serta diharapkan memberikan wawasan yang terbaru

mengenai bagaimana faktor-faktor tersebut dapat atau tidaknya mempengaruhi minat investasi di kalangan generasi Z mahasiswa PTJJ.

TINJAUAN PUSTAKA

Theory of Planned Behavior

Kajian yang dilakukan ini didasarkan melalui konsep teori *Theory of Planned Behavior* (Teori Perilaku Terencana), dimana teori merupakan pengembangan yang berasal dari teori *Theory of Reasoned Action* atau dengan kata lain yaitu teori tindakan yang direncanakan. Teori ini dicanangkan oleh Ajzen (1991). Secara sederhana, konsep ini dibuat untuk memperkirakan sejauh mana seseorang berniat melakukan suatu tindakan pada konteks waktu dan lokasi tertentu, termasuk faktor kendali perilaku yang ia rasakan.

Variabel kedua juga demikian, dijelaskan menurut pandangan para ahli di bidangnya. Kemudian dilihat perkembangan artikel penelitian yang terkait dengan variabel tersebut. Selanjutnya dijelaskan beberapa indikator yang terkait dengan penelitian untuk variabel tersebut. . Apabila ada hubungan antar variabel maka dijelaskan kaitannya dengan variabel selanjutnya.

Pasar Modal

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1995 mengatakan tentang Pasar Modal, Pasar Modal didefinisikan sebagai 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 (UU Nomor 8 Tahun 1995, 1995).

Minat Investasi Saham

Menurut Darmawan & Japar (2019) minat merupakan suatu kecenderungan dari hati yang tinggi tentang suatu keinginan atau tujuan. Serta Menurut Tandelilin (2010) bahwa investasi adalah komitmen atas sejumlah dana atau sumber daya lainnya yang dilakukan pada saat ini, dengan tujuan untuk memperoleh manfaat keuntungan dimasa yang akan datang. Dapat diartikan dari pengertian diatas bahwa minat investasi saham adalah adanya keinginan untuk tujuan memiliki saham disaat ini agar mendapatkan keuntungan yang akan

diterima dimasa yang akan datang. Menurut Tandelilin (2010) Saham adalah surat bukti bahwa kepemilikan atas aset-aset perusahaan yang menerbitkan saham.

Pengetahuan Investasi Saham

Menurut Bodie et al. (2014), pengetahuan investasi mencakup pemahaman tentang konsep dasar seperti risiko, imbal hasil, diversifikasi, dan alokasi aset. Mereka berpendapat bahwa pengetahuan investasi yang baik adalah kunci untuk membuat keputusan investasi yang cerdas. Dengan kata lain pengetahuan investasi saham mencakup pemahaman tentang risiko, *return*, dan strategi dalam investasi saham. Mahasiswa sebagai kelompok yang memiliki tingkat kepengetahuan yang bervariasi mengenai saham dapat dipengaruhi oleh pendidikan formal, budaya, perkembangan teknologi aplikasi investasi *online*, dan faktor-faktor lainnya.

Aplikasi Investasi Online

Aplikasi investasi *online* termasuk bagian dari kemajuan teknologi investasi yang bisa membantu calon-calon investor maupun investor untuk mendapat informasi mengenai investasi ataupun untuk membantu terjun langsung berinvestasi. Aplikasi investasi dapat merujuk pada program atau alat digital yang memfasilitasi proses investasi salah satunya saham. Ini bisa termasuk aplikasi perangkat lunak untuk analisis pasar, platform perdagangan *online*, atau aplikasi mobile yang memungkinkan investor untuk mengakses portofolio emiten dan melakukan transaksi secara efisien.

Di masa perkembangan digital yang pesat, investasi saham tidak lagi rumit. Pialang saham kini menawarkan aplikasi investasi online melalui telepon genggam, sehingga memudahkan investor melakukan transaksi kapan pun dan di mana pun. Selain akses yang praktis, proses pendaftaran juga semakin sederhana. Investor cukup melakukan registrasi secara online tanpa wajib hadir ke kantor broker, bahkan tanpa kewajiban menyetor saldo minimum. Pertanggal 03 Desember 2023 perusahaan *broker* yang tercatat di IDX sebanyak 90 broker (*Indonesia Stock Exchange*, 2023). Dengan jumlah sebanyak itu memudahkan para investor khususnya mahasiswa PTJJ untuk bisa memilih broker mana yang bisa mewadahi minat investasinya

Universitas Terbuka

Pionir pertama Perguruan Tinggi Terbuka Jarak Jauh (PTJJ) yang ada di NKRI (Negara Kesatuan Republik Indonesia) tak lain tak bukan adalah Universitas Terbuka (UT). Universitas Terbuka (UT) adalah Perguruan Tinggi Negeri ke-45 di Indonesia yang diresmikan pada tanggal 4 September 1984. Bertujuan untuk mengatasi ledakan lulusan SLTA yang tidak dapat terserap baik dalam dunia kerja maupun perguruan tinggi, Presiden pada saat itu mengeluarkan Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 41 Tahun 1984 sebagai landasan berdirinya UT (Universitas Terbuka, 2023). Universitas Terbuka juga memiliki konsep dalam hal PJJ atau biasa disebut Pendidikan Jarak Jauh yang dimana memudahkan kalangan dari mana saja, siapa saja atau calon mahasiswanya maupun yang telah menjadi mahasiswanya agar dapat mengakses segala informasi mengenai pendidikan tanpa ada batas waktu serta tempat, serta tidak dibatasi oleh usia dan masa belajar seperti kampus pada umumnya. Hal inilah yang menjadi karakteristik spesial yang dimiliki Universitas Terbuka dibandingkan kampus lainnya.

Penelitian Terdahulu

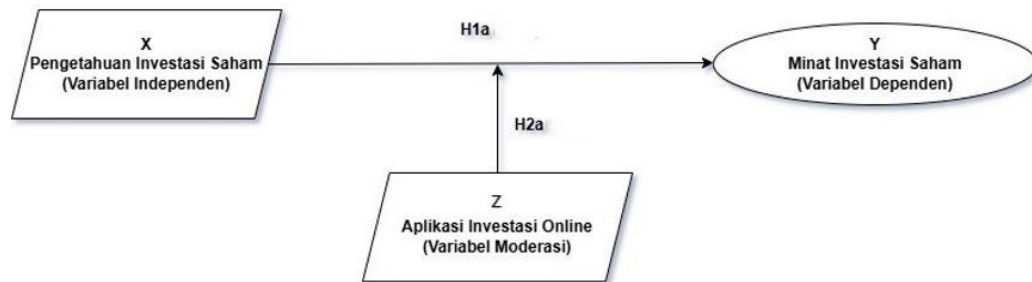
Diantaranya terdapat beberapa penelitian yang membahas mengenai pengetahuan investasi dan minat investasi saham, misalnya dalam penelitian yang dilaksanakan Fauzianti & Retnosari (2022) Pengetahuan investasi mampu memberikan pengaruh pada minat untuk melakukan investasi, dimana Pengetahuan ini mencakup pemahaman mengenai risiko, imbal hasil, dan mekanisme investasi (Lusardi & Mitchell, 2013). Berdasarkan pengamatan Prasetyo et al. (2022) pengetahuan tentang investasi berkontribusi terhadap minat mahasiswa untuk berinvestasi di pasar modal. Firdaus & Ifrochah (2022) mengatakan pengetahuan investasi memiliki dampak terhadap minat mahasiswa untuk berinvestasi. Temuan dari penelitian Adiningtyas & Hakim (2022) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh langsung antara pengetahuan, motivasi, dan uang saku terhadap minat seseorang untuk berinvestasi. Reviandani (2023) menjelaskan bahwa pandangan mahasiswa tentang imbal hasil dan risiko investasi terbukti memengaruhi minat mereka untuk berinvestasi. Selain itu, pengetahuan

investasi juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pemahaman mereka mengenai imbal hasil dan risiko tersebut. Putri & Sari (2023) di penelitiannya dapat disimpulkan bahwa motivasi untuk berinvestasi, pengetahuan mengenai investasi, dan syarat modal minimum memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat mahasiswa untuk berinvestasi. Namun menariknya ada juga yang bertolak belakang yaitu menurut Burhanudin et al. (2021) menjelaskan pengetahuan investasi, motivasi investasi, dan modal minimum investasi menunjukkan hasil yang positif, tetapi tidak memberikan pengaruh yang signifikan.

Di sisi lain faktor selanjutnya, perkembangan aplikasi investasi *online* seperti Ajaib, Bibit, IPOT dan Stockbit telah memberikan kemudahan akses dan informasi kepada calon investor. Aplikasi ini tidak hanya menyediakan layanan transaksi, tetapi juga edukasi investasi yang dapat meningkatkan literasi keuangan pengguna. Walaupun belum banyak literasi yang memasukan faktor aplikasi investasi *online* ini sebagai faktor moderasi, akan tetapi terdapat penelitian yang mengaitkan langsung kemudahan teknologi investasi, dalam hal ini peneliti menyamakan persepsi dengan aplikasi investasi *online*, misal pada penelitian yang dilakukan oleh Yusuf (2019) yang menyatakan bahwa kemajuan teknologi memberikan dampak yang signifikan terhadap minat untuk berinvestasi di pasar modal. Menariknya penelitian yang dilakukan Putra & Qodary (2021) menyimpulkan bahwa kemudahan teknologi investasi tidak memberikan dampak terhadap minat untuk berinvestasi. Demikian juga penelitian yang dilakukan Aisyanti et al. (2020) juga menyatakan bahwa kemajuan teknologi tidak signifikan dalam memoderasi pengaruh pengetahuan investasi terhadap minat berinvestasi, dimana dalam hal ini kita melihat kemajuan teknologi merupakan bagian dari aplikasi investasi *online*. Selanjutnya kajian yang dilakukan Amanda et al. (2024) perkembangan teknologi digital memoderasi hubungan pengetahuan investasi dan minat berinvestasi di pasar modal. Sebelumnya pengkaji melakukan kajian di UT Bandar Lampung dan mendapatkan hasil bahwa pengetahuan investasi secara signifikan meningkatkan minat mahasiswa terhadap pasar saham (Yandes et al., 2025).

Kerangka Pikir

Berdasarkan dari tinjauan diatas maka dapat dibuat diagram pemikiran, dimana dari diagram pemikiran ini terbetuklah hipotesis pada penelitian ini.



Gambar 3. Diagram Pemikiran

Hipotesis

Hubungan antara pengetahuan investasi saham dan minat investasi saham dapat dijelaskan melalui *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikemukakan Ajzen (1991). Dalam teori ini, perilaku individu ditentukan oleh niat untuk bertindak, yang dibentuk oleh sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Pengetahuan investasi menjadi bagian penting dari persepsi kontrol perilaku, karena tingkat pemahaman seseorang terhadap risiko, imbal hasil, dan mekanisme pasar modal memengaruhi keyakinan dirinya untuk mengambil keputusan investasi secara sadar. Selanjutnya, keberadaan aplikasi investasi online diasumsikan berperan sebagai faktor moderasi. Aplikasi tersebut memudahkan akses informasi, memberikan fitur edukasi, dan menurunkan hambatan teknis dalam berinvestasi, sehingga dimungkinkan dapat menjadi variabel moderasi pada pengetahuan investasi terhadap minat investasi saham. Namun demikian, apabila aplikasi investasi online hanya dimaknai sebagai alat transaksi semata tanpa diimbangi dengan pemahaman yang memadai, maka efek moderasi pada pengetahuan investasi terhadap minat investasi dimungkinkan tidak akan terlihat. Dengan demikian, hubungan antarvariabel dapat dirumuskan dalam hipotesis berikut:

- H₁ = Minat investasi saham mahasiswa generasi Z dapat dipengaruhi pengetahuan investasi saham
- H₂ = Aplikasi investasi *online* menjadi faktor moderasi pada faktor pengetahuan investasi saham terhadap minat investasi saham

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian merupakan penelitian kuantitatif dengan mengukur *statement* responden yang diordinalkan menggunakan data primer dan bersifat tipe penelitian penelitian eksploratif atau *explanatory research* yaitu dapat diartikan suatu studi korelasional atau penelitian eksplanatori antara variabel-variabel yang digunakan. Pada penelitian ini skor untuk setiap jawaban *statement* atau pernyataan didalam kuesioner yang diberikan ke responden melalui survei adalah dengan mengadopsi skala *likert* yang diordinalkan dan dimodifikasi menjadi empat point penilaian diantaranya, Sangat Setuju SS Ordinal 4 (SS), Setuju atau Ordinal 3 (S), Tidak Setuju atau Ordinal 2 (TS), Sangat Tidak Setuju Ordinal 1 (STS). Sehingga bisa diasumsikan *statement* yang disii oleh responden menggunakan kuesioner dengan tipe ordinal dan informasi variabel dependen didalam penelitian yang dilakukan ini ialah minat investasi, ditambah untuk variabel independen ialah pengetahuan investasi, serta variabel moderasi aplikasi investasi *online* dengan alat pengujian mempergunakan *SmartPLS*.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam kajian ini merupakan mahasiswa/i UT khususnya mahasiswa Universitas Terbuka Yogyakarta, dengan menggunakan teknik pengambilan sampelnya memakai metode *convenience sampling*, dimana teknik pengambilan sampel ini berdasarkan kemudahan peneliti, yaitu yang ditemui peneliti secara kebetulan, dipandang cocok, serta bersedia menjadi sumber data dan sesuai dengan kriteria yang ditentukan oleh peneliti (Siregar, 2015). Dengan kata lain proses pengambilan sampel yang dilakukan berdasarkan ketersediaan elemen dan kemudahan dalam mengaksesnya. Alasan pemilihan populasi dan sampel didasarkan pada beberapa alasan, diantaranya:

1. Konteks Generasi Digital: mahasiswa UT Yogyakarta yang tergolong Generasi Z merupakan kelompok yang tumbuh di era digital dengan tingkat adaptasi tinggi terhadap teknologi dan aplikasi daring, termasuk aplikasi investasi *online*.
2. Karakteristik PTJJ (Perguruan Tinggi Jarak Jauh): mahasiswa UT memiliki waktu belajar fleksibel dan sistem pembelajaran mandiri,

sehingga memiliki peluang besar dalam memanfaatkan teknologi digital untuk aktivitas produktif seperti investasi

3. Potensi dan Relevansi Empiris: dari seluruh investor pasar modal di DIY, 30 persen di antaranya adalah kalangan mahasiswa (Hakim, 2024). Hal ini menjadikan mahasiswa UT Yogyakarta sebagai kelompok yang representatif untuk meneliti faktor-faktor yang memengaruhi minat investasi saham di kalangan generasi muda.

Adapun lokasi yang digunakan adalah Universitas Terbuka Yogyakarta. Dengan jumlah sampel yang didapatkan dan bersedia sebanyak 96 sampel. Adapun penjelasan metode *convenience sampling* dipilih karena:

1. Mahasiswa UT Yogyakarta tersebar di berbagai wilayah dengan sistem pembelajaran jarak jauh, sehingga teknik ini memungkinkan peneliti untuk menjangkau responden secara efisien.
2. Teknik ini diharapkan cocok untuk penelitian eksploratif yang bertujuan mengidentifikasi kecenderungan atau pola awal dari suatu fenomena, seperti minat investasi saham generasi Z.
3. Kriteria inklusi ditetapkan yaitu responden merupakan mahasiswa aktif UT Yogyakarta, termasuk dalam rentang usia Generasi Z, serta memiliki pengetahuan atau pengalaman menggunakan aplikasi investasi online.

Analisis Data

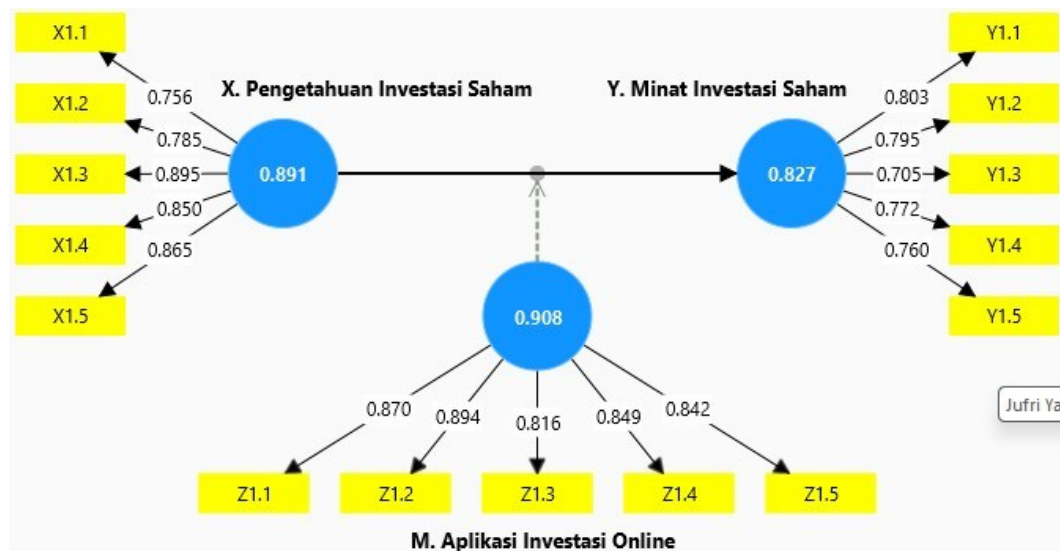
Uji analisis yang dipakai yaitu analisis regresi moderasi atau biasa dikemukakan dengan istilah *Moderated Regression Analysis* (MRA) dimana dipergunakan menguji apakah sebuah variabel dapat menjadi pemoderasi dalam hal ini aplikasi investasi online (Z) pada variabel independen yaitu variabel pengetahuan investasi saham (X) terhadap variabel dependen dalam hal ini minat investasi saham (Y). Diawal penelitian ini akan dilakukan menemukan nilai *outer* pada model yang di dalamnya terdapat dari uji validitas dan reliabilitas untuk melihat kehandalan kuesioner. Untuk menemukan nilai *inner* model yang terdiri dari uji *R-Square*, *F-Square (Effect Size)*, uji T (*Bootstrapping*) digunakan uji *two tailed*, kemudian dilakukan uji hipotesis untuk penentuan hipotesis yang

didapatkan. Terakhir uji hipotesis, yaitu menjadi langkah krusial dalam menentukan kajian ini, apakah terdapat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, dan aplikasi investasi *online* dapat menjadi variabel moderasi pada variabel pengetahuan investasi terhadap minat investasi saham.

Penelitian ini menjelaskan antara lain alasan pemilihan obyek dan lokasi penelitian. Bila ada populasi dan sampel dijelaskan di sini. Kemudian teknik sampling dan penentuan sampel yang digunakan. Bila tidak ada, dijelaskan siapa subyek penelitian atau sumber data penelitian. Teknik pengumpulan data serta kegiatan pengumpulan data serta alat analisis dan langkah analisis. Bila ada hipotesis, sebutkan juga alat uji hipotesis. Bila ada *software* yang digunakan, disebutkan di sini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Outer Model



Gambar 4. Uji *Outer Model*

Sumber: Hasil Kajian (2025)

Uji Validitas (*Outer Loadings*)

Tabel 1. Uji Validitas

Outer Loadings (UJI VALIDITAS)			
	X_Pengetahuan Investasi Saham	Z_Aplikasi Investasi Online	Y_Minat Investasi Saham
X1.1	0.756		
X1.2	0.785		
X1.3	0.895		
X1.4	0.850		
X1.5	0.865		
Z1.1		0.803	
Z1.2		0.795	
Z1.3		0.705	
Z1.4		0.772	
Z1.5		0.760	
Y1.1			0.870
Y1.2			0.894
Y1.3			0.816
Y1.4			0.849
Y1.5			0.842

Sumber: Hasil Kajian (2025)

Berdasarkan hasil output outer model pada gambar diatas sebelumnya lalu dirincikan dalam bentuk tabel uji validitas (*outer loadings*), diperoleh informasi bahwa seluruh indikator yang mengukur masing-masing konstruk bernilai outer loading di atas 0,70 yang mana menunjukkan bahwa hasil semua indikator mempunyai validitas konvergen yang cukup baik dan secara signifikan mampu menjelaskan variabel laten yang diwakilinya. Variabel Pengetahuan Investasi Saham (X) diukur oleh lima indikator (X1.1–X1.5) dengan nilai loading antara 0,756 hingga 0,895. Variabel Minat Investasi Saham (Y) juga diukur oleh lima indikator (Y1.1–Y1.5) dengan loading antara 0,816 hingga 0,894. Sementara itu, variabel Aplikasi Investasi Online (Z) sebagai variabel moderator memiliki lima indikator (Z1.1–Z1.5) dengan nilai *loading* berkisar antara 0,705 hingga 0,803.

Uji Reliabilitas (*Cronbach alpha*)

Tabel 2. Uji Reliabilitas (*Cronbach alpha*)

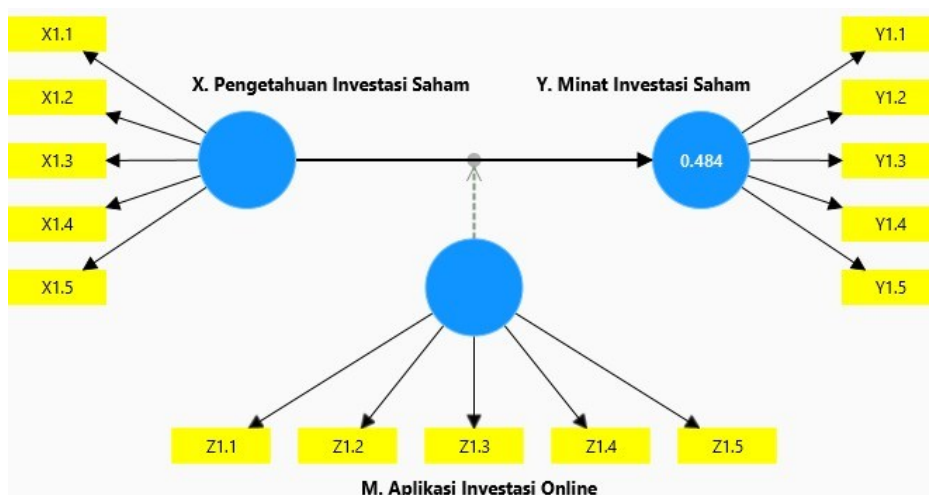
Keterangan	Nilai Cronbach's Alpha
X_Pengetahuan Investasi Saham	0.908
Z_Aplikasi Investasi Online	0.891
Y_Minat Investasi Saham	0.827

Sumber: Hasil Kajian (2025)

Ketiga konstruk dalam model, yaitu Pengetahuan Investasi Saham, Minat Investasi Saham, dan Aplikasi Investasi Online, menunjukkan nilai reliabilitas komposit yang tinggi, diantaranya senilai 0,908; 0,827; serta 0,891. Nilai itu ada pada posisi di atas ambang paling rendah 0,70, yang menjadikan bahwa setiap konstruk memiliki keselarasan internal yang sangat baik. Artinya, indikator-indikator yang dipakai dalam menilai setiap konstruk mampu menjadikan hasil yang konsisten serta dapat dipercaya dalam merepresentasikan variabel laten yang diwakilinya sehingga diputuskan ketiga konstruk dimodel ini sudah memenuhi kriteria reliabilitas dan dapat digunakan dalam pengujian model struktural selanjutnya.

Inner Model

Uji R Square



Gambar 5. Uji R Square

Sumber: Hasil Kajian (2025)

Tabel 3. R-Square

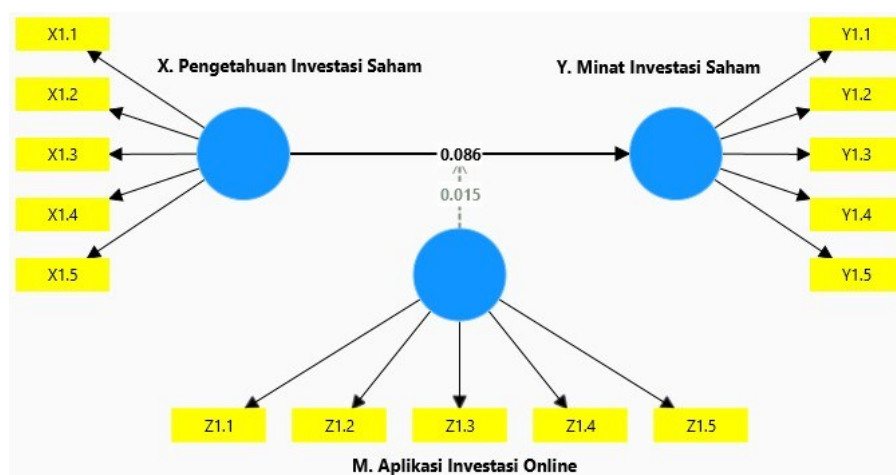
Keterangan	Nilai R-Square
Y Minat Investasi Saham	0.484

Sumber: Hasil Kajian (2025)

Dengan demikian, nilai *R Square* sebesar 0,484 berada pada kategori sedang (moderat). Hasil *R-Square* senilai 0,484 memperlihatkan hasil model memiliki

daya jelaskan yang sedang, di mana Pengetahuan Investasi Saham dan Aplikasi Investasi *Online* secara bersama-sama mampu menjelaskan 48,4% variasi pada Minat Investasi Saham. Model ini sudah cukup memadai, namun masih bisa ditingkatkan dengan mempertimbangkan variabel lain yang relevan. Maknanya, model ini berkontribusi dalam menjelaskan hampir 50% dari variasi Minat Investasi Saham, dan 51,6% yang tersisa dijelaskan oleh faktor eksternal di luar dari bentuk model penelitian.

Uji F Square (*Effect Size*)



Gambar 5. Uji F Square (*Effect Size*)

Sumber: Hasil Kajian (2025)

Tabel 6. F-Square

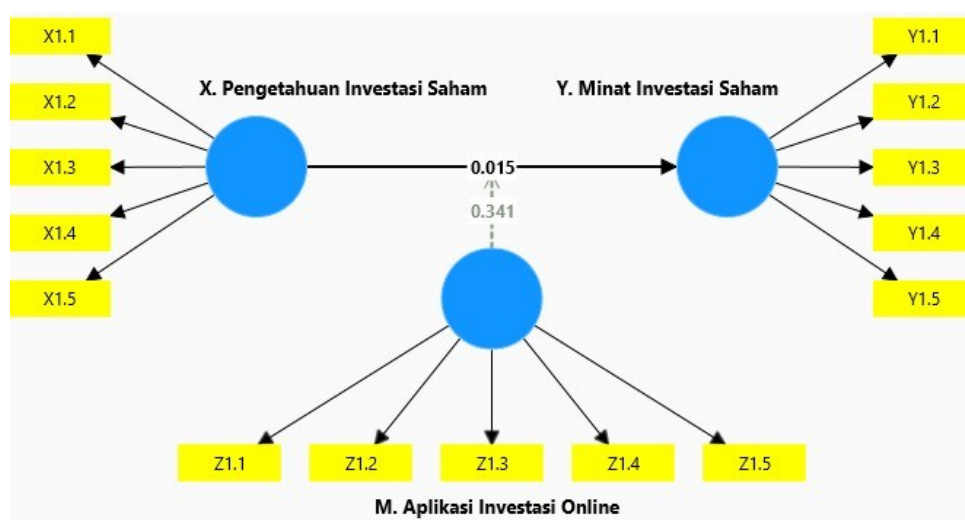
F-Square-Matrix	
Keterangan	Y
X	0.086
Z x X	0.015

Sumber: Hasil Kajian (2025)

Dari hasil diatas bisa kita deskripsikan pengaruh langsung Pengetahuan Investasi Saham (X) terhadap Minat Investasi Saham (Y) memiliki nilai F-Square = 0.086. Lalu pengaruh interaksi/moderasi Aplikasi Investasi Online (Z) terhadap hubungan $X \rightarrow Y$ memiliki nilai *F-Square* = 0.015. Bisa kita interpretasikan F-Square = 0.086 untuk jalur $X \rightarrow Y$ mencerminkan bahwa pengaruh Pengetahuan Investasi Saham terhadap Minat Investasi Saham tergolong kecil (nilai f square <

0.15). Ini berarti, meskipun pengaruhnya signifikan atau positif, kontribusi atau dampaknya relatif rendah terhadap peningkatan minat investasi saham secara keseluruhan. Lalu $F\text{-Square} = 0.015$ untuk jalur moderasi (Z) menunjukkan bahwa efek moderasi dari Aplikasi Investasi *Online* sangat kecil, bahkan hampir tidak berpengaruh. Hal ini berarti bahwa kehadiran aplikasi investasi online dalam memoderasi hubungan antara pengetahuan investasi dan minat tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap perubahan minat.

Uji T (*Bootstrapping*)



Gambar 7. Uji T (*Bootstrapping*)

Sumber: Hasil Kajian (2025)

Tabel 5. *P values*

Keterangan	Nilai <i>P values</i>
$X \rightarrow Y$	0.015
$Z \times X \rightarrow Y$	0.341

Sumber: Hasil Kajian (2025)

Data uji T (*Bootstrapping*), tersampaikan bahwa hubungan langsung antara Pengetahuan Investasi Saham terhadap Minat Investasi Saham memiliki nilai *P-Value* sebesar 0,015 yang berarti signifikan pada taraf 5%, sehingga dapat diartikan bahwa pengetahuan investasi secara langsung berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa untuk berinvestasi saham. Sebaliknya, hasil moderasi variabel Aplikasi Investasi *Online* terhadap hubungan antara Pengetahuan dan

Minat Investasi Saham memperlihatkan nilai *P-Value* senilai 0,341, yang berkesimpulan tidak signifikan karena melebihi batas 0,05. Dengan demikian, aplikasi investasi online tidak berperan sebagai moderator yang memperkuat atau memperlemah pengaruh pengetahuan terhadap minat investasi saham. Hal ini mengindikasikan bahwa minat berinvestasi lebih dipengaruhi oleh tingkat pengetahuan yang dimiliki mahasiswa dibandingkan faktor penggunaan aplikasi.

Uji Hipotesis (*Two Tailed*)

H₁ = Minat investasi saham mahasiswa generasi Z dapat dipengaruhi pengetahuan investasi saham.

H₂ = Aplikasi investasi *online* menjadi faktor moderasi pada faktor pengetahuan investasi saham terhadap minat investasi saham.

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang dilakukan, hipotesis H₁ yang menyatakan bahwa minat investasi saham mahasiswa generasi Z dapat dipengaruhi oleh pengetahuan investasi saham terbukti dan diterima, ditunjukkan oleh nilai *P-Value* sebesar 0,015 yang berposisi di bawah batasan signifikansi senilai 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara pengetahuan investasi saham terhadap minat mahasiswa generasi Z untuk berinvestasi saham, artinya semakin tinggi tingkat pengetahuan mahasiswa tentang investasi, maka kian tinggi minat mereka untuk berinvestasi saham. Sementara itu, hipotesis H_{2a} ditolak yang menyatakan bahwa aplikasi investasi online tidak menjadi faktor moderasi pada hubungan pengetahuan investasi saham terhadap minat investasi saham juga terbukti dan diterima, didasarkan pada nilai *P-Value* sebesar 0,341 yang melebihi ambang signifikansi 0,05. Dengan demikian, aplikasi investasi *online* tidak terbukti secara signifikan memoderasi atau mempengaruhi kekuatan hubungan antara pengetahuan dan minat investasi saham. Hasil ini mengindikasikan bahwa meskipun aplikasi investasi *online* digunakan oleh mahasiswa, pengaruh pengetahuan terhadap minat investasi tetap berdiri sendiri tanpa diperkuat ataupun diperlemah oleh keberadaan aplikasi tersebut.

Minat investasi saham mahasiswa generasi Z dapat dipengaruhi pengetahuan investasi saham

Berdasarkan dari hasil hipotesis, dapat dinyatakan bahwa minat investasi saham mahasiswa generasi Z dipengaruhi oleh pengetahuan investasi saham. Pengetahuan tentang investasi saham bagi mahasiswa Generasi Z, khususnya di Universitas Terbuka Yogyakarta menjadi kunci penting yang dapat membangkitkan minat untuk terjun ke dunia pasar modal. Ketika mereka memahami hal-hal dasar seperti risiko, potensi imbal hasil, pentingnya diversifikasi, dan cara kerja pasar, rasa percaya diri pun tumbuh. Pengetahuan ini menciptakan mereka lebih matang dan rasional dalam memilih keputusan investasi. Selain dari pembelajaran formal, mahasiswa juga bisa mendapatkan pemahaman ini lewat literasi keuangan digital. Semua hal tersebut secara tidak langsung membentuk ketertarikan yang lebih kuat untuk memulai atau melanjutkan aktivitas investasi.

Hasil penelitian ini memperkuat temuan sebelumnya dari studi oleh Lusardi & Mitchell (2013), Bodie et al. (2014), serta beberapa peneliti lokal seperti Prasetyo et al. (2022) dan Firdaus & Ifrochah (2022), yang menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat pengetahuan seseorang tentang investasi, maka semakin tinggi pula minat mereka untuk berinvestasi. Sebab itu, pengintensifan literasi keuangan via program pendidikan, pelatihan, maupun pengenalan aplikasi investasi sejak dini menjadi langkah strategis dalam mendorong pertumbuhan investor muda. Hal ini sangat penting, mengingat Generasi Z diproyeksikan menjadi salah satu penggerak utama pertumbuhan pasar modal Indonesia di masa depan.

Aplikasi investasi *online* tidak menjadi faktor moderasi pada faktor pengetahuan investasi terhadap minat investasi saham

Perolehan pengolahan data menggunakan SmartPLS melalui pendekatan Moderated Regression Analysis (MRA) dan pengujian akhir hipotesis, ditemukan bahwa aplikasi investasi *online* tidak berperan signifikan dalam memoderasi antara pengetahuan investasi terhadap minat investasi saham. Meskipun aplikasi tersebut memberikan kemudahan akses dan fasilitas transaksi, kehadirannya tidak mampu memperkuat maupun melemahkan pengaruh pengetahuan investasi terhadap minat mahasiswa Generasi Z pada Universitas Terbuka Yogyakarta

dalam berinvestasi saham. Dengan demikian, aplikasi investasi *online* lebih berfungsi sebagai media pendukung, bukan sebagai faktor yang menentukan memoderasi antarvariabel yang diteliti.

Hal ini sejalan dengan beberapa penelitian sebelumnya seperti yang dilakukan oleh Aisyanti et al. (2020) dan Putra & Qodary (2021) yang juga menemukan bahwa kemajuan teknologi atau aplikasi investasi tidak signifikan dalam memoderasi hubungan pengetahuan dan minat investasi. Ketidaksignifikanan ini dapat disebabkan oleh persepsi mahasiswa terhadap aplikasi yang masih sebatas sebagai media transaksi, bukan sebagai sarana edukatif yang mampu memperkuat pemahaman investasi. Dengan demikian, penting bagi pengembang aplikasi investasi untuk lebih dari sekedar berfokus pada dimensi teknis, disamping itu juga harus memperkuat fitur edukasi dan interaktivitas agar peran aplikasinya bisa lebih mendalam dalam mendukung literasi dan minat investasi mahasiswa.

PENUTUP

Hasil kajian yang telah dilangsungkan ini terhadap mahasiswa Universitas Terbuka Yogyakarta sebagai representasi Generasi Z, tercapai kesimpulan bahwa pengetahuan investasi saham memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat investasi saham sehingga menunjukkan dimana pemahaman mahasiswa terhadap konsep dasar investasi seperti risiko, imbal hasil, dan strategi alokasi aset turut mendorong minat mereka untuk ikut serta pada kegiatan investasi di pasar modal. Disertai meningkatnya literasi investasi di kalangan generasi muda, terutama mahasiswa PTJJ yang mempunyai fleksibilitas belajar tinggi, maka potensi peningkatan partisipasi investor muda dalam pasar modal Indonesia dapat semakin terealisasi.

Namun demikian, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa aplikasi investasi online tidak berperan sebagai variabel moderasi dalam pengaruh antara pengetahuan investasi terhadap minat investasi saham. Artinya, kemudahan akses teknologi melalui aplikasi investasi tidak secara signifikan memperkuat atau memperlemah pengaruh pengetahuan terhadap minat investasi. Temuan ini

menegaskan bahwa meskipun teknologi digital telah mempermudah proses investasi, hal tersebut belum cukup untuk meningkatkan minat investasi apabila tidak diimbangi dengan peningkatan pemahaman yang komprehensif mengenai investasi itu sendiri. Oleh karena itu, perlu adanya sinergi antara penguatan literasi keuangan dan optimalisasi peran edukatif dari aplikasi investasi guna mendorong partisipasi generasi muda secara lebih aktif dan berkelanjutan dalam pasar modal. Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan dalam interpretasi hasil maupun pengembangan kajian berikutnya. Yaitu ruang lingkup penelitian terbatas pada mahasiswa Universitas Terbuka (UT) Yogyakarta sebagai representasi generasi Z. Kondisi ini membuat generalisasi hasil penelitian ke seluruh populasi mahasiswa Perguruan Tinggi Jarak Jauh (PTJJ) di Indonesia masih memiliki batasan. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas cakupan lokasi dengan melibatkan mahasiswa UT dari berbagai daerah atau universitas lain yang menerapkan sistem pembelajaran daring agar hasilnya lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiningtyas, S., & Hakim, L. (2022). Pengaruh pengetahuan investasi, motivasi, dan uang saku terhadap minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal syariah dengan risiko investasi sebagai variabel intervening. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(1), 474–482.
- Aisyanti, M., Nugroho, T. R., & Dwihandoko, T. (2020). Pengaruh Motivasi Investasi, Pengetahuan Investasi dan Kemajuan Teknologi Sebagai Variabel Moderasi Terhadap Minat Investasi di Pasar Modal Pada Mahasiswa PTS di Mojokerto. *Bachelor Thesis*, 2, 1–11.
- Anastasya Fauzianti, & 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. <https://doi.org/10.56338/jsm.v9i1.2323>.
- Baniya, R. (2017). Components of Celebrity Endorsement Affecting Brand Loyalty of Nepali Customers. *Journal of Business and Management Research*, 2(1), 52–65.
- Bodie, Z., Kane, A., & Marcus, A. (2014). *EBOOK: Investments-Global edition*. McGraw Hill.
- BPS - Statistics Indonesia. (2020). *Jumlah Penduduk (Generasi Z)*. <https://sensus.bps.go.id/topik/tabular/sp2020/2/0/0>.

- Burhanudin, Hidayati, S. A., & Putra, S. B. M. (2021). Pengaruh Pengetahuan Investasi, Manfaat Investasi, Motivasi Investasi, Modal Minimal Investasi, dan Return Investasi Terhadap Minat Investasi di Pasar Modal. *Distribusi - Journal of Management and Business*, 9(1), 15–28.
- Chaudhuri, A., & Holbrook, M. B. (2001). The Chain of Effects from Brand Trust and Brand Affect to Brand Performance: The Role of Brand Loyalty. *Journal of Marketing*, 65(2), 81–93.
- Darmawan, A., & Japar, J. (2019). Pengaruh Pengetahuan Investasi, Modal Minimal, Pelatihan Pasar Modal Dan Motivasi Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal (Studi Pada Mahasiswa Feb Universitas Muhammadiyah Purwokerto). *Neraca*, 15(1), 1–13.
- Dwivedi, A., & Johnson, L. W. (2013). Trust-Commitment as a Mediator of the Celebrity Endorser - Brand Equity Relationship in a Service Context. *Australasian Marketing Journal*, 21(1), 36–42. <https://doi.org/10.1016/j.ausmj.2012.10.001>.
- Firdaus, R. A., & Ifrochah, N. (2022). Pengaruh Pengetahuan Investasi Dan Motivasi Investasi Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Politeknik Keuangan Negara Stan Di Pasar Modal. *Jurnal Acitya Ardana*, 2(1), 16–28. <https://doi.org/10.31092/jaa.v2i1.1434>.
- Gan, J. N. (2016). *Pengaruh Endorser Non-Selebriti terhadap Brand Image, Brand Trust, dan Minat Beli Konsumen pada Media Sosial Instagram (Studi Kasus Produk Allure Vanilla Green Tea Latte)*. Universitas Airlangga.
- Giovanis, A. N., & Athanasopoulou, P. (2016). The Effects of Brand Identity on Loyalty in Online Retailing: The Role of Value, Satisfaction, Trust and Commitment. *International Conference on Contemporary Marketing Issues (ICCM)*.
- Hakim, L. (2024). *BEI sebut investor pasar modal di DIY capai 208.217 orang*. ANTARA. [https://www.antaranews.com/berita/4188192/bei-sebut-investor-pasar-modal-di-diy-capai-208217-orang#:~:text=Kantor Perwakilan Bursa Efek Indonesia \(BEI\) DIY,di Yogyakarta hingga Juni 2024 mencapai 208.217](https://www.antaranews.com/berita/4188192/bei-sebut-investor-pasar-modal-di-diy-capai-208217-orang#:~:text=Kantor Perwakilan Bursa Efek Indonesia (BEI) DIY,di Yogyakarta hingga Juni 2024 mencapai 208.217)
- Indonesia Stock Exchange. (2023). *Indonesia Stock Exchange*. <https://www.idx.co.id/>
- KSEI Indonesia Central Securities Depository. (2024). Statistik Pasar Modal Indonesia. *Publikasi PT Kustodian Sentral Efek Indonesia, September*, 1–7. https://www.ksei.co.id/publications/demografi_investor.
- Lau, G. T., & Lee, S. H. (1999). Consumers' Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty. *Journal of Market - Focused Management*, 4(4), 341–370.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2013). The economic importance of financial literacy. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 65.
- Moliner, M. A., Sanchez, J., Rodriguez, R. M., & Callarisa, L. (2007). Relationship Quality with a Travel Agency: The Influence of the Postpurchase Perceived Value of a Tourism Package. *Tourism and Hospitality Research*, 7(3), 194–221. <https://doi.org/10.1057/palgrave.thr.6050052>.

- Muthia Willi Amanda, Mondra Neldi, & Putri Azizi. (2024). Pengaruh Pengetahuan Investasi Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Berinvestasi Di Pasar Modal Dengan Perkembangan Teknologi Digital Sebagai Variabel Moderasi. *Maeswara : Jurnal Riset Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(2), 176–195. <https://doi.org/10.61132/maeswara.v2i2.765>.
- Nguyen, N., Leclerc, A., & Leblanc, G. (2013). The Mediating Role of Customer Trust on Customer Loyalty. *Journal of Service Science and Management*, 6(1), 96–109.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2024). *Siaran Pers: OJK Dorong Penguatan Transparansi dan Inklusi Keuangan Pasar Modal, Perayaan 47 Tahun Diaktifkannya Kembali Pasar Modal Indonesia*. <https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/Perayaan-47-Tahun-Diaktifkannya-Kembali-Pasar-Modal-Indonesia.aspx>.
- Prasetyo, M. J., Yudiantoro, D., & Hidayati, A. N. (2022). Pengaruh Pengetahuan Investasi, Risiko Investasi, dan Motivasi Investasi terhadap Minat Berinvestasi pada Pasar Modal Syariah. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(5), 779–788. <https://bajangjournal.com/index.php/JEMBA/article/view/3365>.
- Putra, M. A., & Warmika, I. G. K. (2014). Pengaruh Kredibilitas Bintang Iklan dan Kredibilitas Merek terhadap Loyalitas Pengguna Sepeda Motor Yamaha. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 3(8), 2279–2294.
- Putra, R. J., & Qodary, H. F. (2021). Pengaruh Pengenaan Bea Materai Dan Kemudahan Teknologi Investasi Terhadap Minat Investasi Yang Dimoderasi Oleh Sosial Media Edukasi Saham. *Media Akuntansi Perpajakan*, 6(1), 31–39. <https://doi.org/10.52447/map.v6i1.5005>.
- Putri, E. C., & Sari, S. P. (2023). *Review of the Underpricing Phenomena in Companies Conducting IPO on the Indonesian Stock Exchange During the Pandemic Situation to the Endemic Covid-19*.
- Reviandani, W. (2023). Pengetahuan Investasi Memediasi Pengaruh Pepersepsi Return Dan Risiko Terhadap Minat Investasi Mahasiswa. *Jurnal Manajerial*, 10(02), 377. <https://doi.org/10.30587/jurnalmanajerial.v10i02.5523>.
- Siregar, S. (2015). *Statistik parametrik untuk penelitian kuantitatif: dilengkapi dengan perhitungan manual dan aplikasi SPSS versi 17*.
- Tandelilin, E. (2010). *Analisis Investasi dan Manajemen Portofolio, Edisi Kelima*. Yogyakarta.
- Universitas Terbuka. (2023). *Sejarah UT*. Universitas Terbuka. <https://www.ut.ac.id/sejarah-ut/>.
- Universitas Terbuka. (2024). *Ketahui Sejumlah Alasan Orang Takut untuk Kuliah, Segera Cari Solusinya*. <https://www.ut.ac.id/artikel/2024/10/kenali-sejumlah-alasan-orang-takut-untuk-kuliah-segera-cari-solusinya/#:~:text=Salah satu keunggulan utama UT,kegiatan lain yang memakan waktu>.
- UU Nomor 8 Tahun 1995. (1995). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1995 Tentang Pasar Modal*. <https://ojk.go.id/id/kanal/pasar->

modal/regulasi/undang - undang/Documents/ Pages/undang-undang-nomor-8-tahun-1995-tentang-pasar-modal/UU Nomor 8 Tahun 1995 (official).pdf.

- Yandes, J., Fadillah, S., Ismulyaty, S., & Destiana. (2025). Minat Investasi Saham Mahasiswa PTJJ dalam Pasar Modal: Menelusuri Variabel dan Pengaruhnya. *Dialektika : Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 10(1), 136–148. <https://doi.org/10.36636/dialektika.v10i1.5345>.
- Yusuf, M. (2019). Pengaruh Kemajuan Teknologi dan Pengetahuan terhadap Minat Generasi Milenial dalam Berinvestasi di Pasar Modal. *Jurnal Dinamika Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 86–94. <https://doi.org/10.21009/jdmb.02.2.3>.