

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu berfungsi sebagai acuan penting dalam pengembangan penelitian yang sedang dilakukan saat ini. Berikut disajikan hasil-hasil penelitian sebelumnya yang relevan dan dapat dijadikan sebagai dasar untuk mendukung penelitian.

2.1.1 Cahya & Kusuma (2019)

Penelitian ini meneliti pengaruh motivasi investasi dan kemajuan teknologi terhadap minat investasi generasi Y di Kudus dalam konteks kampanye “Yuk Nabung Saham”. Dengan pendekatan kuantitatif dan analisis regresi linier berganda, hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut berpengaruh positif terhadap minat investasi.

Persamaan penelitian saat ini dan terdahulu yaitu:

1. Variabel independen yang digunakan sama yaitu motivasi investasi dan kemajuan teknologi, sedangkan variabel dependennya menggunakan minat investasi.
2. Metode yang digunakan sama, yaitu metode kuantitatif.
3. Jenis data yang digunakan data primer melalui kuesioner.
4. Teknik analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis yaitu regresi linier berganda.

Perbedaan penelitian saat ini dan terdahulu yaitu:

1. Variabel independen penelitian saat ini menggunakan *influencer*, sedangkan penelitian terdahulu tidak.
2. Responden penelitian terdahulu adalah generasi Y di kota Kudus, sedangkan responden penelitian saat ini yaitu generasi Z di kota Surabaya.

2.1.2 Negara & Febrianto (2020)

Penelitian ini menganalisis pengaruh kemajuan teknologi informasi dan pengetahuan investasi terhadap minat investasi generasi milenial di pasar modal. Dengan metode kuantitatif dan analisis menggunakan SPSS, hasil penelitian menunjukkan bahwa kemajuan teknologi informasi dan pengetahuan investasi keduanya berpengaruh positif signifikan terhadap minat investasi.

Persamaan penelitian saat ini dengan terdahulu yaitu:

1. Variabel independen yang digunakan sama yaitu kemajuan teknologi, sedangkan variabel dependen yang digunakan yaitu minat investasi.
2. Metode penelitian yang digunakan sama, yaitu hubungan kausal dengan data kuantitatif.

Perbedaan penelitian saat ini dengan terdahulu yaitu:

1. Variabel independen penelitian terdahulu menggunakan pengetahuan investasi, sedangkan variabel independen penelitian saat ini yaitu *influencer* dan motivasi investasi.
2. Responden penelitian terdahulu yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Tangerang, sedangkan penelitian saat ini yaitu Generasi Z di Surabaya.

2.1.3 Burhanudin et al., (2021)

Penelitian ini menganalisis pengaruh pengetahuan investasi, manfaat investasi, motivasi investasi, modal minimal investasi, dan *return* investasi terhadap minat investasi mahasiswa FEB Universitas Mataram. Dengan pendekatan kuantitatif dan analisis regresi linier berganda, hasil penelitian menunjukkan bahwa manfaat investasi dan *return* investasi berpengaruh positif signifikan terhadap minat investasi, sedangkan variabel lainnya tidak signifikan. Model penelitian dinyatakan layak dengan *adjusted R-square* sebesar 50.5%.

Persamaan penelitian saat ini dengan terdahulu yaitu:

1. Variabel independen yang digunakan sama yaitu motivasi investasi, sedangkan variabel dependen yang digunakan minat investasi.
2. Metode yang digunakan sama, yaitu metode kuantitatif.
3. Teknik analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis sama, yaitu regresi linier berganda.

Perbedaan penelitian saat ini dan terdahulu yaitu:

1. Variabel independen penelitian terdahulu yaitu pengetahuan investasi, manfaat investasi, modal minimal investasi, dan *return* investasi, sedangkan variabel independen penelitian saat ini yaitu *influencer* dan kemajuan teknologi.
2. Penelitian terdahulu menggunakan *cluster sampling*, sedangkan saat ini menggunakan *purposive sampling*.

3. Responden penelitian terdahulu yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mataram, sedangkan saat ini yaitu generasi Z di Surabaya.

2.1.4 Sari *et al.*, (2021)

Penelitian ini meneliti pengaruh motivasi investasi, pengetahuan dasar investasi, modal minimal, dan kemajua teknologi terhadap minat investasi mahasiswa di Universitas Jenderal Soedirman. Dengan metode kuantitatif menggunakan SEM dan AMOS 26, hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi investasi, modal minimal, dan kemajuan teknologi berpengaruh positif terhadap minat investasi, sedangkan pengetahuan dasar investasi tidak berpengaruh.

Persamaan penelitian saat ini dan terdahulu yaitu:

Variabel independen yang digunakan sama yaitu motivasi investasi dan kemajuan teknologi, sedangkan variabel dependen yang digunakan yaitu minat investasi.

Perbedaan penelitian saat ini dan terdahulu yaitu:

1. Variabel independen penelitian terdahulu menggunakan pengetahuan dasar investasi dan modal minimal, sedangkan penelitian saat ini tidak.
2. Responden penelitian terdahulu adalah mahasiswa di Universitas Jenderal Soedirman, sedangkan responden penelitian saat ini adalah generasi Z di Surabaya.

2.1.5 Trisnaningsih et al., (2022)

Penelitian ini meneliti pengaruh literasi keuangan dan *influencer* terhadap minat investasi mahasiswa aktif FEB UBPK. Dengan teknik pengambilan sampel yaitu *purposive sampling*, penelitian ini menggunakan teknik analisis data berupa regresi linier berganda dan menemukan bahwa kedua variabel tersebut, baik secara parsial maupun simultan, memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat investasi mahasiswa.

Persamaan penelitian saat ini dengan terdahulu yaitu:

1. Teknik analisis yang digunakan sama yaitu regresi linier berganda
2. Teknik pengambilan sampel yang digunakan sama yaitu *purposive sampling*.
3. Variabel independen yang digunakan sama yaitu *influencer*, sedangkan variabel dependennya sama-sama menggunakan minat investasi.

Perbedaan penelitian saat ini dengan terdahulu yaitu:

1. Kriteria responden terdahulu yaitu mahasiswa aktif FEB UBPK.
2. Variabel independen penelitian terdahulu yaitu literasi keuangan, sedangkan variabel independen penelitian saat ini yaitu motivasi investasi dan kemajuan teknologi.

2.1.6 Wiyono & Asyik., (2023)

Penelitian ini menganalisis pengaruh modal awal, risiko, dan *social media influencer* terhadap minat investasi, dengan pengetahuan investasi sebagai variabel moderasi. Menggunakan metode *purposive sampling*, data diperoleh dari 61 mahasiswa STIESIA angkatan 2019. Hasil penelitian menunjukkan bahwa

modal awal dan *social media influencer* berpengaruh positif terhadap minat investasi, sedangkan risiko berpengaruh negatif. Pengetahuan investasi mampu memoderasi pengaruh semua variabel independen terhadap minat investasi.

Persamaan penelitian saat ini dengan terdahulu yaitu:

1. Variabel Independen yang digunakan sama yaitu *influencer*, sedangkan variabel dependennya menggunakan minat investasi.
2. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif.
3. sumber data yang digunakan adalah data primer melalui kuesioner.
4. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*.
5. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda.

Perbedaan penelitian saat ini dengan terdahulu yaitu:

1. Responden penelitian terdahulu yaitu mahasiswa STIESIA angkatan 2019.
2. Penelitian terdahulu menggunakan variabel independen modal awal dan risiko, sedangkan penelitian saat ini menggunakan variabel independen motivasi investasi dan kemajuan teknologi.

2.1.7 Ayu et al., (2023)

Penelitian ini meneliti pengaruh literasi keuangan dan media *influencer* terhadap minat investasi mahasiswa di Denpasar. Dengan teknik pengambilan sampel yaitu *simple random sampling* dan teknik analisis data berupa regresi linier berganda, hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut, baik secara parsial maupun simultan, berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi.

Persamaan penelitian saat ini dan terdahulu yaitu:

1. Teknik analisis data yang digunakan sama, yaitu regresi linier berganda.
2. Variabel independen yang digunakan sama yaitu *influencer*, sedangkan variabel dependennya yaitu minat investasi.

Perbedaan penelitian saat ini dan terdahulu yaitu:

1. Responden penelitian terdahulu adalah mahasiswa di Denpasar, sedangkan responden penelitian saat ini yaitu Generasi Z di Surabaya.
2. Penelitian terdahulu menggunakan metode *simple random sampling*, sedangkan penelitian saat ini menggunakan metode *purposive sampling*.
3. Variabel independen penelitian terdahulu menggunakan literasi keuangan, sedangkan variabel independen penelitian saat ini menggunakan motivasi investasi dan kemajuan teknologi.

2.1.8 Ryandana et al., (2023)

Penelitian ini menganalisis pengaruh motivasi investasi, literasi keuangan, dan lingkungan keluarga terhadap minat investasi anak milenial (usia 20-40 tahun). Dengan metode kuantitatif dan analisis regresi linier berganda, hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi investasi secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap minat investasi, sedangkan literasi keuangan dan lingkungan keluarga tidak. Secara simultan, ketiga variabel berpengaruh positif signifikan.

Persamaan penelitian saat ini dengan terdahulu yaitu:

1. Variabel independen yang digunakan sama yaitu motivasi investasi, sedangkan variabel dependen yang digunakan minat investasi.
2. Metode yang digunakan sama, yaitu metode kuantitatif.
3. Teknik analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis sama, yaitu regresi linier berganda.

Perbedaan penelitian saat ini dengan terdahulu yaitu:

1. Variabel independen yang digunakan penelitian terdahulu yaitu literasi keuangan dan lingkungan keluarga, sedangkan variabel independen penelitian saat ini adalah *influencer* dan kemajuan teknologi.
2. Responden penelitian terdahulu adalah generasi milenial berusia 20-40 tahun, sedangkan responden penelitian saat ini yaitu generasi Z berusia 18-27 tahun.

Tabel 2 1
Ringkasan Penelitian Terdahulu

No	Nama (Tahun)	Independent Variable / Bebas (X)	Dependent Variable / Terikat (Y)	Teknik Analisis	Sampel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Cahaya & Kusuma (2019)	Motivasi Investasi, Kemajuan Teknologi	Minat Investasi	Regresi Linier Berganda	Generasi Y di Kudus	<ol style="list-style-type: none"> 1. Motivasi Investasi berpengaruh positif terhadap Minat Investasi. 2. Kemajuan Teknologi berpengaruh positif terhadap Minat Investasi.
2.	Negara & Febrianto., (2020)	Kemajuan Teknologi Informasi, Pengetahuan Investasi	Minat Investasi	Regresi Linier Berganda	Generasi Milenial	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemajuan teknologi informasi berpengaruh positif signifikan terhadap minat investasi. 2. Pengetahuan investasi berpengaruh positif signifikan terhadap minat investasi.
3.	Burhanudin et al., (2021)	Pengetahuan Investasi, Manfaat Investasi, Motivasi Investasi, Modal Minimal Investasi, dan Return Investasi	Minat Investasi	Regresi Linier Berganda	Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mataram	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengetahuan investasi tidak signifikan terhadap minat investasi 2. Motivasi investasi tidak signifikan terhadap minat investasi 3. Modal minimal investasi tidak signifikan terhadap minat investasi 4. Manfaat investasi berpengaruh positif signifikan terhadap minat investasi 5. <i>Return</i> investasi berpengaruh positif signifikan terhadap minat investasi.

4.	Sari et al, (2021)	Motivasi Investasi, Pengetahuan Dasar Investasi, Modal Minimal, Kemajuan Teknologi	Minar Investasi	SEM dan AMOS 26	Mahasiswa di Universitas Jenderal Soedirman	<ol style="list-style-type: none"> 1. Motivasi investasi berpengaruh positif terhadap minat investasi. 2. Modal minimal berpengaruh positif terhadap minat investasi. 3. Kemajuan Teknologi berpengaruh positif terhadap minat investasi. 4. Pengetahuan dasar tidak berpengaruh terhadap minat investasi
5.	Trisnarningsih et al., (2022)	Literasi Keuangan, <i>Influencer</i>	Minat Investasi	Regresi Linier Berganda	Mahasiswa aktif FEB UBPK	<ol style="list-style-type: none"> 1. Literasi keuangan baik secara parsial maupun simultan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat investasi. 2. <i>Influencer</i> baik secara parsial maupun simultan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat investasi.
6.	Wiyono & Asyik, (2023)	Modal Awal, Risiko, <i>Social Media Influencer</i>	Minat Investasi	Regresi Linier Berganda	Mahasiswa STIESIA	<ol style="list-style-type: none"> 1. Modal awal berpengaruh positif terhadap minat investasi. 2. <i>Social media influencer</i> berpengaruh positif terhadap minat investasi. 3. Risiko berpengaruh negatif terhadap minat investasi.
7	Ayu et al., (2023)	Literasi Keuangan, Sosial Media Influencer	Minat Investasi	Regresi Linier Berganda	Mahasiswa di Kota Denpasar	<ol style="list-style-type: none"> 1. Literasi keuangan baik secara parsial maupun simultan

						<p>berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi.</p> <p>2. <i>Social media influencer</i> baik secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi.</p>
8	Ryandana et al., (2023)	Motivasi Investasi, Literasi Keuangan, Lingkungan Keluarga	Minar Investasi	Regresi Linier Berganda	Anak milenial dengan usia 20-40 tahun.	<p>1. Motivasi investasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi anak milenial.</p> <p>2. Literasi keuangan dan lingkungan keluarga secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat investasi.</p> <p>3. Secara simultan motivasi investasi, literasi keuangan, dan lingkungan keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi anak milenial.</p>

Sumber: Cahya & Kusuma (2019) ; Negara & Febrianto., (2020) ; Burhanudin et al., (2021) ; Sari *et al.*, (2021) ; Trisnaningsih et al., (2022) ; Wiyono & Asyik, (2023) ; Ayu et al., (2023) ; Ryandana et al., (2023)

2.2 Landasan Teori

Landasan teori adalah penjabaran teoritis yang digunakan sebagai dasar dalam menyusun kerangka penelitian hingga merumuskan hipotesis yang mendukung penelitian ini.

2.2.1 *Social Cognitive Theory* (SCT)

Social Cognitive Theory (SCT) yang dikembangkan oleh Albert Bandura menyediakan kerangka teoritis yang komprehensif untuk memahami dinamika minat investasi Generasi Z melalui interaksi kompleks antara faktor personal, lingkungan, dan perilaku. SCT menekankan bahwa pembelajaran terjadi dalam konteks sosial, di mana individu tidak hanya dipengaruhi oleh lingkungan mereka tetapi juga berperan aktif dalam membentuk perilaku mereka sendiri. Dalam konteks penelitian tentang dampak *influencer*, motivasi investasi, dan kemajuan teknologi, SCT menjelaskan bagaimana Generasi Z membentuk minat investasi melalui *observational learning* di mana mereka mengamati dan meniru perilaku orang lain, terutama *influencer* yang mereka anggap sebagai model (Afandi et al., 2023)

Proses ini melibatkan empat komponen kunci yaitu perhatian, retensi, reproduksi, dan motivasi. Pertama, perhatian diperlukan agar individu dapat mengamati perilaku *influencer* yang sukses dalam investasi. Selanjutnya, retensi melibatkan penyimpanan informasi yang diperoleh dari pengamatan tersebut. Ketika Generasi Z mampu mereproduksi perilaku tersebut seperti berinvestasi dalam produk tertentu, motivasi menjadi faktor penentu yang

mendorong mereka untuk melanjutkan atau menghentikan perilaku tersebut berdasarkan hasil yang mereka amati atau alami sendiri.

Kemajuan teknologi juga berperan penting dalam memperluas jangkauan *influencer* dan memfasilitasi akses ke informasi investasi. *Platform* digital memungkinkan *influencer* untuk berbagi pengalaman dan strategi investasi secara luas, meningkatkan kemungkinan Generasi Z untuk terlibat dalam investasi. Dengan demikian, SCT memberikan wawasan tentang bagaimana interaksi antara faktor-faktor ini dapat mempengaruhi minat investasi Generasi Z secara signifikan.

2.2.2 Minat Investasi

Minat investasi dapat diartikan sebagai kesediaan dan keinginan seseorang untuk menginvestasikan waktu, energi, dan sumberdaya finansial dalam aktivitas investasi di pasar modal. Menurut *Social Cognitive Theory* (SCT), minat investasi dipengaruhi oleh proses observasional belajar, di mana individu mengamati dan meniru perilaku orang lain, terutama *influencer* yang mereka anggap sebagai model.

Proses observasional belajar melibatkan beberapa komponen kunci: perhatian, retensi, reproduksi, dan motivasi. Pertama, perhatian diperlukan agar individu dapat mengamati perilaku *influencer* yang sukses dalam investasi. Selanjutnya, retensi melibatkan penyimpanan informasi yang diperoleh dari pengamatan tersebut. Ketika individu mampu mereproduksi perilaku tersebut, seperti berinvestasi di pasar modal, motivasi menjadi faktor penentu yang

mendorong mereka untuk melanjutkan atau menghentikan perilaku tersebut berdasarkan hasil yang mereka amati atau alami sendiri

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Aini et al., (2019) untuk mengukur minat investasi, indikator yang digunakan yaitu:

1. Ketertarikan, diartikan sebagai adanya pemusatan atau perhatian dan perasaan senang.
2. Keinginan, diartikan sebagai adanya dorongan untuk memiliki.
3. Keyakinan, diartikan sebagai adanya rasa percaya diri individu terhadap kualitas, daya guna dan keuntungan.

Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Poeteri et al., (2021) untuk mengukur minat investasi, indikator yang digunakan yaitu:

1. Tertarik melakukan investasi di pasar modal.
2. Berminat untuk berinvestasi di pasar modal di masa depan.
3. Mencari informasi lebih lanjut mengenai investasi di pasar modal.

2.2.3 Influencer

Influencer adalah individu yang memiliki kemampuan untuk memengaruhi keputusan dan perilaku orang lain melalui *platform* media sosial, berkat *audiens* yang besar dan loyal. Mereka sering kali dianggap sebagai pemimpin opini dalam *niche* tertentu, seperti mode, kecantikan, teknologi, atau investasi. Dalam konteks *Social Cognitive Theory* (SCT) yang dikembangkan oleh Albert Bandura, *influencer* berperan sebagai model yang dapat diamati oleh pengikut mereka. Proses *observational learning* dalam SCT menjelaskan bahwa individu belajar dan mengadopsi perilaku baru dengan mengamati tindakan dan hasil yang

diperoleh oleh orang lain, termasuk *influencer*. Ketika pengikut melihat *influencer* berhasil atau mendapatkan manfaat dari suatu produk atau layanan, mereka cenderung meniru perilaku tersebut, berasumsi bahwa mereka juga akan mendapatkan hasil positif yang sama.

SCT juga menyoroiti pentingnya *self-efficacy*, yaitu keyakinan individu terhadap kemampuan mereka untuk melakukan tindakan tertentu. *Influencer* dapat meningkatkan *self-efficacy* pengikut dengan memberikan informasi yang mendidik dan menunjukkan bagaimana cara menggunakan produk atau layanan secara efektif. Dengan demikian, pengikut merasa lebih percaya diri untuk mengambil tindakan berdasarkan apa yang mereka pelajari dari *influencer*.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Stevani & Junaidi, (2021) untuk mengukur *influencer*, indikator yang digunakan yaitu:

1. *Trustworthiness* (dapat dipercaya)
2. *Expertise* (keahlian)
3. *Attractiveness* (daya tarik fisik)
4. *Respect* (kualitas dihargai)
5. *Similarity* (kesamaan)

Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Madsen *et al.*, (2023) untuk mengukur *influencer*, indikator yang digunakan yaitu:

1. Kredibilitas
2. *Authenticity* (keaslian)
3. Relevansi produk
4. Interaksi sosial (*Social Interaction*)

5. Popularitas (jumlah pengikut)
6. Pengaruh emosional (*emotional appeal*)

2.2.4 Motivasi Investasi

Motivasi investasi merujuk pada dorongan atau keinginan individu untuk mengalokasikan sumber daya, seperti uang dan waktu, ke dalam berbagai instrumen investasi dengan harapan mendapatkan keuntungan di masa depan. Dalam konteks *Social Cognitive Theory* (SCT) yang dikembangkan oleh Albert Bandura, motivasi investasi dapat dipahami melalui interaksi antara faktor personal, lingkungan, dan perilaku. SCT menekankan bahwa individu belajar dan membentuk motivasi mereka melalui observasi terhadap perilaku orang lain serta hasil dari perilaku tersebut. Misalnya, jika seseorang mengamati bahwa teman atau *influencer* mereka berhasil dalam investasi tertentu, mereka mungkin termotivasi untuk melakukan hal yang sama. Selain itu, keyakinan individu terhadap kemampuan mereka untuk berinvestasi dengan sukses, dikenal sebagai *self-efficacy*, juga memainkan peran penting dalam membentuk motivasi investasi. Individu yang percaya pada kemampuan mereka untuk membuat keputusan investasi yang baik cenderung lebih termotivasi untuk berinvestasi.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Irmayani et al., (2022) untuk mengukur motivasi investasi, indikator yang digunakan yaitu:

1. Saya ingin berinvestasi untuk mendapatkan pengalaman.
2. Besarnya keuntungan yang diperoleh menjadi pertimbangan saya untuk berinvestasi saham.

3. Saya akan berinvestasi saham jika rekan, kerabat serta orang yang saya kenal melakukan investasi saham pada pasar modal.

Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Nisa & Hidayati., (2022) untuk mengukur motivasi investasi, indikator yang digunakan yaitu:

1. Kebutuhan fisiologis
2. Kebutuhan rasa aman
3. Kebutuhan social
4. Kebutuhan penghargaan
5. Kebutuhan aktualisasi diri

2.2.5 Kemajuan Teknologi

Kemajuan teknologi merujuk pada perkembangan dan inovasi dalam alat, perangkat, dan sistem yang meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk komunikasi, informasi, dan proses bisnis. Dalam konteks *Social Cognitive Theory* (SCT) yang dikembangkan oleh Albert Bandura, kemajuan teknologi dapat dilihat sebagai faktor lingkungan yang memengaruhi perilaku individu. SCT menekankan bahwa pembelajaran dan perubahan perilaku terjadi melalui interaksi dinamis antara individu, lingkungan sosial, dan perilaku itu sendiri. Teknologi berfungsi sebagai *platform* yang memungkinkan individu untuk mengakses informasi, berinteraksi dengan orang lain, dan mengamati perilaku model, seperti *influencer* atau ahli di bidang investasi secara lebih mudah dan cepat.

Kemajuan teknologi juga memperkuat proses *observational learning*, di mana individu dapat melihat dan meniru tindakan orang lain melalui media sosial, video tutorial, atau aplikasi investasi. Dengan adanya akses yang lebih luas terhadap informasi dan sumber daya pendidikan melalui teknologi, individu menjadi lebih termotivasi untuk belajar dan berpartisipasi dalam aktivitas investasi. Selain itu, teknologi dapat meningkatkan *self-efficacy* individu dengan memberikan alat dan sumber daya yang diperlukan untuk membuat keputusan investasi yang lebih baik.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Yusuf., (2019) untuk mengukur kemajuan teknologi, indikator yang digunakan yaitu:

1. Pengetahuan kemajuan teknologi
2. Memahami trading system
3. Kemudahan dan kenyamanan

Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Nisa & Hidayati., (2022) untuk mengukur kemajuan teknologi, indikator yang digunakan yaitu:

1. Persepsi akan sarana yang ada merupakan kemajuan teknologi.
2. Kemudahan dalam melakukan investasi.
3. Ketersediaan fitur yang mudah dipahami.

2.3 Hubungan Antar Variabel

2.3.1 Pengaruh *Influencer* Terhadap Minat Investasi Generasi Z

Influencer telah menjadi komponen penting dalam membentuk opini publik dan mendorong tren pasar, khususnya di kalangan generasi muda yang lebih cenderung terlibat dengan media sosial dan konten online. Penelitian

menunjukkan bahwa *influencer* dapat memberikan dampak yang besar terhadap keputusan investasi di kalangan generasi Z.

Penelitian Agustini et al., (2023) menunjukkan bahwa *influencer* berpengaruh positif terhadap variabel minat berinvestasi. Kebangkitan platform media sosial seperti TikTok dan Instagram telah mempermudah *influencer* untuk menjangkau khalayak yang lebih luas dan mempromosikan konten terkait investasi.

Selain itu penelitian Firmansyah et al., (2024) juga menunjukkan bahwa *influencer* berpengaruh positif terhadap variabel minat investasi. Kehadiran *influencer* menciptakan norma sosial di mana berinvestasi dianggap sebagai hal yang positif dan menarik. Generasi Z cenderung mengikuti tren yang ditunjukkan oleh *influencer*, sehingga keputusan untuk berinvestasi dapat dipengaruhi oleh apa yang mereka lihat di media sosial

2.3.2 Pengaruh Motivasi Investasi Terhadap Minat Investasi Generasi Z

Pengaruh motivasi investasi terhadap minat investasi menunjukkan hasil yang signifikan dalam beberapa penelitian terbaru. Berdasarkan penelitian oleh Rahman & Subroto., (2022) motivasi investasi berpengaruh terhadap minat investasi. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan melibatkan 100 mahasiswa FE Universitas Negeri Yogyakarta. Hasilnya menunjukkan bahwa semakin tinggi motivasi individu, semakin besar pula minat mereka untuk berinvestasi.

Selain itu, penelitian lain oleh Wulandari., (2020) di Fakultas Ekonomi dan Bsinis Universitas Ahmad Dahlan juga menemukan bahwa Motivasi investasi

berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi dipasar modal pada mahasiswa. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan menunjukkan bahwa motivasi yang kuat akan mendorong untuk lebih aktif dalam berinvestasi.

2.3.3 Pengaruh Kemajuan Teknologi Terhadap Minat Investasi Generasi Z

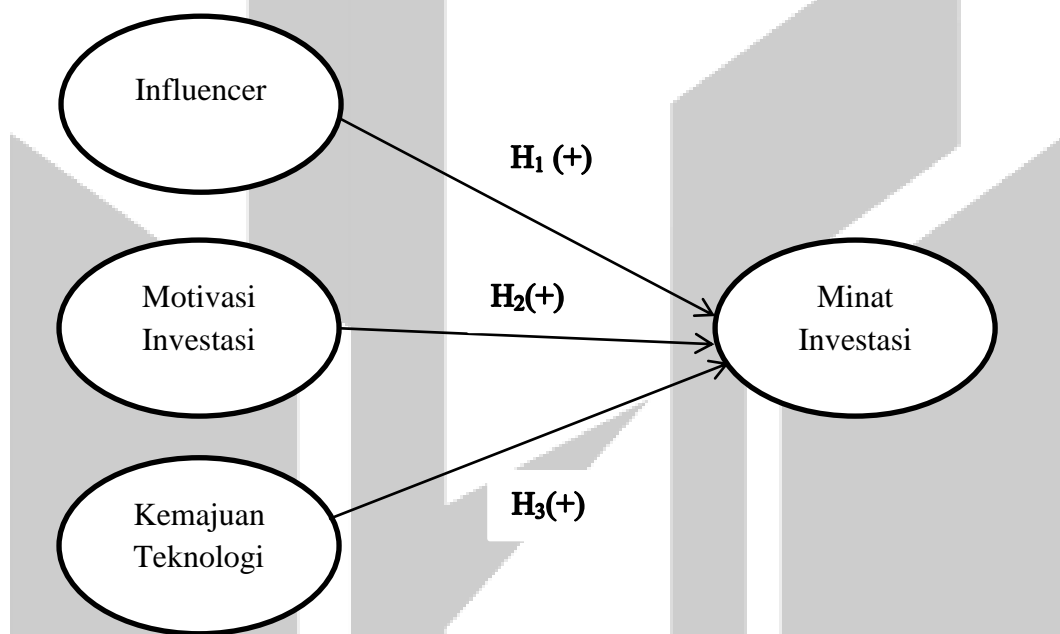
Teknologi telah merevolusi cara investor mengakses dan memproses informasi. Keberadaan teknologi membuat para investor lebih mudah untuk tetap mendapat informasi dan mengambil keputusan. Hal ini menyebabkan peningkatan signifikan dalam jumlah investor yang kini lebih cenderung melakukan kegiatan investasi. Selain itu, teknologi juga memungkinkan investor untuk mendiversifikasi portofolionya dan mengelola risiko dengan lebih efektif, sehingga dapat menghasilkan hasil investasi yang lebih baik.

Penelitian Lestari et al., (2022) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kemajuan teknologi terhadap minat investasi. Dengan bantuan teknologi, investor dapat lebih efisien memantau pergerakan pasar dan mengakses informasi kapan saja melalui konektivitas internet.

Selain itu penelitian lain oleh Avrilly et al., (2024) juga menunjukkan kemajuan teknologi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi. Kemajuan teknologi memungkinkan generasi Z untuk mengakses informasi pasar modal dengan cepat dan mudah.

2.4 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan uraian mengenai landasan teori yang telah dijelaskan sebelumnya. Kerangka pemikiran penelitian dapat dirumuskan dan disajikan pada gambar 2.1 berikut:



Gambar 2 1
Kerangka Pemikiran

2.5 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah digambarkan diatas, maka hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

- H1 : *Influencer* berpengaruh positif signifikan terhadap minat investasi generasi Z
- H2 : Motivasi Investasi berpengaruh positif signifikan terhadap minat investasi generasi Z
- H3 : Kemajuan teknologi berpengaruh positif signifikan terhadap minat investasi generasi Z