

The Influence of Educational Content, Influencers and Religiosity on College Students' Interest In Sharia Stock Investing

Ilka Gusriani Dini^{*1}, Evan Stiawan², Kustin Hartini³

^{1,2,3} Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu, Kota Bengkulu, Indonesia

Corresponding Author: ilka.gusriandini@mail.uinfasbengkulu.ac.id

Info Article Received: 01 Juni 2026 Revised: 02 Juli 2026 Accepted: 01 Agustus 2026 Publication: 31 Agustus 2026	Abstract: This study aims to analyze the influence of educational content, influencers, and religiosity on students' interest in Islamic stock investment. The study employed a quantitative approach, with data collected through questionnaires distributed to 171 respondents. The population consisted of students of Ma'had Al-Jami'ah at Fatmawati Sukarno State Islamic University of Bengkulu. Data were analyzed using multiple linear regression with SPSS version 25. The results show that educational content, influencers, and religiosity each have a positive and significant effect on students' interest in Islamic stock investment. Simultaneously, the three variables also have a significant effect on students' investment interest. These findings indicate that improving the quality of educational content, involving credible influencers, and strengthening students' religiosity can increase their interest in Sharia-compliant investment. Therefore, information, social influence, and religious values are important factors in encouraging students to participate in Islamic stock investment in Indonesia.
Keywords: Educational Content, Influencers, Religiosity, Interest in Investing, Sharia Stocks. Kata Kunci: Konten Edukasi, Influencer, Religiusitas, Minat Investasi, Saham Syariah	Abstrak: Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh konten edukasi, influencer, dan religiusitas terhadap minat investasi saham syariah mahasiswa. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarkan kepada 171 responden. Populasi penelitian adalah mahasiswa Ma'had Al-Jami'ah Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu. Teknik analisis data menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial konten edukasi, influencer, dan religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi saham syariah mahasiswa. Secara simultan, ketiga variabel tersebut juga berpengaruh signifikan terhadap minat investasi saham syariah mahasiswa. Temuan penelitian mengindikasikan bahwa peningkatan kualitas konten edukasi, keberadaan influencer yang kredibel, dan tingkat religiusitas mahasiswa dapat memperkuat ketertarikan terhadap investasi berbasis syariah. Dengan demikian, aspek informasi, pengaruh sosial, dan nilai keagamaan menjadi faktor penting dalam mendorong keputusan awal mahasiswa untuk berinvestasi secara sesuai prinsip syariah di pasar modal Indonesia.
Licensed Under a Creative Commons Attribution 4.0 International License 	

INTRODUCTION

Di tengah era digitalisasi ekonomi global, investasi saham syariah semakin diminati sebagai instrumen keuangan halal yang sesuai dengan prinsip Islam, yakni menjauhi riba, gharar, dan maysir. Terutama investasi pada jenis saham (common stock), karena memberikan peluang memperoleh keuntungan jangka panjang melalui capital gain, kepemilikan saham, serta kemudahan dalam melakukan transaksi secara online (Saputra & Wardani, 2025). Hal ini juga terlihat dari tingkat investor pasar modal Indonesia yang saat ini didominasi oleh generasi muda. Berdasarkan data PT Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI), jumlah investor di pasar modal telah mencapai sekitar 12 juta investor, dengan sekitar 79% diantaranya berusia dibawah 40 tahun (Pers, 2024). Fenomena ini menjadi hal yang baik sebab jika dibandingkan dengan zaman sebelumnya orang mulai melakukan investasi ketika berusia 40 tahun atau bahkan 50 tahun keatas.

Di kalangan mahasiswa, yang merupakan kelompok yang secara demografis cenderung mahir teknologi dan sangat aktif di platform media sosial, topik-topik terkait pendidikan dan pengaruh sosial sangat relevan. Konten edukasi tentang keuangan, termasuk prinsip-prinsip syariah umumnya dianggap sebagai elemen kunci dalam meningkatkan minat terhadap aktivitas investasi. Selain itu, influencer terutama yang aktif di media sosial dan membahas isu-isu investasi, memiliki peranan penting dalam membentuk pandangan dan keputusan keuangan generasi muda. Sebagai contoh, sebuah studi yang dilakukan oleh Salfina dan Mariana menunjukkan bahwa influencer media sosial mempunyai pengaruh positif terhadap minat Generasi Z terhadap pasar modal secara keseluruhan (Salfina Dila Pramnesti & Mariana Mariana, 2025). Selain itu, religiusitas merupakan sejauh mana nilai-nilai agama memengaruhi keputusan finansial individu, dianggap sebagai variabel penting dalam bidang investasi Syariah. Beberapa studi menunjukkan bahwa religiusitas memiliki dampak signifikan terhadap keputusan investasi syariah. Seperti penelitian Kusumawati mengungkapkan bahwa religiusitas dapat memperkuat kepercayaan dan mendorong keputusan investasi syariah (Kusumawati et al., 2025). Namun, ada juga studi yang menyatakan bahwa religiusitas tidak selalu memiliki pengaruh signifikan terhadap minat investasi generasi muda, seperti dalam studi Afifah dan Tubastuvi, di mana faktor ini tidak memiliki efek nyata terhadap minat investasi Gen Z di pasar syariah (Tubastuvi, 2025).

Oleh karena itu, diperlukan analisis kuantitatif mengenai bagaimana ketiga faktor ini, konten edukasi, influencer, dan religiusitas, bersinergi atau bertentangan satu sama lain dalam membentuk minat mahasiswa terhadap saham syariah. Masalah utama yang

muncul adalah sejauh mana konten edukasi syariah di media sosial (seperti posting edukatif, video, atau infografis), pengaruh influencer keuangan syariah, serta latar belakang religiusitas mahasiswa memengaruhi minat mereka dalam berinvestasi pada instrumen saham syariah? Apakah pengaruh-pengaruh ini bervariasi antar kelompok mahasiswa sesuai dengan tingkat religiusitas mereka? Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) minat diartikan sebagai perhatian, ketertarikan, serta dorongan kuat untuk antusias terhadap sesuatu. Menurut Winkel yang dikutip dalam Afriana Dewi (A. Dewi, 2022) mendefinisikan minat sebagai kecenderungan tetap pada diri manusia untuk tertarik serta mendalami suatu bidang atau hal tertentu. Dengan demikian, minat berarti keinginan atau kecenderungan untuk memutuskan sesuatu tanpa dipaksa oleh siapa pun (A. A. Dewi et al., 2023). Sedangkan pengertian investasi menurut Inayah (Pana & Ambarwati, 2023), merupakan keputusan untuk menyimpan uang atau harta dengan harapan mendapatkan keuntungan di masa depan. Sederhananya, investasi yakni menunda penggunaan uang sekarang agar nilainya bertambah di masa mendatang.

Dalam Islam, investasi dianggap sebagai salah satu cara untuk memperoleh harta yang dimiliki dan harus dilakukan sesuai dengan prinsip Islam. Sebagaimana dalam Q.S Al-Hasyr ayat 18, Allah berfirman: “Hai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap orang memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat), dan bertakwalah kepada Allah. Sungguh, Allah Maha teliti terhadap apa yang kamu kerjakan.” Ayat ini dapat dijadikan pedoman dalam melakukan investasi untuk mencapai kebahagiaan di dunia dan akhirat, dengan niat yang baik agar bernilai ibadah (A. Dewi, 2022). Kemudian Kusmawati dalam (Lifiautami & Kaukab, 2022) mendefinisikan minat investasi ialah keinginan untuk mempelajari berbagai jenis investasi, mulai dari manfaat, kekurangan, kinerja, dan sebagainya. Sederhananya, minat investasi merupakan keinginan untuk menginvestasikan uang pada suatu aset dan mempelajari berbagai jenis investasi untuk mendapatkan keuntungan di masa depan. Minat investasi merupakan keinginan untuk menginvestasikan uang pada suatu aset dan mempelajari berbagai jenis investasi untuk mendapatkan keuntungan di masa depan (P. Lestari et al., 2024).

Dalam literatur terkini, sejumlah studi relevan telah dilakukan. Studi Alfiah (Alfiah, 2023) menunjukkan bahwa influencer memiliki dampak signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi Ajaib untuk aktivitas investasi syariah. Studi lain oleh Rohmah dan Sholahuddin (Sholahuddin, 2025) menganalisis pengaruh literasi pasar modal syariah dan influencer media sosial terhadap minat investasi Generasi Z, dengan modal minimum

sebagai mediator, dan menyimpulkan bahwa pengaruh influencer sangat dominan, sementara literasi syariah hanya memiliki dampak langsung yang moderat. Lathifah (Lathifah & Garbo, 2022) juga melakukan penelitian tentang investasi saham syariah selama pandemi, di mana variabel influencer media sosial dimasukkan sebagai salah satu faktor pendorong minat investasi. Selain itu, penelitian oleh Hidayanti (Hidayanti et al., 2025) dan rekan-rekannya menyelidiki dampak religiusitas, perilaku keuangan, dan faktor lain terhadap keputusan investasi syariah, dan menemukan bahwa religiusitas memiliki pengaruh positif, sementara literasi keuangan dapat memoderasi efek faktor-faktor tersebut.

Namun, sebagian besar penelitian ini lebih fokus pada populasi investor umum atau pengguna platform Fintech, seperti pengguna aplikasi Bibit, daripada mahasiswa sebagai kelompok spesifik. Selain itu, tidak banyak penelitian yang menggabungkan ketiga variabel utama (konten edukasi, influencer, dan religiusitas) secara bersamaan dalam model terintegrasi untuk populasi mahasiswa. Beberapa studi juga hanya fokus pada literasi keuangan secara umum, tanpa menjelaskan secara rinci aspek-aspek yang lebih spesifik dan relevan dari konten edukasi syariah bagi mahasiswa Muslim. Berdasarkan tinjauan sebelumnya, terdapat beberapa kelemahan yang jelas. Pertama, studi-studi sebelumnya cenderung menekankan literasi keuangan atau literasi syariah secara umum, tanpa mengeksplorasi secara mendalam unsur-unsur konten edukasi investasi di platform digital dan media sosial sebagai variabel independen. Kedua, meskipun peran influencer menjadi fokus penelitian, pengaruh mereka dalam konteks investasi syariah bagi mahasiswa khususnya masih jarang diintegrasikan ke dalam kerangka penelitian yang mencakup faktor-faktor edukasi dan religiusitas. Ketiga, studi tentang religiusitas di kalangan generasi muda, terutama mahasiswa, menghasilkan hasil yang tidak konsisten (beberapa menunjukkan pengaruh yang signifikan, beberapa yang lain tidak), sehingga memerlukan klarifikasi empiris yang lebih mendalam. Keempat, sebagian besar studi dilakukan di area atau sampel yang terbatas (misalnya, pengguna aplikasi investasi atau Generasi Z secara umum) dan belum sepenuhnya menargetkan mahasiswa dari berbagai universitas dengan latar belakang agama yang beragam.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi celah-celah tersebut dengan menguji tiga variabel (konten pendidikan syariah, influencer, dan keagamaan) dalam model terintegrasi di kalangan populasi mahasiswa, sambil menilai kontribusi masing-masing variabel terhadap minat dalam investasi saham syariah dengan mempertimbangkan perbedaan religiusitas di kalangan mahasiswa. Penelitian ini

bertujuan mengukur pengaruh konten edukasi, influencer, dan religiusitas terhadap minat investasi saham syariah di kalangan mahasiswa, serta menganalisis peran religiusitas sebagai moderator antara konten edukasi dan influencer dengan minat investasi. Secara teoritis, penelitian ini memperluas studi perilaku keuangan Islam dan literasi syariah dengan menggabungkan ketiga variabel tersebut pada populasi mahasiswa, sekaligus mengklarifikasi hasil penelitian yang inkonsisten mengenai religiusitas dalam konteks generasi muda dan investasi syariah. Secara praktis, hasilnya dapat membantu lembaga keuangan Islam, penyedia layanan investasi syariah, dan lembaga pendidikan dalam merancang strategi edukasi keuangan yang efektif, termasuk kolaborasi dengan influencer Islam dan pengembangan konten sesuai tingkat keagamaan mahasiswa, serta membantu kampus dan organisasi mahasiswa meningkatkan literasi syariah dan partisipasi investasi sesuai prinsip Islam.

METHOD

Penelitian ini dilaksanakan di Ma'had Al Jami'ah Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno (UINFAS) Bengkulu, Jl. Raden Fatah, Pagar Dewa, Kota Bengkulu. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif untuk menganalisis hubungan antarvariabel yang diteliti. Populasi penelitian adalah mahasiswa Ma'had Al Jami'ah UINFAS Bengkulu yang berstatus sebagai mahasiswa aktif. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dan diperoleh sebanyak 171 responden. Kriteria responden meliputi mahasiswa Ma'had Al Jami'ah UINFAS Bengkulu, memiliki akun media sosial, memiliki atau belum memiliki akun investasi saham, serta memiliki ketertarikan terhadap investasi. Data primer diperoleh secara langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner secara daring menggunakan Google Form. Data sekunder diperoleh dari jurnal, buku, internet, dan karya ilmiah yang relevan untuk mendukung serta memperkuat pembahasan penelitian. Kuesioner disusun berdasarkan indikator dari masing-masing variabel penelitian dan disebarkan kepada 171 responden. Pengukuran jawaban responden menggunakan skala Likert yang dimodifikasi menjadi skala 10 poin, yaitu dari angka 1- 10. Skor 1 menunjukkan persepsi paling negatif atau Sangat Tidak Setuju, skor 10 menunjukkan persepsi paling positif atau Sangat Setuju. Penggunaan skala 10 poin bertujuan memperoleh data yang lebih akurat, meningkatkan reliabilitas, serta memberikan ruang yang lebih luas bagi responden dalam mengekspresikan gradasi pendapat (Barooah, 2026).

RESULTS AND DISCUSSION

Result

Karakteristik Responden

Responden pada penelitian ini merupakan mahasiswa yang bermukim di Ma'had Al-Jami'ah UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu (mahasantri). Karakteristik responden penelitian ini terdiri atas jenis kelamin, fakultas dan semester responden. Serta ada karakteristik tambahan yakni kepemilikan akun investasi, mengikuti minimal satu financial influencer dan media sosial yang sering gunakan untuk mencari informasi. Berikut merupakan karakteristik responden yang dilakukan terhadap 171 responden pada penelitian ini.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Jumlah Responden	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Perempuan	156	91,2
	Laki-laki	15	8,8
Fakultas	FTT	88	51,5
	FUAD	38	22,2
	FEBI	25	14,6
	F.SYARIAH	20	11,7
Semester	2	41	24
	4	44	25,7
	6	37	21,6
	8	49	28,7
Akun Investasi	Sudah punya	43	25,1
	Belum punya	128	74,9
Mengikuti Influencer	Ya	110	64,3
	Tidak	61	35,7
Media Sosial	Instagram	50	29,2
	TikTok	103	60,2
	YouTube	5	3
	Lainnya	13	7,6

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2026

Uji Validitas

Uji validitas merujuk pada sejauh mana instrumen atau pernyataan secara tepat dapat mengukur elemen yang sebenarnya harus diukur (Nurhalimah et al., 2025). Dengan menggunakan alat ukur berupa kuesioner. Indikator pada setiap instrumen pernyataan dikatakan valid apabila nilai r hitung $> r$ tabel. Pengujian validitas pada penelitian ini menggunakan analisis bivariate person (product moment person) dengan taraf signifikan 5% (0,05). Hasil r hitung akan dibandingkan dengan r tabel, dimana r tabel ditentukan berdasarkan degree of freedom (df). Rumus: $df = N - 2 = 30 - 2 = 28$. Maka, diperoleh r tabel sebesar 0,3610 (Utami et al., 2023).

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Ket
Konten Edukasi (X1)	Butir 1	0,778	0,3610	Valid
	Butir 2	0,796	0,3610	Valid
	Butir 3	0,921	0,3610	Valid
	Butir 4	0,882	0,3610	Valid
	Butir 5	0,723	0,3610	Valid
<i>Influencer</i> (X2)	Butir 1	0,846	0,3610	Valid
	Butir 2	0,955	0,3610	Valid
	Butir 3	0,931	0,3610	Valid
	Butir 4	0,907	0,3610	Valid
	Butir 5	0,818	0,3610	Valid
Religiusitas (X3)	Butir 1	0,719	0,3610	Valid
	Butir 2	0,796	0,3610	Valid
	Butir 3	0,701	0,3610	Valid
	Butir 4	0,854	0,3610	Valid
	Butir 5	0,849	0,3610	Valid
	Butir 6	0,763	0,3610	Valid
Minat Investasi (Y)	Butir 1	0,901	0,3610	Valid
	Butir 2	0,942	0,3610	Valid
	Butir 3	0,913	0,3610	Valid
	Butir 4	0,937	0,3610	Valid
	Butir 5	0,930	0,3610	Valid
	Butir 6	0,890	0,3610	Valid

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2026

Dari tabel diatas, diketahui bahwa untuk setiap variabel penelitian memiliki nilai r hitung > r tabel (0,3610). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa semua item kuesioner dalam penelitian ini dinyatakan valid & layak untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data.

Uji Reabilitas

Uji Reliabilitas dapat dilakukan menggunakan rumus Alpha Cronbach pada SPSS. Dengan nilai Alpha Cronbach > 0,60 yang menunjukkan bahwa alat atau variabel tersebut dapat dianggap konsisten atau reliabel dalam pengukurannya (Forester et al., 2024).

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Alpha (α)	Keterangan
Konten Edukasi (X1)	0,890	0,60	Reliabel
<i>Influencer</i> (X2)	0,936	0,60	Reliabel
Religiusitas (X3)	0,857	0,60	Reliabel
Minat Investasi (Y)	0,962	0,60	Reliabel

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2026

Berdasarkan tabel 3, hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh variabel penelitian memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih besar 0,60. Dapat disimpulkan, bahwa semua instrumen atau item pernyataan dalam kuesioner penelitian ini dinyatakan reliabel dan konsisten.

Uji Normalitas

Untuk menguji normalitas, penelitian ini menganalisis residual tidak terstandarisasi (unstandardized residual). Maka data dapat dinyatakan berdistribusi normal jika nilai probabilitas (Asymp. Sig. 2-tailed) yang diperoleh berdasarkan hasil uji one sample Kolmogrov-Smirnov lebih besar nilainya dibandingkan tingkat signifikansi 5% (0,05).

Tabel 4. One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		171
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	6,72077111
Most Extreme Differences	Absolute	,064
	Positive	,060
	Negative	-,064
Test Statistic		,064
Asymp. Sig. (2-tailed)		,083 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2026

Menurut Tabel 4.3, hasil uji normalitas menunjukkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,083. Nilai signifikansi tersebut lebih besar dari taraf signifikansi yang ditentukan, yaitu $0,083 > 0,05$. Disimpulkan bahwa, nilai residual dalam model regresi ini berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk melihat apakah ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel bebas (Independen) dalam model regresi linear berganda. Ini dapat dilakukan dengan membandingkan nilai tolerance atau VIF. Apabila nilai Tolerance $> 0,10$ atau VIF $< 10,00$ dapat dinyatakan bebas dari gejala multikolinearitas.

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

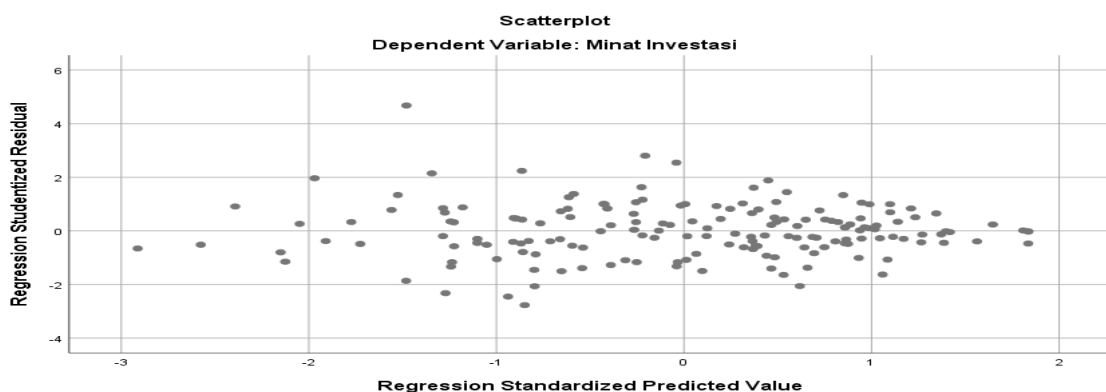
Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5,291	2,602		2,033	,044		
	Konten Edukasi (X1)	,249	,079	,237	3,160	,002	,369	2,713
	Influencer (X2)	,506	,093	,447	5,467	,000	,310	3,228
	Religiusitas (X3)	,285	,061	,253	4,700	,000	,713	1,402
a. Dependent Variable: Minat Investasi (Y)								

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2026

Menurut data pada tabel 5, menunjukkan bahwa semua variabel independen dalam studi ini memiliki nilai Tolerance $> 0,10$ dan nilai VIF $< 10,00$. Dengan demikian, model regresi ini dinyatakan bebas dari gejala multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk memastikan apakah ada penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas, yaitu apakah ada perbedaan varian residual untuk setiap pengamatan dalam model regresi (Forester et al., 2024). Ada beberapa cara mendeteksi heteroskedastisitas, berikut tabel hasil uji heteroskedastisitas dengan metode grafik Scatterplott.



Gambar 1. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2026

Dari grafik diatas, dapat dilihat titik-titik sample menyebar serta tidak membentuk pola tertentu. Maka, disimpulkan bahwa pola tersebut tidak menunjukkan heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan analisis statistik yang digunakan untuk mengevaluasi bagaimana beberapa variabel bebas atau variabel independen berpengaruh pada satu variabel terikat atau variabel dependen.

Tabel 6. Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5,291	2,602		2,033	,044		
	Konten Edukasi (X1)	,249	,079	,237	3,160	,002	,369	2,713
	Influencer (X2)	,506	,093	,447	5,467	,000	,310	3,228
	Religiusitas (X3)	,285	,061	,253	4,700	,000	,713	1,402
a. Dependent Variable: Minat Investasi (Y)								

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2026

Dari tabel 4.5 didapatkan persamaan regresi linear berganda, yakni:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3$$

$$Y = 5,291 + 0,249X_1 + 0,506X_2 + 0,285X_3$$

Dari persamaan regresi linear berganda dapat dijelaskan, bahwa:

- Nilai konstanta sebesar 5,567. Hal ini menunjukkan bahwa apabila X_1 , X_2 , dan X_3 bernilai sebesar 0 maka nilai Y tetap sebesar 5,567.
- Nilai koefisien variabel X_1 sebesar 0,249 dan bernilai positif. Hal ini menunjukkan bahwa apabila variabel X_1 naik 1 satuan maka variabel Y juga akan meningkat.
- Nilai koefisien variabel X_2 sebesar 0,506 dan bernilai positif. Hal ini menunjukkan bahwa apabila variabel X_2 naik 1 satuan maka variabel Y juga akan meningkat.
- Nilai koefisien variabel X_3 sebesar 0,285 dan bernilai positif. Hal ini menunjukkan bahwa apabila variabel X_3 naik 1 satuan maka variabel Y juga akan meningkat.

Uji Hipotesis

Pada uji hipotesis, yang pertama ada uji T. Uji T digunakan untuk mengukur pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai sig. $< 0,05$ serta membandingkan nilai t hitung $> t$ tabel.

Tabel 7. Hasil Uji T

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5,291	2,602		2,033	,044		
	Konten Edukasi (X1)	,249	,079	,237	3,160	,002	,369	2,713
	Influencer (X2)	,506	,093	,447	5,467	,000	,310	3,228
	Religiusitas (X3)	,285	,061	,253	4,700	,000	,713	1,402
a. Dependent Variable: Minat Investasi (Y)								

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2026

- Hipotesis Pertama (H_1). Dari hasil uji t, diketahui variabel X_1 memiliki nilai t hitung sebesar $3,160 > t$ tabel ($1,974$) serta nilai sig. sebesar $0,002 < 0,05$. maka, H_1 diterima yang menunjukkan bahwa X^1 berpengaruh positif & signifikan terhadap Y .
- Hipotesis Kedua (H_2) Dari hasil uji t, variabel X_2 memiliki nilai t hitung sebesar $5,467 > t$ tabel ($1,974$) serta nilai sig. Sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, H_2 diterima yang menunjukkan bahwa X_2 berpengaruh positif dan signifikan terhadap Y .

3) Hipotesis Ketiga (H_3). Dari hasil uji t, variabel X_3 memiliki nilai t hitung sebesar $4,700 > t$ tabel (1,974) serta nilai sig. Sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, H_3 diterima yang menunjukkan bahwa X_3 berpengaruh positif dan signifikan terhadap Y.

Kemudian, pada uji hipotesis juga dilakukan Uji F. Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh beberapa variabel bebas secara bersamaan terhadap variabel terikat. Jika hasil uji F menunjukkan nilai F hitung $>$ nilai F tabel dan nilai sig. $< 0,05$, dapat disimpulkan bahwa secara bersamaan variabel bebas tersebut berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Tabel 8. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	14525,322	3	4841,774	105,301	,000 ^b
	Residual	7678,690	167	45,980		
	Total	22204,012	170			
a. Dependent Variable: Minat Investasi (Y)						
b. Predictors: (Constant), Religiusitas, Konten Edukasi, Influencer						

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2026

Berdasarkan hasil uji F pada tabel 4.8, diperoleh nilai F hitung sebesar $105,301 >$ F tabel (2,658), dengan nilai sig. sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa secara simultan atau bersamaan ketiga variabel bebas, variabel konten edukasi (X_1), influencer (X_2), dan religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi mahasiswa. Dengan demikian, hipotesis keempat (H_4) diterima.

Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi bertujuan mengetahui seberapa besar kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat. Hasil dari uji ini berupa persentase yang berkisar antara di atas 0% hingga di bawah 100%.

Tabel 9. Analisis Regresi Linear Berganda

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,809 ^a	,654	,648	6,781
a. Predictors: (Constant), Religiusitas, Konten Edukasi, Influencer				
b. Dependent Variable: Minat Investasi				

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2026

Diketahui berdasarkan hasil uji koefisien determinasi yang ditunjukkan pada tabel Model Summary, ditemukan nilai R Square (R^2) sebesar 0,654 yang menunjukkan bahwa variabel independen yaitu konten edukasi, influencer, dan religiusitas dapat menjelaskan sebesar 65,4% variabel minat investasi, sedangkan sisanya sebesar 34,6% dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian. Menurut nilai Adjusted R Square

sebesar 0,648, model regresi yang digunakan memiliki kemampuan yang cukup kuat dan tidak mengalami bias yang signifikan untuk menjelaskan variabel dependen.

Discussion

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten edukasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi saham syariah mahasiswa. Hal ini dibuktikan melalui nilai t hitung sebesar $3,160 > t$ tabel $1,974$ serta nilai signifikansi sebesar $0,002 < 0,05$. Dengan demikian, hipotesis pertama (H_1). Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kualitas, frekuensi, dan intensitas mahasiswa dalam mengakses konten edukasi tentang investasi syariah, maka semakin tinggi pula minat mahasiswa untuk berinvestasi pada saham syariah. Konten edukasi yang disajikan melalui media digital seperti Instagram, TikTok, YouTube, webinar, dan infografis dapat membantu mahasiswa memahami mengenai manfaat investasi, mekanisme pasar modal syariah, serta risiko yang mungkin dihadapi investor.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Financial Literacy Theory yang dikemukakan oleh Lusardi dan Mitchell yang menyatakan bahwa pengetahuan keuangan yang diperoleh melalui pendidikan dapat meningkatkan kemampuan individu dalam membuat keputusan keuangan yang lebih rasional (Sari, 2021). Mahasiswa memperoleh informasi yang cukup melalui konten edukasi yang membuat mereka lebih yakin untuk memulai berinvestasi. Temuan ini juga mendukung Social Learning Theory dari Bandura yang menjelaskan bahwa individu dapat belajar melalui observasi informasi yang disajikan dalam lingkungan sosial dan digital (Pramudiantoro et al., 2025). Menurut Theory of Planned Behavior (TPB), konten edukasi berkontribusi dalam membentuk sikap positif terhadap investasi syariah. Ketika mahasiswa memahami manfaat dan keselarasan investasi saham syariah dengan prinsip Islam, maka mereka akan cenderung memiliki keinginan untuk berinvestasi (Sjahrudin et al., 2023). Hasil penelitian Feby Nada Islamy (Islamy, 2023) yang menemukan bahwa konten media sosial mempengaruhi minat Gen Z Muslim dalam berinvestasi saham syariah secara signifikan. Sebuah penelitian yang dilakukan oleh Wiratama dan Hayati (Wiratama & Hayati, 2023) juga mendukung temuan ini, yang menyatakan bahwa edukasi mengenai pasar modal syariah dapat meningkatkan minat mahasiswa untuk berinvestasi. Selain itu, penelitian Riswhyuning dkk. (Riswhyuning et al., 2025) menunjukkan bahwa edukasi pasar modal memainkan peran penting dalam meningkatkan pemahaman dan minat investasi mahasiswa.

Salah satu masalah utama yang diangkat dalam penelitian ini adalah rendahnya minat mahasiswa terhadap investasi saham syariah karena kurangnya pemahaman investasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten edukasi dapat membantu mengatasi kesenjangan informasi tersebut. Oleh karena itu, peningkatan penyediaan konten edukasi yang menarik, mudah dipahami, dan berbasis syariah adalah metode yang efektif untuk meningkatkan keterlibatan mahasiswa dalam pasar modal syariah. Kemudian, hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa influencer berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi saham syariah mahasiswa. Hal ini dibuktikan melalui nilai t hitung sebesar $5,467 > 1,974$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, hipotesis kedua (H2) diterima. Nilai koefisien regresi influencer sebesar 0,506 adalah yang terbesar dari semua variabel dalam meningkatkan minat investasi saham syariah mahasiswa. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa influencer merupakan variabel yang paling berpengaruh dalam meningkatkan minat mahasiswa dalam berinvestasi saham syariah. Temuan ini menunjukkan bahwa mahasiswa lebih cenderung menjadikan influencer untuk mendapatkan informasi dan referensi tentang investasi saham syariah. Kepercayaan yang tinggi terhadap influencer yang memiliki kompetensi, kredibilitas, dan pengalaman dalam berinvestasi dapat mendorong mahasiswa untuk tertarik mempelajari bahkan melakukan investasi.

Secara teoritis, hasil penelitian ini mendukung Social Proof Theory yang dikemukakan oleh Robert Cialdini (Cialdini, 2024). Menurut teori ini, individu cenderung mengikuti perilaku orang lain yang dianggap memiliki otoritas dan kredibilitas. Dalam penelitian ini, mahasiswa cenderung lebih percaya pada rekomendasi dan pengalaman investasi yang dibagikan oleh influencer, yang menyebabkan mereka meniru perilaku influencer. Hasil penelitian ini juga mendukung Theory of Planned Behavior, terutama mengenai aspek norma subjektif. Influencer dapat mempengaruhi minat mahasiswa untuk berinvestasi karena mereka dapat membentuk persepsi sosial bahwa investasi saham syariah adalah aktivitas yang positif, modern dan bermanfaat (Rahadjeng & Fiandari, 2020). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Feby Nada Islamy (Islamy, 2023) yang menemukan bahwa influencer memiliki dampak positif yang signifikan terhadap minat Gen Z Muslim pada investasi saham syariah. Selain itu, penelitian Harun, Monoarfa, dan Dungga (Harun et al., 2025) menemukan bahwa influencer keuangan dapat meningkatkan minat mahasiswa terhadap investasi pada pasar modal. Penelitian yang dilakukan oleh Bastomi dan Nurhidayah (Bastomi &

Nurhidayah, 2023) juga menunjukkan bahwa social media influencer menjadi salah satu faktor yang memengaruhi minat Gen Z untuk berinvestasi di pasar modal syariah.

Implikasi dari hasil penelitian ini menunjukkan perlunya kolaborasi antara lembaga keuangan syariah, Bursa Efek Indonesia, Galeri Investasi Syariah, dan influencer keuangan syariah yang kredibel untuk memberikan pengetahuan investasi yang lebih luas kepada mahasiswa. Namun, mahasiswa harus tetap kritis terhadap informasi yang diberikan influencer agar tidak terjebak pada keputusan investasi yang hanya didasarkan pada promosi dan tren semata. Selanjutnya, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa religiusitas memengaruhi minat mahasiswa dalam investasi saham syariah secara positif dan signifikan. Hal ini dibuktikan dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung sebesar 4,700. Sehingga, hipotesis ketiga (H3) diterima. Hasilnya menunjukkan apabila semakin tinggi tingkat religiusitas mahasiswa, maka akan semakin tinggi juga minat mahasiswa untuk berinvestasi pada instrumen saham syariah. Mahasiswa yang mempunyai pemahaman agama yang baik cenderung lebih memperhatikan aspek kehalalan dalam aktivitas keuangan, sehingga mereka lebih memilih instrumen investasi yang sesuai dengan prinsip Islam.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori religiusitas Glock dan Stark (S. N. A. Lestari, 2024) , yang menjelaskan bahwa keyakinan, praktik ibadah, penghayatan, pengalaman, dan pengetahuan agama seseorang akan mempengaruhi perilaku mereka di kehidupan sehari-hari, termasuk dalam membuat keputusan ekonomi dan investasi. Religiusitas merupakan dasar moral yang mendorong individu untuk menghindari riba, gharar, dan maysir dalam perspektif ekonomi Islam. Oleh karena itu, mahasiswa yang sangat religius akan lebih tertarik pada investasi saham syariah karena dianggap sesuai dengan nilai-nilai Islam yang mereka yakini. Penelitian oleh Rizal Muttaqin dan Rosida Dwi Ayuningtyas (Muttaqin & Ayuningtyas, 2022) menemukan bahwa religiusitas berdampak positif dan signifikan terhadap minat investasi pasar modal syariah. Penelitian yang dilakukan Anisa Dewi Arismaya (Arismaya, 2024) juga menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh positif signifikan terhadap minat investasi mahasiswa. Selain itu, penelitian Muhammad Rais, dkk. (Rais et al., 2023) menemukan bahwa religiusitas menjadi salah satu faktor yang mendorong Gen Z untuk berinvestasi dalam saham syariah.

Hasil penelitian ini sekaligus memperjelas temuan penelitian sebelumnya yang menunjukkan temuan yang tidak konsisten tentang pengaruh religiusitas. Dalam lingkungan mahasiswa Ma'had Al-Jami'ah UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu dimana

lingkungannya sangat religius, religiusitas terbukti menjadi faktor penting dalam membentuk minat dalam investasi saham syariah. Dari hasil uji F menunjukkan bahwa konten edukasi, influencer, dan religiusitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa terhadap investasi saham syariah. Dibuktikan oleh nilai F hitung sebesar $105,301 > F \text{ tabel } 2,658$ dengan tingkat signifikansi 0,000. Oleh karena itu, hipotesis keempat (H4) diterima. Berdasarkan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,654 menunjukkan bahwa 65,4% variasi minat investasi mahasiswa pada saham syariah dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut. Angka-angka ini menunjukkan bahwa model yang kuat dapat menjelaskan minat investasi mahasiswa. Sementara itu, faktor lain seperti literasi keuangan, persepsi risiko, modal investasi minimum, pendapatan, motivasi investasi, kemudahan teknologi, dan faktor psikologi lainnya yang tidak teliti dalam penelitian ini berkontribusi sebesar 34,6%. Dalam studi ini, konten edukasi membentuk sikap positif terhadap investasi, influencer memperkuat norma subjektif, dan religiusitas memperkuat nilai dan keyakinan yang mendasari keputusan investasi syariah. Kombinasi ketiga faktor tersebut secara simultan menghasilkan peningkatan minat investasi saham syariah mahasiswa.

CONCLUSION

Diketahui dari hasil penelitian serta pembahasan yang telah dilakukan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa, konten edukasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi saham syariah mahasiswa. Kemudian hasil ini menunjukkan bahwa semakin sering mahasiswa mengakses, memperhatikan, dan meluangkan waktu untuk mempelajari konten edukasi investasi syariah, maka semakin tinggi pula minat mahasiswa untuk berinvestasi pada saham syariah. Konten edukasi mampu meningkatkan pemahaman mahasiswa tentang mekanisme, manfaat, dan prinsip-prinsip investasi syariah sehingga mendorong terbentuknya minat mahasiswa untuk berinvestasi. Selain itu, influencer juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi saham syariah mahasiswa. Temuan ini menunjukkan bahwa meningkatkan ketertarikan mahasiswa pada investasi saham syariah dapat dipengaruhi oleh influencer yang memiliki kredibilitas, keahlian, dan kemampuan dalam menyampaikan informasi investasi. Influencer menjadi salah satu sumber informasi yang mampu membentuk persepsi positif mahasiswa terkait investasi dan mendorong mereka untuk mempelajari serta mempertimbangkan investasi saham syariah. Adapun religiusitas juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi saham syariah. Hal ini menunjukkan

bahwa semakin tinggi tingkat religiusitas mahasiswa, maka akan semakin besar pula minat mereka untuk berinvestasi pada instrumen yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.

Religiusitas mendorong mahasiswa untuk lebih memperhatikan aspek kehalalan dalam aktivitas keuangan serta memilih investasi yang terbebas dari unsur riba, gharar, dan maysir. Sehingga, konten edukasi, influencer, dan religiusitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi saham syariah mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa minat investasi saham syariah mahasiswa tidak hanya dipengaruhi oleh aktor pengetahuan yang diperoleh melalui konten edukasi, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor sosial melalui influencer dan faktor internal berupa religiusitas. Ketiga variabel tersebut secara bersama-sama mampu menjelaskan sebagian besar variasi minat investasi saham syariah mahasiswa, sehingga dapat menjadi faktor penting dalam upaya meningkatkan partisipasi mahasiswa dalam berinvestasi syariah. Mahasiswa diharapkan meningkatkan pemahaman tentang investasi saham syariah melalui sumber edukasi yang kredibel serta lebih selektif terhadap informasi dari influencer. Pihak Ma'had Al-Jami'ah sekaligus pihak kampus UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu diharapkan memperkuat program literasi dan edukasi investasi syariah, termasuk mendorong mahasiswa untuk memiliki akun investasi. Kemudian Bursa Efek Indonesia dan lembaga keuangan syariah juga disarankan mengembangkan strategi edukasi digital yang lebih kreatif serta mudah dipahami generasi muda. Serta influencer dan konten kreator perlu menyajikan informasi investasi yang edukatif, objektif, dan bertanggung jawab. Sedangkan peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah variabel, memperluas responden, dan menggunakan metode penelitian yang lebih beragam sehingga hasil penelitian dapat lebih komprehensif.

REFERENCES

- Alfiah, A. F. (2023). *Pengaruh influencer terhadap minat investasi syariah pada aplikasi Ajaib: Perluasan TAM* [Undergraduate thesis, Universitas Islam Indonesia]. Universitas Islam Indonesia Repository. <https://dspace.uii.ac.id/handle/123456789/47065>
- Arismaya, A. D. (2024). Literasi keuangan, persepsi risiko, dan religiusitas terhadap minat investasi di pasar modal syariah. *Financial: Jurnal Akuntansi*, 10(2), 128–133. <https://doi.org/10.37403/financial.v10i2.596>

- Azizah, N., & Chalimatusadiah, C. (2025). Uji validitas dan uji reliabilitas instrumen penelitian pemahaman konsep dasar aljabar. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9(1), 6637–6643. <https://doi.org/10.31004/jptam.v9i1.25533>
- Barooah, I. (2026, June 1). *The 1 to 10 rating scale survey: Meaning, examples and tips to improve response quality*. Merren. <https://merren.io/blogs/collect-feedback-with-1-to-10-rating-survey-scale/>
- Bastomi, M., & Nurhidayah, N. (2023). Faktor penentu minat investasi di pasar modal syariah: Studi pada Generasi Z Kota Malang. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari dan Manajemen*, 7(2), 185–196. <https://doi.org/10.31294/widyacipta.v7i2.16255>
- Dewi, A. (2022). *Pengaruh psikologi investasi, media sosial dan perilaku terencana terhadap minat investasi pasar modal syariah* [Undergraduate thesis, Universitas Islam Indonesia]. Universitas Islam Indonesia Repository. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/41829>
- Dewi, A. A., Mayasuri, Damayanti, N., Mulyadi, H. D., & Hidayaty, D. E. (2023). Pengaruh pendidikan dan pengetahuan terhadap minat investasi pada pasar modal. *Multilingual: Journal of Universal Studies*, 3(1), 53–59. <https://doi.org/10.26499/multilingual.v3i1.123>
- Forester, B. J., Khater, A. I. A., Afgani, M. W., & Isnaini, M. (2024). Penelitian kuantitatif: Uji reliabilitas. *Edu Society: Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial dan Pengabdian kepada Masyarakat*, 4(3), 1812–1820. <https://doi.org/10.56832/edu.v4i3.577>
- Harun, I. M., Monoarfa, M. A. S., & Dungga, M. F. (2025). Pengaruh social media influencer dan pengetahuan keuangan terhadap minat investasi mahasiswa di pasar modal. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 7(4), 1086–1102. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v7i4.5888>
- Hidayanti, F., Tubastuvi, N., Wahyuni, S., & Santoso, S. B. (2025). The impact of religiosity, risk tolerance, financial behavior, and locus of control on sharia investment decisions: The moderating role of financial literacy. *Jurnal REKSA: Rekayasa Keuangan, Syariah dan Audit*, 12(1), 54–79. <https://doi.org/10.12928/jreksa.v12i1.11329>
- Islamy, F. N. (2023). *Pengaruh influencer, konten media sosial, dan literasi keuangan terhadap minat Generasi Z Muslim dalam berinvestasi saham syariah dengan perilaku syariah sebagai variabel moderasi* [Undergraduate thesis, UIN Sunan

- Kalijaga Yogyakarta]. Institutional Repository UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
<https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/60628/>
- Kusumawati, R., Nadia, L. P., & Jaboob, M. (2025). The impact of religiosity and perceived risk on sharia investment decisions: The mediating effect of perceived trust. *Journal of Islamic Economic and Business Research*, 5(1), 175–195.
<https://doi.org/10.18196/jiebr.v5i1.304>
- 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. <https://doi.org/10.20885/abhats.vol3.iss1.art5>
- Lestari, P., Saladin, H., & Oktariansyah. (2024). Analisis pengetahuan investasi, risiko investasi dan modal minimal terhadap minat investasi di pasar modal. *Wacana Ekonomi: Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Akuntansi*, 23(2), 131–145.
<https://doi.org/10.22225/we.23.2.2024.131-145>
- Lestari, S. N. A. (2024). *Pengaruh literasi keuangan syariah dan religiusitas terhadap minat investasi saham syariah tinjauan Theory of Planned Behavior (Studi pada alumni FEBI UINSI Samarinda 2014–2016)* [Master's thesis, Universitas Islam Indonesia]. Universitas Islam Indonesia Repository.
<https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/48655>
- Lifiautami, L., & Kaukab, M. E. (2022). Faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa dalam berinvestasi pada saham syariah. *Journal of Economics, Management, and Business*, 1(1), 43–59. <https://doi.org/10.32699/magna.v1i1.3273>
- Muttaqin, R., & Ayuningtyas, R. D. (2022). Pengaruh literasi keuangan, religiusitas dan pendapatan terhadap minat investasi di pasar modal syariah. *Stability: Journal of Management & Business*, 5(1), 75–85.
<https://doi.org/10.26877/sta.v5i1.12008>
- Nurhalimah, S., Shalihah, I., Raswan, R., & Ridlo, U. (2025). Uji validitas dan reliabilitas. *Luxfia: Journal of Multidisciplinary Research*, 1(1), 69–81.
<https://risetkendikia.com/index.php/journal-luxfia/article/view/131>
- Pana, V., & Ambarwati, L. (2023). Pengaruh ekspektasi return dan literasi keuangan terhadap minat berinvestasi emas pada mahasiswa STIE Widya Wiwaha. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan (JAK)*, 11(2), 176–182.
<https://doi.org/10.29103/jak.v11i2.12193>
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2024, January 15). *Pasar modal goes to young generation: Gaet investor muda, tingkatan nilai*

- kapitalisasi pasar*. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/5589/pasar-modal-goes-to-young-generation-gaet-investor-muda-tingkatkan-nilai-kapitalisasi-pasar>
- Pramudiantoro, K., Maharani, H., & Nindiatma, B. A. (2025). Upaya guru dalam mengimplementasi teori belajar sosial Albert Bandura di kelas. *Jurnal At-Tarbiyyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Islam*, 11(1), 17–24. <https://doi.org/10.54621/jiat.v11i1.1037>
- Rahadjeng, E. R., & Fiandari, Y. R. (2020). The effect of attitude, subjective norms and control of behavior towards intention in share investment. *Manajemen Bisnis*, 10(2), 17–26. <https://doi.org/10.22219/jmb.v10i2.13616>
- 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. <https://doi.org/10.31949/maro.v6i2.7178>
- Riswahyuning, M. S., Linawati, & Zaman, B. (2025). Pengaruh edukasi pasar modal, pengetahuan investasi, dan kemampuan finansial terhadap minat berinvestasi mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Akuntansi dan Kewirausahaan (JPEAKU)*, 5(1), 53–61. <https://doi.org/10.29407/jpeaku.v5i1.26298>
- Pramnesti, S. D., & Mariana, M. (2025). Pengaruh financial literacy dan social media influencer terhadap minat berinvestasi di pasar modal Indonesia: Studi empiris pada Generasi Z di Jawa Timur. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, 5(1), 334–344. <https://doi.org/10.55606/jebaku.v5i1.5191>
- Saputra, N. R., & Wardani, D. K. (2025). Pengaruh motivasi investasi, social media influencer TikTok dan FOMO sebagai variabel mediasi terhadap minat membeli produk saham di pasar modal pada mahasiswa FKIP UNS. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 13(3), 285–293. <https://doi.org/10.26740/jupe.v13n3.p285-293>
- Sari, M. R. (2021). Keputusan investasi milenial perspektif pengetahuan keuangan, perilaku keuangan dan sikap keuangan. *Ultima Accounting: Jurnal Ilmu Akuntansi*, 13(2), 173–186. <https://doi.org/10.31937/akuntansi.v13i2.1757>
- Rohmah, A. N. (2025). *Pengaruh literasi dan pemengaruh media sosial terhadap minat investasi pasar modal syariah dengan modal minimal sebagai variabel mediasi* [Undergraduate thesis, Universitas Muhammadiyah Surakarta]. UMS ETD-db. <https://eprints.ums.ac.id/136524/>

- Sjahrudin, H., Nugroho, A. P., Litamahuputty, J. V., & Agustina, W. (2023). Theory of planed behavior terhadap niat investasi dengan literasi keuangan sebagai moderasi. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 7(2). <https://doi.org/10.29040/jie.v7i2.9498>
- Sunny, S. (2025, September 8). *The psychology of social proof: Why we follow the crowd*. Polayads. <https://polayads.com/the-psychology-of-social-proof-why-we-follow-the-crowd/>
- Tubastuvi, N. (2025). Understanding Gen Z's investment intentions in the sharia capital market: The role of religiosity, religious events, attitude, behavioral control and profit maximization. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 15(1), 103–122. <https://doi.org/10.32502/jimn.v15i1.906>
- Utami, Y., Rasmanna, P. M., & Khairunnisa. (2023). Uji validitas dan uji reliabilitas instrument penilaian kinerja dosen. *SAINTEK: Jurnal Sains dan Teknologi*, 4(2), 21–24. <https://doi.org/10.55338/saintek.v4i2.730>
- Wiratama, C., & Hayati, I. (2023). Pengaruh sosialisasi dan edukasi terhadap minat mahasiswa melakukan investasi di pasar modal syariah. *Ekonom: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 3(2), 113–116. <https://doi.org/10.58432/ekonom.v3i2.731>
- Wisamsur, C. A., Trang, I., & Ogi, I. (2024). Pengaruh kondisi kerja dan perubahan organisasi terhadap perilaku kerja di PT. Pos Indonesia KCU Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 12(1), 1096–1105. <https://doi.org/10.35794/emba.v12i01.53781>