

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
BERINVESTASI REKSADANA SYARIAH
PADA APLIKASI BIBIT
(Studi Kasus Generasi Milenial di Kabupaten Boyolali)**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



Oleh :

**OKTAVIA WAHYUNINGSIH
NIM. 19.52.31.208**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID
SURAKARTA
2023**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
BERINVESTASI REKSADANA SYARIAH
PADA APLIKASI BIBIT
(Studi Kasus Generasi Milenial di Kabupaten Boyolali)**

SKRIPSI

Diajukan Kepada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah

Oleh :

OKTAVIA WAHYUNINGSIH
NIM. 19.52.31.208

Sukoharjo, 10 Mei 2023

Disetujui dan disahkan oleh:
Dosen Pembimbing Skripsi



Helmi Haris, S.H.L., M.S.I
NIP. 19810228 20081 1 005

SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Yang bertanda tangan di bawah ini:

NAMA : OKTAVIA WAHYUNINGSIH

NIM : 19.52.31.208

JURUSAN : PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Menyatakan bahwa penelitian skripsi berjudul "FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BERINVESTASI REKSADANA SYARIAH PADA APLIKASI BIBIT (Studi Kasus Generasi Milenial di Kabupaten Boyolali)".

Benar-benar bukan plagiasi dan belum pernah diteliti sebelumnya. Apabila dikemudian hari diketahui bahwa skripsi ini merupakan plagiasi, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Sukoharjo, 10 Mei 2023



Oktavia Wahyuningsih

SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Yang bertanda tangan di bawah ini:

NAMA : OKTAVIA WAHYUNINGSIH

NIM : 19.52.31.208

JURUSAN : PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Menyatakan bahwa penelitian skripsi yang berjudul "FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BERINVESTASI REKSADANA SYARIAH PADA APLIKASI BIBIT (Studi Kasus Generasi Milenial di Kabupaten Boyolali)".

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya benar-benar telah melakukan penelitian dan memperoleh data dari generasi milenial di Kabupaten Boyolali. Apabila dikemudian hari diketahui skripsi ini tidak sesuai dengan data yang sebenarnya, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Sukoharjo, 10 Mei 2023



Oktavia Wahyuningsih

Helmi Haris, S.H.I., M.S.I
Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

NOTA DINAS

Hal : Skripsi
Sdr : Oktavia Wahyuningsih

Kepada yang terhormat
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Di Surakarta

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan bahwa setelah menelaah dan mengadakan perbaikan sepenuhnya, kami memutuskan bahwa skripsi saudara Oktavia Wahyuningsih NIM : 19.52.31.208 yang berjudul:

“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BERINVESTASI REKSADANA SYARIAH PADA APLIKASI BIBIT (Studi Kasus Generasi Milenial di Kabupaten Boyolali)”.

Sudah dapat dimunaqosahkan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang ilmu Perbankan Syariah.

Oleh karena itu kami memohon agar skripsi tersebut segera dimunaqosahkan dalam waktu dekat.

Demikian, atas dikabulkannya permohonan ini disampaikan terimakasih.

Wassalammu'alaikum Wr.Wb

Sukoharjo, 10 Mei 2023
Dosen Pembimbing Skripsi



Helmi Haris, S.H.I., M.S.I
NIP. 19810228 20081 1 005

PENGESAHAN

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
BERINVESTASI REKSADANA SYARIAH
PADA APLIKASI BIBIT
(Studi Kasus Generasi Milenial di Kabupaten Boyolali)**

Oleh :

OKTAVIA WAHYUNINGSIH
NIM.19.52.31.208

Telah dinyatakan lulus dalam ujian munaqosah
pada hari Jum'at tanggal 19 Mei 2023 M / 28 Syawal 1444 H dan dinyatakan
telah memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Dewan Penguji :

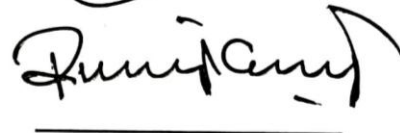
Penguji 1 (Merangkap Ketua Sidang)
Meilana Widyarningsih, S.E.Sy., M.E.
NIP. 19920518 20212 2 013



Penguji 2
Alvin Yahya, S.H., M.H.
NIK. 19821113 201701 1 1091



Penguji 3
Dr. M. Rahmawan Arifin, M.Si.
NIP. 19720304 200112 1 004



Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta




Dr. M. Rahmawan Arifin, M.Si.
NIP. 19720304 200112 1 004

MOTTO

*“ Ridho Allah terdapat pada ridho orang tua,
dan murka Allah juga terdapat pada murka orang tua.”*

(HR. Tirmidzi)

*“ Jangan menjelaskan tentang dirimu kepada siapapun, karena
yang menyukaimu tidak butuh itu. Dan yang membencimu tidak perlu
itu.”*

(Ali bin Abi Thalib)

*“ Jangan rendah diri dengan kawan-kawan yang sudah lebih dulu
bersinar, seperti langit yang lapang membentang, dunia masih cukup
menampung banyak bintang, menanti kamu, yang punya keberanian.”*

(Najwa Shihab)

PERSEMBAHAN

Pertama-tama puji syukur saya panjatkan pada Allah SWT atas terselesaikannya skripsi ini dengan baik dan lancar, skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Kedua orang tua saya Bapak Marimin dan Ibu Winarti yang selalu memberikan kasih sayang, dukungan, kenyamanan, motivasi, doa terbaik dan menyisihkan finansialnya, sehingga saya bisa menyelesaikan masa studi saya. Kalian sangat berarti bagi saya.
2. Bapak Suyatno, Ibu Endang, Mas Lanjar, Mbak Umi, Dek Linka, kakak, adek, keponakan, dan keluarga besar penulis terimakasih atas semangat dan dukungannya karena sudah membantu dan mau menemani penelitian saya.
3. Sahabat-sahabat saya 195231206, 195231210, 195231216, 1952231217, 195231236, Della, dan Elda terimakasih atas semangat, dukungan, serta kekeluargaanya.
4. Calon suami saya nantinya
5. Teruntuk Laki-laki yang saya temui pada pertengahan tahun 2017 dan menemani saya sampai sekarang. Terimakasih kepada Mas Andika Rahma Putra yang selalu memberikan semangat dan support dengan kebahagiaan sederhana. Sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan penuh kebahagiaan

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Segala puji dan syukur penulis bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan hidayah, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Berinvestasi Reksadana Syariah pada Aplikasi Bibit (Studi Kasus Generasi Milenial di Kabupaten Boyolali)”. Penyusunan skripsi ini sebagai salah satu syarat guna mengakhiri studi Strata 1 (S1) Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Raden Mas Said Surakarta.

Dalam proses penyusunan tugas akhir ini, penulis menyadari sepenuhnya bahwa telah melibatkan banyak pihak, sehingga mampu terselesaikan dengan baik. Maka dari hal tersebut, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih teriring doa terbaik kepada :

1. Prof. Dr. H. Mudhofir, S.Ag., M.Pd, selaku Rektor UIN Raden Mas Said Surakarta.
2. Dr. M. Rahmawan Arifin, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Budi Sukardi, S.E.I, M.S.I selaku ketua Jurusan Ekonomi Dan Keuangan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Rais Sani Muharrami, S.E.I, M.I.E.,, selaku Koordinator Prodi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
5. Alvin Yahya, MH selaku Dosen Pembimbing Akademik Perbankan Syariah,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

6. Helmi Haris, S.H.I., M.S.I. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan banyak perhatian dan bimbingan selama penulis menyelesaikan skripsi.
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
8. Bapakku, Ibuku, Kakak, Adek, dan Keluarga Besar terimakasih atas segala doa, kesabaran, kasih sayang, dan pengorbanan yang tak ada batasnya serta penuh ketulusan.
9. Seluruh teman-temanku angkatan 2019, sahabat-sahabat penulis dan responden yang telah banyak memberikan bantuan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Seluruh pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah memberikan kontribusi dalam penyusunan skripsi ini.

Terhadap semuanya tiada kiranya penulis dapat membalasnya, hanya doa serta puji syukur kepada Allah SWT, semoga memberikan balasan kepada semuanya.
Amin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Sukoharjo, 10 Mei 2023

Oktavia Wahyuningsih

ABSTRACT

The research in this thesis aims to determine the factors that influence the interest of investing in Islamic mutual funds to Application "Bibit". The method used is quantitative method with purposive sampling technique. The distribution is focused on millennial generation who have not yet invested in sharia mutual funds in Application" Bibit which are scattered in Boyolali Regency with ages 25-44 years and the questionnaire is presented in the form of Likert scale to answer the statement.

The data source used in this study is primary data with a total of 100 respondents and analysis was carried out using IBM SPSS 23.0. The results of this study indicate that investment knowledge has a positive and significant effect on investment intention, brand trust has a positive and significant influence on investment intention, Brand Ambassador has a positive and significant influence on investment intention, as well as minimum investment capital also contributes to a positive and significant influence on investment interest.

Keywords: Investment Knowledge, Brand Trust, Brand Ambassador, Minimum Capital Investment, Interest to Investing

ABSTRAK

Penelitian dalam skripsi ini bertujuan untuk mengetahui Faktor-faktor yang mempengaruhi minat berinvestasi reksadana syariah pada aplikasi Bibit. Populasi yaitu generasi milenial di Kabupaten Boyolali. Metode yang digunakan yaitu metode kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel purposive sampling. Penyebaran difokuskan generasi milenial yang belum berinvestasi reksadana syariah pada aplikasi Bibit. yang tersebar di Kabupaten Boyolali dengan usia 25-44 tahun dan kuesioner disajikan dalam bentuk skala likert untuk menjawab pernyataannya.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dengan jumlah 100 responden dan dilakukan analisis menggunakan IBM SPSS 23.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan investasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi, brand trust memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi, Brand Ambassador memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi, serta modal minimal investasi juga berkontribusi memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi.

Kata Kunci: Pengetahuan Investasi, *Brand Trust*, *Brand Ambassador*, Modal Minimal Investasi, Minat Berinvestasi

DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	i
HALAMAN PERSETUJUN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN TELH MELAKUKN PENELITIAN	iv
HALAMAN NOTA DINAS	v
HALAMAN PENGESAHAN.....	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
<i>ABSTRACT</i>	xi
ABSTRAK	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah	10
1.3. Batasan Masalah.....	10
1.4. Rumusan Masalah	11
1.5. Tujuan Penelitian.....	11

1.6.	Manfaat Penelitian.....	12
1.7.	Sistematika Penulisan.....	13
BAB II.....		15
LANDASAN TEORI.....		15
2.1.	Minat	15
2.1.1.	Pengertian Minat	15
2.1.2.	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat.....	15
2.2.	Literasi Keuangan.....	16
2.2.1.	Pengertian Literasi Keuangan	16
2.2.2.	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Literasi Keuangan.....	16
2.2.3.	Ciri-ciri Literasi Keuangan	17
2.3.	<i>Brand (Merek)</i>	18
2.3.1.	Pengertian Brand (Merek).....	18
2.3.2.	<i>Brand Trust</i> (Kepercayaan Merek)	19
2.3.3.	<i>Brand Ambassador</i> (Duta Merek).....	21
2.4.	Investasi.....	23
2.4.1.	Pengertian Investasi	23
2.4.2.	Jenis-jenis Investasi.....	23
2.4.3.	Reksadana	24
2.4.4.	Minat Berinvestasi	26
2.4.5.	Pengetahuan Investasi	27
2.4.6.	Modal Minimal Investasi	28
2.5.	Financial Teknologi.....	31
2.5.1.	Pengertian Financial Teknologi	31

2.5.2.	Jenis-jenis Financial Teknologi	31
2.5.3.	Regulasi Financial Technology di Indonesia	32
2.6.	Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	33
2.7.	Kerangka Berpikir	41
2.8.	Hipotesis Penelitian	42
2.8.1.	Pengaruh pengetahuan investasi terhadap minat berinvestasi	42
2.8.2.	Pengaruh <i>brand trust</i> terhadap minat berinvestasi.....	43
2.8.3.	Pengaruh <i>brand ambassador</i> terhadap minat berinvestasi.....	43
2.8.4.	Pengaruh modal minimal investasi terhadap minat berinvestasi	44
BAB III	45
METODE PENELITIAN	45
3.1.	Waktu dan Wilayah Penelitian	45
3.2.	Jenis Penelitian	45
3.2.	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	46
3.2.1.	Populasi	46
3.2.2.	Sampel.....	46
3.3.3.	Teknik Pengambilan Sampel.....	48
3.4.	Data dan Sumber Data.....	48
3.5.	Teknik Pengumpulan Data	49
3.6.	Variebel Penelitian	50
3.7.	Definisi Operasional Variabel	51
3.8.	Teknik Analisis Data	54
3.8.1.	Uji Deskriptif	54
3.8.2.	Uji Instrumen	54

3.8.3.	Uji Asumsi Klasik.....	55
3.8.4.	Uji Ketepatan Model.....	57
3.8.5.	Analisi Regresi Linier Berganda.....	58
3.8.6.	Uji Hipotesis (Uji t).....	58
BAB IV	60
ANALISI DATA DAN PEMBAHASAN	60
4.1.	Gambaran Umum Penelitian.....	60
4.2.	Pengujian dan Analisis Data.....	63
4.2.1.	Uji Instrumen.....	63
4.2.2.	Uji Asumsi Klasik.....	65
4.2.3.	Uji Ketetapan Model.....	71
4.2.4.	Analisis Regresi Linier Berganda.....	73
4.2.5.	Uji Hipotesis (Uji t).....	75
4.3.	Pembahasan Hasil Analisis Data.....	78
4.3.1.	Pengaruh Pengetahuan Investasi terhadap Minat Berinvestasi.....	78
4.3.2.	Pengaruh <i>Brand Trust</i> Terhadap Minat Berinvestasi.....	80
4.3.3.	Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Minat Berinvestasi.....	81
4.3.4.	Pengaruh Modal Minimal Investasi Terhadap Minat Berinvestasi.....	83
BAB V	85
PENUTUP	85
5.1.	Kesimpulan.....	85
5.2.	Keterbatasan Penelitian.....	85
5.3.	Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA	88

LAMPIRAN..... 94

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu yang Relevan	33
Tabel 3.1 Jumlah Penduduk Berdasarkan Usia.....	47
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	51
Tabel 4.1 Klasifikasi Berdasarkan Kecamatan	61
Tabel 4.2 Klasifikasi Berdasarkan Jenis Kelamin.....	62
Tabel 4.3 Klasifikasi Berdasarkan Usia	62
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas.....	63
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas	65
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas	67
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinearitas	68
Table 4.8 Hasil Uji Glejser	70
Tabel 4.9 Hasil Uji F (Simultan).....	71
Tabel 4.10 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	73
Tabel 4.11 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	74
Tabel 4.12 Hasil Uji Hipotesis (T).....	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perkembangan Reksadana Syariah	2
Gambar 1.2 Investasi Bodong	5
Gambar 1.3 Modal Minimal Investasi	8
Gambar 2.1 Kerangka Berfikir	41
Gambar 4.1 Hasil Uji P-Plot.....	66
Gambar 4.2 Hasil Uji Scatterplot.....	69

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Jadwal Penelitian	94
Lampiran 2 : Kuesioner Penelitian	96
Lampiran 3 : Data Penelitian	103
Lampiran 4 : Tabulasi Hasil Penelitian	106
Lampiran 5 : Hasil Uji Analisis Data.....	115
Lampiran 6 : Uji Asumsi Klasik	121
Lampiran 7 : Uji Ketetapan Model.....	123
Lampiran 8 : Uji Regresi Linier Berganda	123
Lampiran 9 : Uji Hipotesis (Uji t)	124
Lampiran 10 : Dokumentasi	124
Lampiran 11 : Hasil Turnitin	125
Lampiran 12 : Daftar Riwayat Hidup	126

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

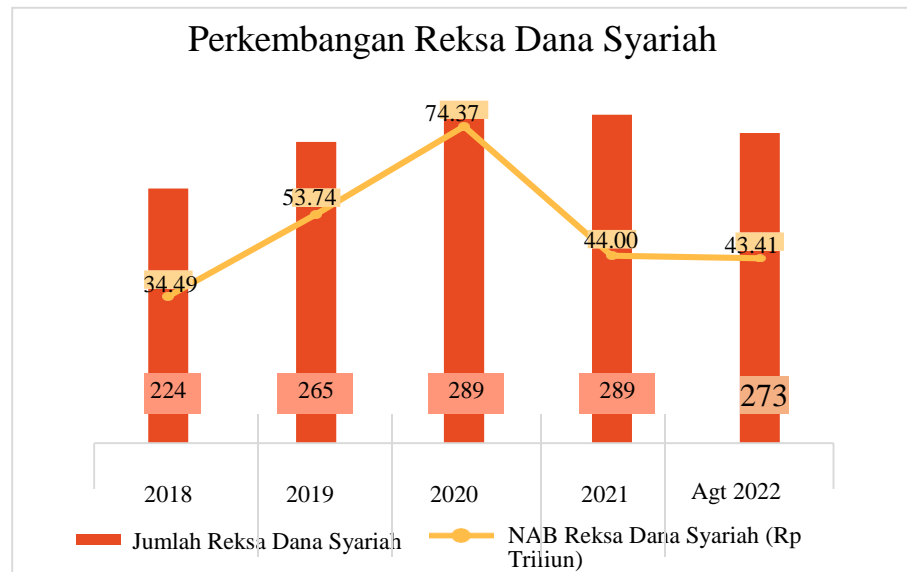
Indonesia adalah negara dengan penduduk yang mayoritas memeluk agama Islam. Berdasarkan data Kementerian Dalam Negeri (Kemendagri), jumlah dari penduduk muslim di Indonesia yaitu 237,53 juta orang per 31 Desember 2021. Jumlah itu setara dengan 86,9% dari populasi penduduk di tanah air yang mencapai 273,32 juta orang Kata Data (2021). Pemanfaatan Teknologi merupakan langkah inovatif yang dapat membantu suatu perusahaan atau instansi dalam meningkatkan kinerja bisnisnya dengan adanya bantuan teknologi informasi tersebut (Munandar, 2016).

Di tahun 2001, DSN-MUI No.22 Tahun 2001 tentang pedoman pelaksanaan kegiatan investasi pada reksadana syariah. Fatwa ini menjadi fatwa pertama yang dikeluarkan oleh DSN-MUI terkait pasar modal syariah dan merupakan respons dari diluncurkannya reksadana pertama di tahun 2000 Maulana & Rozak (2021).. Reksadana syariah adalah reksadana yang berjalan menurut ketentuan dan prinsip syariat Islam Pratama (2020). Reksadana syariah muncul untuk menjaga masyarakat muslim agar dapat menjauhi umat Islam dalam melanggar syariat Islam.

Otoritas Jasa Keuangan(OJK), melaporkan jumlah investor pasar modal di Indonesia hingga 26 Agustus 2022 jumlahnya mencapai 9,49 juta orang. Total investor tersebut naik 26,76% dibandingkan tahun 2021 yang tercatat 7,48 juta jiwa. Sepanjang 8 Agustus 2022, jumlah investor dari

reksadana jumlah penduduk usia produktif. Banyak investor yang didominasi oleh masyarakat yang pendidikannya dari SMA sebesar 61,79% per Juli 2022.

Gambar 1.1
Perkembangan Reksa Dana Syariah



Sumber : OJK(2022)

Berdasarkan data Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI), dengan jumlah investor reksa dana di Indonesia mencapai 8,86 juta orang hingga Agustus 2022. Jumlah itu sudah lebih tinggi 29,6% dibandingkan tahun lalu sebanyak 6,84 juta orang. Minat masyarakat terutama anak muda terhadap investasi, khususnya reksa dana semakin tinggi. Ini disebabkan karena pengelolaan reksa dana dibantu oleh manajer investasi profesional dan memberi beragam pilihan risiko investasi. Sementara, jumlah reksa dana di tanah air sebanyak 2.193 unit hingga Agustus 2022. Rinciannya, sebanyak 1.920 reksa dana konvensional dan 273 reksa dana syariah(KSEI, 2022).

Generasi milenial merupakan generasi high technology dan memiliki mobilitas padat, dimana mereka kebanyakan melakukan aktivitasnya setiap hari yang bergantung pada internet dan melalui smartphone. Diketahui sekarang ini generasi milenial sudah mulai memiliki minat dan melakukan investasi walaupun masih baru atau pemula dan belum memiliki kemampuan investasi yang sesuai dan besar. Sehingga mereka mencari investasi yang sesuai dengan kebutuhan tersebut. Seperti halnya dengan investasi pada reksadana yang ada di aplikasi bibit cocok bagi generasi milenial dikarenakan tidak membutuhkan modal banyak, cocok untuk pemula, banyak pilihan sesuai profil risiko, lebih tinggi dari inflasi, dan kemudahan transaksi.

Berdasarkan fenomena trend investasi reksadana bagi generasi milenial yang semakin luas menjadi dasar bagi peneliti untuk melakukan penelitian di Kabupaten Boyolali. Selain itu, menurut Badan Pusat Statistika(BPS), penduduk yang ada di Jawa Tengah didominasi oleh penduduk yang masuk kedalam generasi milenial dan generasi Z (BPS,2022). Kemudian dalam sebuah penelitian menunjukkan bahwa generasi milenial merupakan faktor utama peningkatan investor retail di pasar modal (KSEI,2021).

Generasi milenial atau generasi Y adalah generasi yang lahir pada kisaran tahun 1981-1996 atau mungkin saat ini telah berusia 27-42 tahun. Diketahui di wilayah kabupaten Boyolali untuk saat ini berjumlah 1.070.242 penduduk, dengan jumlah laki-laki 538.343 penduduk dan perempuan sebanyak 531.904 penduduk. Jika dilihat jumlah generasi milenial di Kabupaten Boyolali

yaitu 29.5 % dari jumlah keseluruhan yaitu sebanyak 313.413 penduduk dengan kisaran usia 25-44 tahun, laki-laki berjumlah 160.525 dan perempuan 155.818 penduduk (BPS,2021).

Kabupaten Boyolali adalah salah satu kabupaten yang terdapat di wilayah Jawa tengah dengan jumlah kabupaten di dalamnya sebanyak 22 Kecamatan. Ibukota Boyolali terletak di Kecamatan Boyolali. Dikenal sebagai penghasil (produksi) susu, Nieuw Zaeland Van Java, dan Boyolali tersenyum. Dalam segi ekonomi penghasilan diperoleh melalui peternakan sapi, perindustrian, produksi tanaman perkebunan, potensi ekonomi, dan peluang investasi. Adapun peluang investasi tersebut yaitu adanya Boyolali Pro Investasi. Melalui bupati sebelumnya yaitu Seno Samodro untuk terus membuat transformasi Kabupaten Boyolali lebih maju. Sejak menjabat pada tahun 2010, Seno melakukan banyak terobosan salah satunya mengenai kemudahan dalam berinvestasi.

Pertumbuhan di Kabupaten Boyolali ini mulai terasa dengan peningkatan pertumbuhan ekonomi sebesar 5,6 %. Berkat berkomitmen terhadap Boyolali Pro Investasi. Boyolali memperoleh Penghargaan dari Kementerian Dalam Negeri Republik Indonesia kepada Bupati Boyolali sebagai Nominator Terpilih Innovative Government Award (Penghargaan Pemda Inovatif Tahun 2013); Penghargaan Investment Award sebagai Pelayanan Terpadu Satu Pintu (PTSP) Bidang Penanaman Modal Terbaik

Kabupaten/Kota Terbaik Tahun 2014 dari BKP Modal RI."Boyolali dinilai memberikan kemudahan-kemudahan kepada investor untuk menanamkan modal di sini. Berbekal keyakinan itu, ia pancangkan visi Kabupaten Boyolali, "Kabupaten Boyolali Yang Lebih Sejahtera, Berdaya Saing dan Pro Investasi".(DPMPTSP Boyolali, 2015)

Gambar 1.2
Investasi Bodong



Sumber : Instagram Bibit.id

Menurut Rahmi et al. (2022) investasi merupakan sebuah langkah pembelajaran untuk dapat mengontrol keuangan pada masa sekarang dan masa depan. Namun masih banyak ditemukannya para calon investor yang belum memahami bagaimana investasi yang sebenarnya, Sehingga banyak para calon investor yang tertipu dengan investasi bodong yang akan membuat mereka rugi serta membuat keraguan masyarakat untuk kembali berinvestasi.

Diketahui bahwa tingkat partisipasi masyarakat dalam berinvestasi di pasar modal khususnya reksadana syariah masih terbilang cukup rendah. Sebab

ekonomi tidak berdampak signifikan ke tingkat kesejahteraan penduduk. Adapun cara agar hal tersebut dapat diperbaiki yaitu dengan mulai membiasakan berinvestasi. Namun masih terdapat banyak keraguan dan pertanyaan yang muncul dalam diri masyarakat, mulai dari investasi itu menakutkan, investasi pasar modal hanya untuk golongan tertentu, prosesnya sulit serta ribet, dan untuk membeli produk reksadana harus menjadi nasabah prioritas di bank besar.

PT Bibit Tumbuh Bersama hadir untuk membantu para investasi dari berbagai kalangan masyarakat dan bagi para investor pemula. Mereka meluncurkan platform reksadana digital yang nantinya akan membantu investor pemula untuk memulai berinvestasi. Sebuah platform yang diciptakan dan dibentuk di atas keyakinan bahwa semua orang mempunyai hak untuk memiliki masa depan yang lebih baik. PT. Bibit merupakan salah satu perusahaan finansial yang bertindak sebagai APERD di Indonesia.

PT. Bibit menjadi platform robo advisory terdepan di Indonesia yang sudah berlisensi dan diawasi OJK. Sebagai agen penjual efek reksadana (APERD) Pt. Bibit pernah ditetapkan sebagai “The Best Fintech Company” pada acara CNBC Indonesia Award 2021 ‘The Best Technology Companies’. Bibit juga dimasukkan dalam deretan aplikasi reksadana terbaik versi IDX Channel (2021).

Pengetahuan investasi merupakan pengetahuan dasar yang dipegang untuk memulai investasi Merawati & Putra Semara (2015). Banyak hal yang perlu dipertimbangkan serta dipelajari sebelum memulai berinvestasi, terutama

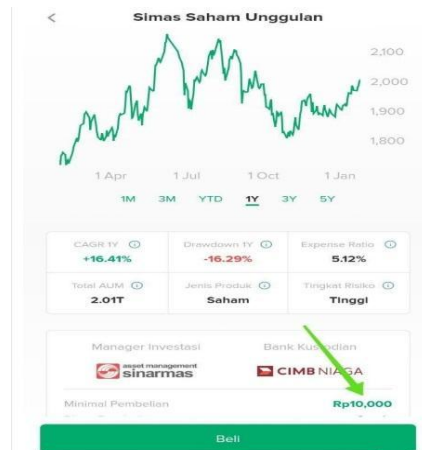
kemudahan akses serta risiko dalam berinvestasi. Oleh karena itu, aplikasi Bibit hadir untuk membantu para calon investor dalam merancang kegiatan portofolio investasi yang sesuai dan ideal dengan preferensi investor. Adanya bekal dan pengetahuan yang cukup hal ini ada menimbulkan rasa minat seseorang dalam memulai berinvestasi.

Suatu kepercayaan merupakan salah satu hal yang perlu dipertimbangkan oleh seseorang atau perusahaan sebelum melakukan suatu hal. Brand trust merupakan keinginan dari pelanggan untuk bersandar pada sebuah merek dengan risiko-risiko yang akan dihadapi dikarenakan adanya ekspektasi terhadap merek tersebut yang akan menyebabkan hasil yang baik Lau G.T & Lee S.H (1999). Kepercayaan yang sudah tertanam dalam diri seseorang terhadap suatu produk dapat menyebabkan suatu minat yang tidak diragukan.

Berdasarkan pendapat dari Respati (2017), brand ambassador adalah seseorang yang memiliki minat terhadap sebuah merek, bahkan memperkenalkan dan memberikan informasi mengenai merek tersebut dengan sukarela. Pt. Bibit tumbuh bersama pernah menggandeng selebritis ternama sebagai brand ambassadornya yaitu Deddy Corbuzier. Hal ini bertujuan untuk dapat menarik minat para calon investor pemula agar mulai berinvestasi reksa dana pada platform aplikasi Bibit. Menurut Halim (2005:4) investasi hakikatnya merupakan penempatan sejumlah dana pada saat ini dengan harapan untuk mendapatkan *profit* dimasamendatang. Kini dalam memulai berinvestasi tak perlu merasa takut dan sedih

Gambar 1.3

Modal Minimal Investasi Reksadana



Sumber : Aplikasi Bibit (Bibit.id)

Berdasarkan Gambar 1.3 berkaitan dengan modal minimal pada reksadana di aplikasi Bibit. modal pertama yang harus dimiliki agar dapat membuka rekening pokok di pasar modal Riyadi (2016). Pada aplikasi Bibit modal minimal masih sangat terjangkau yaitu untuk awal berinvestasi mulai Rp. 100.000. Bahkan juga mengeluarkan inovasi baru dengan berinvestasi mulai dari Rp. 10.000 dimana hal ini bertujuan untuk menarik minat generasi milenial agar bisa berinvestasi untuk masa depannya mulai dari sekarang serta diharapkan tidak memberatkan bagi para calon investor untuk berani memulai berinvestasi reksadana pada platform aplikasi Bibit.

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan oleh Negara & Febrianto (2020) dan Wibowo & Purwohandoko (2019) yaitu diketahui bahwa pengetahuan investasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi. Namun, ditemukan pada penelitian yang lain yaitu pada penelitian yang dilakukan oleh Nisa (2017) dengan hasil yang menyatakan bahwa

pengetahuan investasi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi.

Menurut penelitian yang telah dilakukan oleh Ridwanudin & Fanni (2019) dan Santoso & Mardian (2020), serta beberapa peneliti yang lainnya. Ditemukan hasil penelitian yang menyatakan bahwa brand trust berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.

Dalam penelitian lain yang dilakukan oleh Respati (2017), Hendayana & Afifah (2021) dan Lestari (2020). Dapat dilihat bahwa berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya. Adapun hasil penelitian ini menyatakan bahwa brand ambassador berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.

Disisi lain modal minimal investasi juga mempengaruhi minat berinvestasi, seperti penelitian yang digarap oleh Listyani et al. (2019) dan Wibowo & Purwohandoko (2019) dengan hasil penelitian bahwa modal minimal investasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi. Akan tetapi, hal ini tidak sependapat dengan hasil penelitian yang sudah dilakukan oleh Nandar et al. (2018) dan Anjani (2021) dimana hasil penelitian ini menyatakan bahwa modal minimal investasi tidak memiliki pengaruh secara signifikan dan positif terhadap minat berinvestasi.

Berdasarkan penjelasan di atas mengenai beberapa pengaruh faktor terhadap minat berinvestasi, masih memberikan hasil yang berbeda dan penelitian yang masih terbatas pada mahasiswa. Oleh karena itu peneliti

terdorong untuk melaksanakan penelitian lebih jauh dengan judul “**Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Berinvestasi Reksadana Syariah pada Aplikasi Bibit (Studi Kasus Generasi Milenial di Kabupaten Boyolali)**”.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas dapat diidentifikasi beberapa permasalahan diantaranya, yaitu :

1. Masih kurangnya minat generasi muda untuk berinvestasi pada efek syariah, khususnya reksadana syariah.
2. Masih ditemukannya kendala yang dihadapi oleh investor pemula dalam berinvestasi di reksadana syariah seperti masih ditemukannya rendahnya pengetahuan mengenai investasi serta kurangnya pendanaan modal untuk berinvestasi, kekhawatiran akan adanya penipuan investasi bodong, serta kendala lainnya.
3. Hasil penelitian sebelumnya yang memperlihatkan pandangan dan pendapat yang tidak sama, sehingga menarik peneliti untuk meneliti lebih jauh mengenai pengaruh pengetahuan investasi, *brand trust*, *brand ambassador*, dan modal minimal investasi terhadap minat berinvestasi reksadana syariah.

1.3. Batasan Masalah

Batasan masalah ini digunakan untuk menjauhi penyimpangan dan mengembangkannya pokok pembahasan. Sehingga batasan masalah dapat menjadikan penelitian yang dilakukan lebih terarah dan terorganisir serta memudahkan dalam melaksanakan pembahasan yang searah dengan tujuan

penelitian yang akan dicapai. Dengan demikian, penulis akan memfokuskan penelitian pada :

1. Penelitian ini sekedar berfokus kepada variabel independen antara lain pengaruh pengetahuan investasi *brand trust*, *brand ambassador*, dan modal minimal investasi. Sementara variabel dependen yaitu minat berinvestasi.
2. Penelitian ini hanya berfokus kepada masyarakat yang belum berinvestasi reksadana syariah pada aplikasi Bibit.
3. Sampel yang digunakan adalah investor generasi milenial yang belum pernah berinvestasi pada aplikasi Bibit di Kabupaten Boyolali.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, sehingga rumusan masalah yang difokuskan dalam pembahasan ini, diantaranya sebagai berikut :

1. Apakah pengetahuan investasi berpengaruh terhadap minat berinvestasi reksadana syariah oleh generasi milenial pada aplikasi Bibit?
2. Apakah *brand trust* berpengaruh terhadap minat berinvestasi reksadana syariah oleh generasi milenial pada aplikasi Bibit?
3. Apakah *brand ambassador* berpengaruh terhadap minat berinvestasi reksadana syariah oleh generasi milenial pada aplikasi Bibit?
4. Apakah Modal Minimal Investasi berpengaruh terhadap minat berinvestasi reksadana syariah oleh generasi milenial pada aplikasi Bibit?

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang terdapat diatas maka dapat diketahui bahwa tujuan penelitian antara lain :

1. Mengetahui pengaruh pengetahuan investasi terhadap minat berinvestasi reksadana syariah oleh generasi milenial pada aplikasi Bibit.
2. Mengetahui pengaruh *brand trust* terhadap minat berinvestasi reksadana syariah oleh generasi milenial pada aplikasi Bibit.
3. Mengetahui pengaruh *brand ambassador* terhadap minat berinvestasi reksadana syariah oleh generasi milenial pada aplikasi Bibit.
4. Mengetahui pengaruh modal minimal investasi terhadap minat berinvestasi reksadana syariah oleh generasi milenial pada aplikasi Bibit.

1.6. Manfaat Penelitian

Adapun penelitian ini diharapkan akan berguna :

a. Bagi Teoritis

Bagi teoritis hasil penulisan dari penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan ataupun menjawab persoalan dalam bidang investasi khususnya tentang pengaruh pengetahuan investasi, *brand trust*, *brand ambassador*, dan modal minimal investasi terhadap minat berinvestasi reksadana syariah oleh generasi milenial pada aplikasi Bibit.

b. Bagi Praktisi

Secara praktisi, penelitian ini diinginkan dapat bermanfaat bagi :

1. Bagi masyarakat, untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi minat berinvestasi reksadana syariah pada aplikasi Bibit.
2. Bagi Perusahaan Bibit, dapat dijadikan sebagai masukan dan sumbangan berharga bagi perusahaan Bibit untuk lebih

mengenalkan investasi reksadana syariah kepada masyarakat umum melalui *edukasi* dan sosialisasi. Selain itu juga bagi perusahaan dapat meningkatkan jumlah investor di Kabupaten Boyolali.

3. Bagi penelitian selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat membantu menambah pengetahuan dan wawasan serta dapat dijadikan sebagai referensi untuk penelitian yang memiliki topik yang sama.

1.7. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dikenakan untuk mendeskripsikan hal yang akan diuraikan di tiap-tiap bab dan materi yang ada di dalam bab tersebut.

Berikut ini sistematika penulisan :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab pertama terdiri dari beberapa sub bab diantaranya: pertama latar belakang masalah, kedua identifikasi masalah, ketiga batasan masalah, keempat rumusan masalah, kelima tujuan penelitian, keenam manfaat penelitian, dan terakhir sistematika penulisan skripsi

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab kedua menguraikan tentang kajian teori yang terdiri dari beberapa sub bab, penelitian terdahulu yang relevan, kerangka berpikir, serta hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini menjelaskan beberapa sub bab diantaranya mengenai waktu dan wilayah penelitian, jenis penelitian yang dipakai, jumlah populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, data dan sumber data, teknik dan pengumpulan data, teknik analisis data yang digunakan di dalam penelitian ini.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bab empat ini membahas tentang gambaran umum yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dibahas, analisis dan pembahasan hasil penelitian, dan jawaban mengenai pertanyaan-pertanyaan yang ditetapkan dalam rumusan masalah.

BAB V PENUTUP

Bab terakhir dalam penulisan skripsi. Pada bab ini berisi kesimpulan penelitian, keterbatasan penelitian, dan juga saran.

DAFTAR PUSTAKA

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Minat

2.1.1. Pengertian Minat

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mendefinisikan “minat sebagai pandangan di dalam hati yang tinggi terhadap sesuatu yang bergairah ataupun keinginan”. Menurut semiawan (1986) dalam marpaung (2009) minat adalah “suatu keadaan emosional dalam diri yang menghasilkan respon terstruktur kepada suatu objek tertentu yang memberikan kepuasan dan menyenangkan terhadap dirinya”. Menurut Stihggins (1994) minat adalah salah satu dari tahap dalam aspek suasana hati yang mempunyai peran cukup besar dalam kehidupan seseorang. Hal yang melingkupi afektif tersebut diantaranya :

- a. Terkait dengan perasaan tentang suatu objek yang tak sama
- b. Berbagai macam perasaan yang mempunyai intensitas yang tidak menentu, dari lemah, sedang, sampai kuat
- c. Perasaan yang memiliki cara pandang yang dimulai

2.1.2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat

Menurut Crown and Crown dalam Khairani (2013:139) minat pada hakikatnya merupakan hasil dari adanya sebab akibat dari sebuah pengalaman. Minat berkembang sebagai hasil daripada suatu kegiatan dan akan menjadi sebab akan dipakai lagi dalam kegiatan yang sama. akan

dipakai lagi dalam kegiatan yang sama. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat adalah sebagai berikut :

- a. *The factor inner urge* (faktor dorongan batin)
- b. *The factor of sosial motive* (faktor motif sosial)
- c. *Emosional factor* (faktor emosi)

2.2. Literasi Keuangan

2.2.1. Pengertian Literasi Keuangan

Menurut Chen dan Volpe (1998) literasi keuangan adalah sebagai kemampuan mengelola keuangan untuk hidup yang lebih sejahtera di masa depan. Menurut Kaly et al. (2008) dalam Widyawati (2012) literasi keuangan ialah sebagai kemampuan untuk mengetahui kondisi keuangan dan juga konsep-konsep keuangan serta untuk merubah pengetahuan tersebut secara tepat ke dalam perilaku. Menurut Lusardi & Mitchell (2007) literasi keuangan memiliki arti sebagai pengetahuan keuangan dengan tujuan mencapai kehidupan yang kesejahteraan. Menurut Otoritas Jasa Keuangan, literasi keuangan adalah kemampuan untuk mempelajari pengetahuan dan ketrampilan untuk mengelola sumber daya keuangan untuk mencapai titik kesejahteraan

2.2.2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Literasi Keuangan

Lusardi & Mitchell (2007) mengatakan bahwa ada 3 hal yang memberikan pengaruh terhadap kemampuan literasi keuangan:

- a. Sosiodemografi

Ada perbedaan pandangan jika laki-laki dianggap memiliki kemampuan pengetahuan keuangan lebih tinggi dari perempuan.

b. Latar belakang keluarga

Latar belakang pendidikan seorang ibu di dalam keluarga memiliki pengaruh yang kuat pada literasi keuangan.

c. Kelompok pertemanan

Komunitas seseorang dapat mempengaruhi pengetahuan keuangan, pola konsumsi maupun penggunaan dari uang yang ada.

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK), faktor-faktor yang mempengaruhi literasi keuangan, antara lain:

- a. Gender (Jenis kelamin)
- b. Tingkat pendidikan
- c. Tingkat pendapatan

2.2.3. Ciri-ciri Literasi Keuangan

Jumpstrat dalam Mandell (2008) menentukan literasi keuangan dalam beberapa aspek berikut:

1. Pendapatan

Pendapatan merupakan penghasilan yang ada dari aktivitas perusahaan yang biasanya mempunyai makna berbeda-beda seperti jual beli, bunga, penghasilan jasa dan sewa.

2. Pengelolaan uang

Tahapan yang dapat dipersiapkan untuk dapat melakukan pengaturan uang yang tepat serta benar adalah :

- a. Memulai untuk membuat pembukaan keuangan
 - b. Mengawasi serta mengevaluasi keuangan yang ada secara bertahap
 - c. Membiasakan diri untuk memulai menabung sejak kecil.
3. Tabungan

Tabungan adalah sebagian pendapatan yang disisihkan orang untuk menahan sebagian keinginan untuk konsumsi yang berlebihan untuk tujuan tertentu.

4. Investasi

Investasi adalah penempatan uang di suatu instansi untuk tujuan memperoleh *profit* di masa mendatang.

2.3. Brand (Merek)

2.3.1. Pengertian Brand (Merek)

Menurut Kotler & Keller (2016), *brand* diartikan sebagai sebuah nama, istilah, lambang, atau desain, atau kombinasinya, yang mengidentifikasi pembuat atau penjual barang atau jasa. Menurut Buchori Alma (2000) merek adalah suatu tanda atau simbol yang memberikan identitas barang atau jasa tertentu yang dapat berupa kata-kata, gambar atau kombinasi keduanya. Sedangkan menurut Kartajaya (2010) merek adalah aset yang menciptakan nilai bagi pelanggan dengan meningkatkan kepuasan dan menghargai kualitas.

2.3.1.1. Trust (Kepercayaan)

Rousseau, et al. (1998) menyatakan” *trust* adalah suatu hal yang penting karena merupakan suatu kondisi psikologis yang mendasari tindakan atau perilaku tertentu”. Kepercayaan (*trust*) adalah fondasi dari sebuah bisnis, di mana kegiatan transaksi bisnis akan berlangsung apabila didapati kepercayaan di antara tiap-tiap pihak yang terlibat Febriyanti Melinda (2022).

2.3.1.2. Ambassador (Duta Besar)

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Ambassador artinya duta besar. Tapi disini *ambassador* yang dimaksud bukanlah brand ambassador perwakilan dari pemerintah melainkan brand ambassador untuk sebuah produk tertentu. Disini *ambassador* memiliki definisi individu yang ditunjuk oleh sebuah perusahaan untuk memperkenalkan produk tersebut diberbagai media sosial atau event tertentu. Biasanya mereka memiliki tanggung jawab untuk mempromosikan serta memperkenalkan produk tersebut pada lingkup *follower* (pengikut) mereka.

2.3.2. Brand Trust (Kepercayaan Merek)

Brand trust merupakan salah satu hasil dari proses interaksi dan komunikasi antara merek dengan pelanggan yang dilakukan oleh pemasar Nia & Mudiantono (2016). Terdapat komponen penting di alam *brand trust* seperti yang dikatakan oleh Firmansyah (2019) adalah pertama bahwa konsumen memiliki keyakinan bahwa produk tersebut dapat mencukupi

harapan dengan tercapainya janji merek tersebut. Kedua, konsumen memiliki keyakinan jika merek tersebut mampu mengedepankan kepentingan konsumen ketika ditemukan adanya masalah saat menggunakannya.

Brand trust akan mendorong perilaku pembelian ulang dan loyalitas terhadap sebuah merek Putra & Sulistyawati (2019). Untuk itu seorang investor akan memiliki rasa percaya terhadap perusahaan tersebut apabila mereka telah terdaftar resmi di OJK serta memiliki citra merek yang baik dikalangan masyarakat. Dijelaskan oleh Lau G.T & Lee S.H (1999) *Brand Trust* adalah “*Brand trust* adalah keinginan dari pelanggan untuk bersandar pada sebuah merek dengan risiko-risiko yang akan dihadapi dikarenakan adanya ekspektasi terhadap merek tersebut yang akan menyebabkan hasil yang baik”.

2.3.2.1. Indikator *Brand Trust*

Lau Geok and Sook Mengemukakan, terdapat tiga faktor yang menganalisis kepercayaan terhadap merek. Ketiga faktor ini berkaitan dengan tiga komponen yang tergolong dalam hubungan antara merek dan konsumen. Adapun tiga faktor tersebut adalah :

1. Brand Characteristic (karakteristik merek)

Brand characteristic mempunyai peran yang sangat penting dalam menentukan pengambilan keputusan konsumen untuk mempercayai suatu *brand*.

2. Company Characteristic (karakteristik perusahaan)

Company characteristic yang ada dibalik suatu *brand* juga dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan konsumen terhadap merek tersebut. *Consumer-Brand Characteristic* (karakteristik merek konsumen).

3. *Consumer-brand characteristic* (Karakteristik merek Konsumen)

Consumer-brand characteristic merupakan dua kelompok yang saling mempengaruhi. Oleh sebab itu, *consumer-brand characteristic* dapat mempengaruhi kepercayaan terhadap suatu *brand*.

Berdasarkan tinjauan dari beberapa ahli, dapat disimpulkan bahwa *brand trust* merupakan hal yang penting agar dapat menjaga suatu hubungan antara investor dan perusahaan, serta menjaga rasa aman dan keinginan kembali membeli produk yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut.

2.3.3. *Brand Ambassador* (Duta Merek)

Menurut Lea-Greenwood, (2012) *brand ambassador* adalah “alat yang digunakan oleh perusahaan untuk berkomunikasi dan terhubung dengan masyarakat, mengenai bagaimana mereka benar-benar meningkatkan penjualan. Penggunaan *brand ambassador* dilakukan oleh perusahaan untuk memengaruhi atau mengajak konsumen”. Menurut Firmansyah (2019:125) duta merek Trendsetter sering digunakan sebagai pendukung merek di sektor pemasaran. *Brand Ambassador* adalah

“seseorang yang antusias terhadap suatu produk dan dapat membujuk atau mengajak pelanggan untuk membeli atau menggunakannya”.

Brand ambassador adalah seseorang yang memiliki minat pada sebuah brand, bahkan secara sukarela memperkenalkan dan memberikan informasi mengenai brand tersebut Respati (2017). Pt. Bibit tumbuh bersama pernah menggandeng selebritis ternama sebagai brand ambasadornya yaitu Deddy Corbuzier.

2.3.2.2. Peranan *Brand Ambassador*

Seorang *brand ambassador* dipilih oleh perusahaan dengan beberapa pertimbangan seperti orang-orang yang memiliki latar belakang terkenal dengan kemampuan dan keahlian tersendiri sesuai dengan produk yang diwakilinya. Menurut Royan (2004,156) terdapat empat peranan *brand ambassador*, yaitu “Memberikan testimonial, Bertindak sebagai aktor dalam topik iklan yang diwakilinya, Memberikan dorongan dan penguatan (*endorsement*), dan Bertindak sebagai juru bicara perusahaan”.

2.3.2.3. Indikator *Brand Ambassador*

.Indikator yang digunakan pada penelitian ini mengacu pada indikator yang disampaikan oleh Respati (2017), sebagai berikut :

- a. *Visibility* (Kepopuleran)
- b. *Credibility* (Keahlian)
- c. *Attraction* (Daya Tarik)

d. *Power* (Kekuatan)

Dari pendapat beberapa peneliti mengenai *brand ambassador* dapat disimpulkan bahwa *brand ambassador* merupakan seseorang dari lingkungan selebritis atau orang terkenal yang mempunyai pengaruh baik dimata masyarakat, yang bekerjasama dengan suatu perusahaan dengan tujuan untuk memperkenalkan, menarik minat, mempunyai kekuatan mempengaruhi serta dapat dilihat produknya oleh calon konsumen.

2.4. Investasi

2.4.1. Pengertian Investasi

Menurut Halim (2005) investasi memiliki arti “investasi merupakan pengolahan sejumlah dana pada saat ini dengan keinginan untuk mendapatkan *profit* dimasa mendatang”. Menurut Tandelin (2001) investasi merupakan suatu kepercayaan atas sejumlah dana atau sumber daya yang dimiliki untuk diolah pada saat ini, dengan maksud memperoleh imbah hasil yang lebih di masa depan. Menurut Sharpe (2005) minat berinvestasi dari seseorang dipengaruhi oleh pengetahuan akan investasi mulai dengan jenis investasi, risiko yang dihadapi, *return yang diperoleh* karena investasi yang akan dipilih.

2.4.2. Jenis-jenis Investasi

Pada awalnya investasi dibagi menjadi 3 kelompok (Sharpe, 1997) :

- a. Investasi dalam aktiva finansial (*financial asset*) dan aktiva riil (*realasset*).

- b. Investasi langsung dan tidak langsung.
- c. Investasi jangka panjang dan jangka pendek.

2.4.3. Reksadana

Reksadana merupakan kumpulan obligasi, saham, serta sekuritas jenis lain yang dibeli oleh seorang investor dan dikelola oleh sebuah perusahaan investasi profesional (Jacobs, Bruce, 1994). Undang-undang Pasar Modal Nomor 8 Tahun 1995, Pasal 1 ayat 27 menyatakan bahwa reksadana sebagai tempat yang dipergunakan untuk menghimpun dana dari masyarakat investor, untuk selanjutnya di investasikan dalam portofolio efek oleh Manajer Investasi. Reksadana menawarkan berbagai fitur bagi para pemula yang kurang memahami instrumen-instrumen investasi dan hanya berbatasan modal minimal.

2.4.3.1 Klasifikasi reksadana

- a. Berdasarkan bentuknya : reksadana berbentuk perseroan, reksadana berbentuk kontrak investasi kolektif.
- b. Berdasarkan sifat : reksadana tertutup dan reksadana terbuka.
- c. Berdasarkan portofolio investasi : reksadana pasar uang, reksadana saham reksadana pendapatan tetap, reksadana campuran.
- d. Berdasarkan tujuan investasi : growth fund, income fund, safety fund.
- e. Berdasarkan hukum : reksadana konvensional dan reksadana syariah.

2.4.3.2 Reksadana syariah

Reksadana syariah merupakan tempat yang dipergunakan untuk menghimpun dana dari masyarakat (pemoda) sebagai pemilik dana untuk selanjutnya diinvestasikan dalam bentuk portofolio efek oleh manajer investasi sebagai wakil menurut ketentuan dan prinsip syariah Islam. Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) No. 20/DSN-MUI/2001, reksadana syariah adalah reksadana yang beroperasi menurut ketentuan dan prinsip-prinsip syariah Islam, baik dalam bentuk akad anatar pemodal dan manajer investasi, maupun antara manajer investasi dengan pengguna investasi.

Jenis-jenis reksadana syariah menurut peraturan OJK Nomor 19/PJOK.04/2015 dapat berupa: Reksadana syariah pasar uang, Reksadana syariah saham, Reksadana syariah pendapatan tetap, Reksadana syariah terproteksi, Reksadana syariah campuran, Reksadana syariah berbasis sukuk, Reksadana syariah indeks, dan masih banyak lagi.

Pembeda antara reksadana syariah dan reksadana konvensional adalah reksadana syariah memiliki kebijaksanaan investasi yang berbasis instrument investasi pada portofolio yang dikategorikan halal. Dikatakan halal jika perusahaan menerbitkan instrumen investasi tersebut tidak melakukan usaha yang bertentangan dengan prinsip-prinsip Islam. Tidak melakukan riba atau membungakan uang.

2.4.4. Minat Berinvestasi

2.4.4.1 Pengertian Minat Berinvestasi

Menurut Hidayati (2017), investasi adalah suatu tindakan menaruh dana pada satu atau lebih dari satu macam aset selama kurun waktu tertentu dengan keinginan dapat memperoleh pendapatan dan/atau pertambahan nilai investasi di masa mendatang. Minat berinvestasi merupakan suatu kemauan dalam menempatkan sebagian dananya pada pasar modal dengan harapan mendapatkan *profit* di masa depan. Minat berinvestasi adalah keinginan calon investor menyisihkan sebagian hartanya untuk diinvestasikan guna mendapatkan *margin* di masa selanjutnya Annisa et al. (2021).

Minat investasi merupakan hasrat atau keinginan yang kuat pada seseorang untuk mempelajari segala hal yang berkaitan dengan investasi hingga pada tahap mempraktekannya (Pajar & Pustikaningsih, 2017). Menurut Wibowo & Purwohandoko (2019), Minat berinvestasi merupakan suatu kemauan dalam menempatkan sebagian dananya pada pasar modal dengan harapan mendapatkan *profit* di masa depan. Hati & Harefa (2019), minat berinvestasi adalah usaha seseorang untuk melakukan aktivitas-aktivitas yang dapat menjangkau keinginannya untuk memilih berinvestasi.

2.4.4.2 Indikator Minat Berinvestasi

Adapun indikator minat berinvestasi yang akan digunakan yaitu berdasarkan konsep Hati & Harefa (2019) yaitu sebagai berikut:

1. Keinginan, yaitu kebutuhan untuk dimiliki
2. Minat investasi, yaitu sebagai adanya pemusatan atau gairah untuk membeli
3. Keyakinan, yaitu adanya kepercayaan individu dalam kualitas, kegunaan, dan profitabilitas.
4. Keterkaitan, sebagai adanya pemusatan atau perhatian dan perasaan tenang.

Dapat disimpulkan dari beberapa pendapat peneliti di atas bahwa minat berinvestasi merupakan suatu keinginan yang tertanam dalam diri untuk mempelajari dan ingin mengetahui lebih jauh tentang investasi, dimana hal ini bertujuan untuk memperoleh keuntungan yang lebih dari sebelumnya pada masa yang akan datang.

2.4.5. Pengetahuan Investasi

2.4.4.2 Pengertian Pengetahuan Investasi

Jayengsari & Ramadhan (2021) mendefinisikan “Pengetahuan investasi untuk membuktikan adanya perubahan positif dan kemajuan seseorang untuk mulai berinvestasi, melainkan pengetahuan investasi yang cukup diperlukan untuk menjauhi perihal kerugian saat berinvestasi”. Seseorang akan merasa kepercayaan dirinya meningkat dalam berinvestasi setelah memiliki pengetahuan dari bidang yang dilakukan Tandio & Widanaputra (2016).

Pengetahuan investasi merupakan suatu informasi yang berkaitan dengan cara mengalokasikan sebagian dana atau sumber daya yang dimiliki untuk memperoleh *profit* di masa depan Wibowo & Purwohandoko (2019). Pengetahuan investasi merupakan pengetahuan dasar yang dipegang untuk memulai investasi Merawati & Putra Semara (2015). Seseorang akan berinvestasi secara langsung, karena dengan pengetahuan yang dimiliki dapat menghindari kerugian dan dapat menjadi suatu keuntungan dimasa depan(Dewi & Nuryani, 2022).

3.4.6.1 Indikator Pengetahuan Investasi

Indikator yang digunakan pada pengetahuan investasi yaitu berdasarkan Merawati & Putra Semara (2015), antara lain: :

1. Pengetahuan dasar penilaian saham
2. Tingkat Risiko
3. Tingkat pengembalian

Dapat disimpulkan dari beberapa penelitian di atas bahwa pengetahuan investasi adalah suatu dasar pegangan yang harus dimiliki oleh seorang calon investor untuk memulai berinvestasi, hal ini bertujuan guna mengetahui akan kendala, risiko, bahkan imbal yang akan didapatkan nantinya.

2.4.6. Modal Minimal Investasi

2.4.6.1. Pengertian Modal Minimal

Para ahli ekonomi mendefinisikan modal sebagai sebuah kekayaan perusahaan yang dapat digunakan untuk kegiatan produksi pada tahap selanjutnya. Sedangkan pengusaha mendefinisikan modal sebagai nilai buku dari surat berharga. Modal minimal adalah dana yang diserahkan pada awal untuk membuka rekening agar dapat ikut serta dalam pasar modal Saputra (2021). Modal minimal merupakan salah satu dari faktor yang harus diperhitungkan seseorang sebelum melakukan kesimpulan dalam berinvestasi Pajar & Pustikaningsih (2017).

2.4.6.2 Pengertian Modal Minimal Investasi

Modal minimal investasi merupakan suatu hal yang dipertimbangan sebelum melakukan investasi, bahkan minimal dana yang diperlukan akan semakin meningkatkan minat untuk berinvestasi Priyawan (2021). Modal minimal akan menjadi sesuatu yang akan di pertimbangkan dengan matang karena perlu adanya perhitungan estimasi dana yang tepat dalam berinvestasi, semakin minimal modal yang ditetapkan maka akan semakin meningkat minat seseorang untuk berinvestasi sebaliknya jika modal minimal investasi besar akan menurunkan minat untuk berinvestasi(Mahdi et al., 2020). Hal ini bisa diketahui bahwa modal minimal bisa menarik minat para calon investor muda untuk berinvestasi pada reksadana syariah.

Syarat berinvestasi pada reksa dana syariah sekarang ini kian mudah, salah satunya adalah modal minimal untuk berinvestasi pada

aplikasi Bibit masih sangat terjangkau yaitu untuk awal berinvestasi mulai Rp. 100.000 . Bahkan Bibit juga mengeluarkan inovasi baru dengan bisa berinvestasi mulai dari Rp. 10.000 Sehingga sangat memungkinkan masyarakat generasi muda untuk berinvestasi pada reksadana syariah.

3.4.6.2 Indikator Modal Minimal Investasi

Modal investasi minimal adalah modal pertama yang harus dimiliki agar dapat membuka rekening pokok di pasar modal Riyadi (2016). Indikator yang digunakan pada modal minimal investasi yang akan digunakan pada penelitian ini mengarah pada indikator yang dinyatakan oleh Riyadi (2016) sebagai berikut :

- a. Penetapan modal awal, yaitu modal awal investasi sebagai penentu banyaknya uang atau modal yang akan dikeluarkan untuk membeli asset.
- b. Estimasi dana untuk investasi, yaitu perhitungan yang dilakukan untuk merencanakan kebutuhan yang nantinya diperlukan untuk memulai ketika mau berinvestasi.
- c. Hasil investasi, yaitu hasil yang didapatkan nantinya dapat menjadi pertimbangan untuk memulai berinvestasi.

Dapat disimpulkan dari beberapa penelitian di atas bahwa modal minimal investasi merupakan modal awal yang harus dimiliki oleh calon investor yang ingin berinvestasi serta membuka rekening agar dapat ikut

serta didalamnya untuk memperoleh imbal balik yang lebih dari sebelumnya.

2.5. Financial Teknologi

2.5.1. Pengertian Financial Teknologi

Financial Technology adalah sebuah istilah yang digunakan guna menunjukkan perusahaan yang merekomendasikan teknologi modern pada sektor keuangan. Sedangkan menurut surat edaran Bank Indonesia No.18/22/DKSP tentang Penyelenggaraan Layanan Keuangan Digital (LDK) menjelaskan bahwa kegiatan layanan keuangan digital adalah penggunaan teknologi berbasis mobile ataupun web dalam aktivitas layanan sistem pembayaran dan keuangan yang dilangsungkan dengan kerja sama dengan pihak ketiga dalam rencana keuangan inklusif.

Fintech merupakan gelombang baru perusahaan yang memperkenalkan model baru dalam proses individu dalam bertransaksi, seperti membaya, meminjam, mengirim uang, menginvestasikan, dan meminjamkan uang mereka. Fintech merupakan peyatuan teknologi dan finansial dimana teknologi dapat bersifat otomatisasi dengan mesin atau pengguna media internet untuk meringankan layanan dan saat ini menjadi opsi utama untuk pelaku industri sektor keuangan.

2.5.2. Jenis-jenis Financial Teknologi

Jenis-jenis Fintech, ada beberapa jenis fintech yang ada di Indonesia diantaranya adalah Payment Settlement and Clearing, Crowdfunding and P2P, Market Agregator, dan Risk and Invesment Management.

- a. Payment Settlement and Clearing
- b. Crowdfunding and Peer to Peer Lending (P2P lending)
- c. Market Aggregator
- d. Risk and Investment Management

2.5.3. Regulasi Financial Technology di Indonesia

Dasar hukum penyelenggaraan FinTech dalam sistem pembayaran di Indonesia yang dikeluarkan Bank Indonesia antara lain: Surat Edaran BI No. 18/22/DKSP perihal Penyelenggaraan Layanan Keuangan Digital,, Peraturan BI No. 18/40/PBI/2016 tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran., Peraturan BI No. 19/12/PBI/2017 tentang Penyelenggaraan teknologi Financial., Peraturan BI No. 20/6/PBI/2018 tentang Uang Elektronik

OJK berperan untuk mengawasi, mengatur industri Fintech dan melindungi nasabah dengan mengeluarkan aturan terbaru, yakni peraturan OJK No.13/POJK.02/2018 tentang Inovasi Keuangan Digital (IKD) di Sektor Jasa Keuangan. Sedangkan peraturan yang mengatur mengenai Financial teknologi syariah diantaranya:

1. Fatwa Dewa Syariah Nasional MUI No. 116/DSN-MUI/IX/2017 tentang Uang Elektronik Syariah
2. Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI No. 117/DSN-MUI/2017 tentang Layanan Pembiayaan Berbasis Teknologi Informasi Berdasarkan Prinsip Syariah.

2.6. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu memiliki persamaan dan perbedaan dengan penelitian sekarang, yaitu metode kuantitatif yang digunakan:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu yang Relevan

No	Judul dan Nama Penelitian	Variabel	Metode Analisis	Hasil penelitian
1.	Pengaruh pengetahuan, motivasi investasi, dan pemahaman terhadap minat mahasiswa untuk berinvestasi di pasar modal (Suprihati & Pradanawati, 2020).	Variabel independen: pengetahuan (X1) motivasi investasi (X2) pemahaman (X3) Variabel dependen: Minat investasi (Y)	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner dan jumlah sampel 243 mahasiswa.	Hasil penelitian ini menyatakan bahwa pengetahuan, motivasi investasi, dan pemahaman berpengaruh secara positif dan positif terhadap minat berinvestasi pada pasar modal

2	Investasi Dan <i>Return</i> Terhadap Minat Investasi Masyarakat Kota Palembang Di Pasar Modal (Yusuf et al., 2021).	minimal investasi (X1) <i>return</i> (X2) Variabel dependen : Minat investasi	kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner. Jumlah sampel 100 responden	minimal berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi sedangkan <i>return</i> tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi. Namun modal minimal dan <i>return</i> secara simultan berpengaruh positif terhadap minat investasi.
3	Pengaruh pengetahuan investasi, risiko	Variabel independen: pengetahuan investasi (X1)	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif,	Hasil penelitian menyatakan bahwa pengetahuan

	<p>investasi, dan motivasi investasi terhadap minat berinvestasi pada pasar modal syariah. (Prasetyo et al., 2022)</p>	<p>risiko investasi (X2) motivasi investasi (X3)</p> <p>Variabel dependen :</p> <p>Minat berinvestasi (Y)</p>	<p>pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan jumlah sampel 90 responden</p>	<p>investasi dan motivasi investasi berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap minat. Sedangkan risiko investasi secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat</p>
4	<p><i>perceived ease of use knowledge, product knowledge dan trust terhadap minat menggunakan aplikasi reksadana bibit (studi kasus</i></p>	<p>Variabel independen:</p> <p><i>Perceived ease of use knowledge (x1)</i></p> <p><i>Product knowledge (x2)</i></p> <p><i>Trust (x3)</i></p>	<p>Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, pengumpulan data melalui kuesioner. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini</p>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa <i>perceived ease of use, product knowledge, dan trust</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan</p>

	pengguna platform digital fintech bibit)(Gunawan & Suartina, 2021).	Variabel dependent : Minat (Y)	adalah sebanyak 60 responden.	aplikasi reksadana Bibit.
5	Pengaruh Kemajuan Teknologi Informasi Dan Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Investasi Generasi Milenial Di Pasar Modal(Negara & Febrianto, 2020).	Variabel independen: kemajuan teknologi informasi (X1) dan Pengetahuan Investasi (X2) Variabel dependent : Minat investasi (Y)	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, data yang digunakan data primer dengan jumlah sampel 92 responden mahasiswa/i fakultas ekonomi dan bisnis universitas muhammadiyah tangerang.	Penelitian ini menyatakan bahwa kemajuan teknologi informasi dan pengetahuan investasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi generasi milenial di pasar modal.

6	<p>Analisis Pengaruh <i>Brand Image</i> Dan <i>Brand Trust</i> Terhadap Minat Beli Pada Produk Avocado Mantul (Santoso & Mardian, 2020).</p>	<p>Variabel independen: <i>brand image</i> (X1) <i>brand trust</i> (X2)</p> <p>Variabel dependent : Minat beli (Y)</p>	<p>Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner serta jumlah sampel sebanyak 96 responden</p>	<p>Hasil penelitian ini menyatakan bahwa <i>brand image</i> dan <i>brand trust</i> berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli</p>
7	<p>Pengaruh Motivasi Investasi Dan Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal Pada Mahasiswa Fe</p>	<p>Variabel independen: Motivasi investasi (X1) Pengetahuan investasi (X2)</p> <p>Variabel dependent :</p>	<p>Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner serta jumlah sampel</p>	<p>Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa pengaruh motivasi investasi dan pengetahuan investasi berpengaruh secara positif dan signifikan</p>

	Uny(Pajar & Pustikaningsih, 2017).	Minat investasi (Y)	sebanyak 100 responden	terhadap minat investasi
8	Pengaruh Pengetahuan Investasi, Kebijakan Modal Minimal Investasi, Dan Pelatihan Pasar Modal Terhadap Minat Investasi (Studi Kasus Mahasiswa Fe Unesa Yang Terdaftar Di Galeri Investasi Fe Unesa)(Wibowo &	Variabel independen: Pengetahuan investasi (X1), Kebijakan modal minimal (X2), dan pelatihan pasar modal (X3) Variabel dependent : Minat investasi	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner serta jumlah sampel sebanyak 120 responden	Hasil penelitian menyatakan bahwa Pengetahuan Investasi, Kebijakan Modal Minimal Investasi, Dan Pelatihan Pasar Modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Investasi

	Purwohandoko , 2019).			
9	Pengaruh <i>Brand Ambassador, Brand Image,</i> dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Lipstik Wardah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember)(Respati, 2017).	Variabel Independen: <i>Brand ambassador (X1)</i> <i>Brand image (X2)</i> Kualitas produk (X3) Variabel dependent : Minat beli	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner serta jumlah sampel sebanyak 84 responden	Hasil penelitian ini menyatakan bahwa <i>brand ambassador, brand image,</i> dan kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli.
10	Analisis Faktor-Faktor	Variabel independen:	Penelitian ini menggunakan	Hasil penelitian menyatakan

Yang Mempengaruhi Minat Berinvestasi Di Pasar Modal Bagi Generasi Milenial (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Bisnis Politeknik Negeri Batam)(Hati & Harefa, 2019).	Motivasi (X1) Pengetahuan pasar modal (X2) Risiko (X3) Variabel dependent : Minat Berinvestasi	metode kuantitatif, pengumpulan data melalui kuesioner. Dengan jumlah sampel 67 responden (mahasiswa jurusan Manajemen bisnis Politeknik negeri Batam yang telah mendapatkan mata kuliah pasar modal)	bahwa pengetahuan pasar modal dan risiko berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi di pasar modal bagi generasi milenial, namun tidak dengan motivasi yang tidak berpengaruh terhadap minat berinvestasi.
--	--	---	---

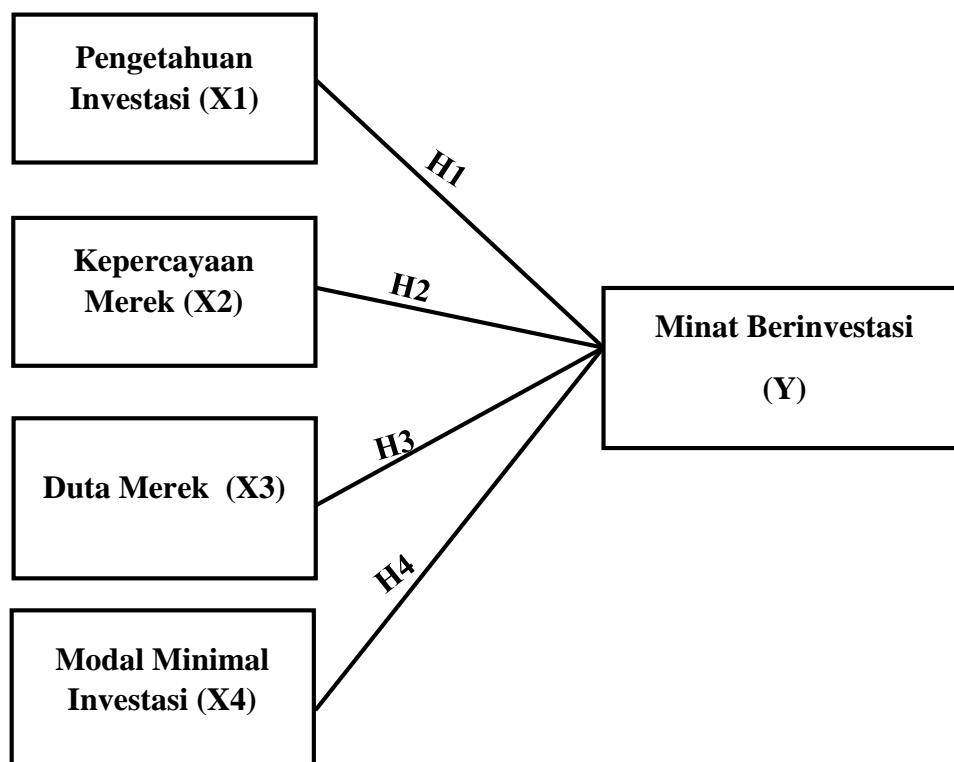
Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah salah satunya yaitu terdapat pada variabel independent dimana peneliti menggunakan pengetahuan investasi, *brand trust*, *brand ambassador*, dan modal minimum investasi (X). Serta objek penelitiannya adalah masyarakat Kabupaten Boyolali.

Peneliti juga hanya berfokus kepada investor yang belum menggunakan platform aplikasi Bibit sebagai sarana untuk berinvestasi reksadana syariah.

2.7. Kerangka Berpikir

Penelitian akan membahas variabel yang terdapat pada penelitian ini. Yaitu pengetahuan investasi, *brand trust* (kepercayaan merek), *brand ambassador* (duta merek), dan modal minimal investasi sebagai variabel independen, serta minat berinvestasi sebagai variabel dependen. Berdasarkan kajian teori dan penelitian terdahulu yang relevan maka kerangka berpikir dalam penelitian ini adalah adanya lima pengaruh variabel independen yang sudah disebutkan di atas terhadap variabel dependen minat berinvestasi. Berikut adalah gambar dari kerangka berpikir yang dapat mengilustrasikan dalam penelitian ini :

Gambar 2.1
Kerangka berpikir



Sumber : (Wibowo & Purwohandoko, 2019), (Santoso & Mardian, 2020), (Hati & Harefa, 2019)

2.8. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan dugaan awal terhadap rumusan masalah yang masih dipastikan lewat suatu penelitian, sebab jawaban yang dibagikan akan dilandaskan pada data empiris yang didapatkan melalui pengumpulan data . Dan hipotesis terbentuk sebagai ikatan antara dua variabel atau lebih.

Berdasarkan rumusan masalah dan model kerangka berfikir, maka berikut hipotesis sementara dari penelitian mengenai pengaruh pengetahuan investasi ,*brand trust*, *brand ambassador*, dan modal minimal investasi terhadap terhadap minat berinvestasi.

2.8.1. Pengaruh pengetahuan investasi terhadap minat berinvestasi

Merawati & Putra Semara (2015) Pengetahuan investasi merupakan pengetahuan dasar yang dipegang untuk memulai investasi. Berdasarkan hasil penelitian yang dijalankan oleh Merawati & Putra Semara (2015), Negara & Febrianto (2020) dan Wibowo & Purwohandoko (2019) yaitu diketahui bahwa pengetahuan investasi berpengaruh terhadap minat berinvestasi secara positif dan signifikan. Hasil dari penelitian diatas, maka peneliti merumuskan hipotesis :

H1 : Pengetahuan investasi berpengaruh signifikan terhadap minat berinvestasi

2.8.2. Pengaruh *brand trust* terhadap minat berinvestasi

Brand trust merupakan keinginan dari pelanggan untuk bersandar pada sebuah merek dengan risiko-risiko yang akan dihadapi dikarenakan adanya ekspektasi terhadap merek tersebut yang akan menyebabkan hasil yang baik Lau G.T & Lee S.H (1999). Berdasarkan hasil penelitian tersebut bahwa telah dilakukan penelitian oleh Ridwanudin & Fanni (2019) dan Santoso & Mardian (2020), serta beberapa peneliti yang lainnya. Ditemukan hasil penelitian yang menyatakan bahwa *brand trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Hasil dari penelitian diatas, maka peneliti merumuskan hipotesis :

H2 : *Brand Trust* berpengaruh signifikan terhadap minat berinvestasi

2.8.3. Pengaruh *brand ambassador* terhadap minat berinvestasi

Brand ambassador adalah seseorang yang memiliki minat pada sebuah brand, bahkan secara sukarela memperkenalkan dan memberikan informasi mengenai brand tersebut Respati (2017). Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan Menurut penelitian Respati (2017), Hendayana & Afifah (2021) dan Lestari (2020). Dapat dilihat bahwa berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh beberapa peneliti

sebelumnya. Adapun hasil penelitian ini menyatakan bahwa *brand ambassador* berpengaruh terhadap minat beli secara positif dan signifikan. Hasil dari penelitian diatas, maka peneliti merumuskan hipotesis :

H3 : *Brand Ambassador* berpengaruh signifikan terhadap minat berinvestasi.

2.8.4. Pengaruh modal minimal investasi terhadap minat berinvestasi

Modal investasi minimal adalah modal pertama yang harus dimiliki agar dapat membuka rekening pokok di pasar Riyadi (2016). Menurut penelitian yang dilakukan oleh Listyani et al. (2019) dan Wibowo & Purwohandoko (2019) dengan hasil penelitian bahwa modal minimal investasi berpengaruh terhadap minat berinvestasi secara positif dan signifikan. Hasil dari penelitian diatas, maka peneliti merumuskan hipotesis:

H4 : Modal minimal investasi berpengaruh signifikan terhadap minat

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Waktu dan Wilayah Penelitian

Penelitian dilakukan pada bulan Maret sampai Mei 2023. Wilayah yang akan ditetapkan sebagai penelitian bertempat di Kabupaten Boyolali.

3.2. Jenis Penelitian

Sugiyono mendefinisikan metode penelitian kuantitatif “dapat sebagai metode penelitian yang berlandaskan filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu “Sandu Siyoto & Sodik (2015)”. Dengan definisi lain penelitian kuantitatif sangat teliti menerapkan prinsip objektivitas(Wijiyanti et al., 2021).

Penelitian ini menggunakan teori kuantitatif yang akan digunakan sebagai tolak ukur untuk meneliti suatu hal tertentu. Dengan menggunakan beberapa pertimbangan instrument maupun dengan tolak ukur alat tertentu yang bertujuan untuk menjabarkan mengenai sebab akibat dari variabel independen dan variabel dependent. Penelitian ini akan dilaksanakan guna menguji apakah terdapat pengaruh pengetahuan investasi, *brand trust*, *brand ambassador*, dan modal minimal investasi terhadap minat berinvestasi reksadana syariah oleh generasi milenial pada aplikasi Bibit.

3.2. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

3.2.1. Populasi

Berdasarkan pernyataan dari Sugiono, populasi adalah “lingkup abstraksi yang terjadi atas objek dan subjek yang memiliki mutu dan karakteristik khusus yang ditetapkan oleh peneliti untuk didalami dan setelahnya diperoleh kesimpulannya” Sandu Siyoto & Sodik (2015). Populasi dari penelitian ini adalah seluruh masyarakat generasi muda yang belum pernah berinvestasi reksadana syariah pada aplikasi Bibit serta berada di Kabupaten Boyolali dengan jumlah yang belum diketahui pastinya.

3.2.2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya untuk diduga dan disangka mewakili populasi Sandu Siyoto & Sodik (2015). Sampel yang dipakai dalam penelitian ini adalah masyarakat generasi milenial yang belum pernah berinvestasi reksadana syariah pada aplikasi Bibit dan berada di Kabupaten Boyolali. Dengan dependensi tenaga dan waktu, maka peneliti dapat mengambil sampel yang telah ditarik dari populasi tersebut. Pengambilan sampel ini didasarkan pada rumus slovin Priyono (2008), dengan jumlah penduduk menurut usia dan jenis kelamin di Kabupaten Boyolali pada tahun 2021 (jiwa) sebagai berikut:

Tabel 3.1
Jumlah Penduduk Menurut Usia

Jenis Kelamin	Usia				Jumlah
	25-29	30-34	35-39	40-44	
Laki-laki	40.585	40.142	41.074	38.724	160.525
Perempuan	39.116	39.800	38.843	38.059	155.818
Jumlah	79.701	79.942	79.917	76.783	316.413

Sumber : BPS Boyolali,2021

$$n = \frac{N}{(1+(N \times e^2))}$$

Keterangan :

n : jumlah sampel

N : jumlah populasi

e : tingkat kesalahan (untuk tingkat kesalahan dapat dipilih oleh peneliti)

Berdasarkan dengan rumus diatas peneliti menggunakan tingkat kesalahan sebesar 10% atau 0,1 dengan perhitungan sebagai berikut :

$$n = 316.413 / (1 + (316.413 \times 0,1^2))$$

$$n = 316.413 / (1 + (316.413 \times 0,01))$$

$$n = 316.413 / (1+ 3.164,13)$$

$$n = 316.413 / 3.165,13$$

$n = 99,97$ dibulatkan menjadi 100

Berdasarkan hasil kalkulasi di atas maka jumlah sampel dengan tingkat kesalahan 10% yakni sebesar 100. Jadi dengan begitu total sampel yang akan dipakai pada penelitian ini adalah 100 sampel.

3.3.3. Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian ini akan menerapkan teknik *non probability sampling*. *Non probability sampling* adalah “teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan yang sama bagi anggota populasi untuk dijadikan sampel” Darmawan & Garaika (2016). Pada penelitian ini akan menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria pemilihan sampel yang akan digunakan sebagai berikut :

1. Usia minimal 25 sampai 44 tahun
2. Masyarakat yang belum berinvestasi reksadana syariah pada aplikasi Bibit
3. Masyarakat yang berdomisili di Kabupaten Boyolali

3.4. Data dan Sumber Data

Data adalah bahan bukti tentang suatu objek penelitian yang didapat di lokasi penelitian. Pada penelitian ini data yang digunakan oleh peneliti yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner yang dilakukan baik secara langsung (tatap muka) maupun tidak

langsung(*online*). Sedangkan data sekunder didapat dari beragam sumber seperti :e-book, jurnal, website, artikel

3.4.1. Data Primer

Data primer adalah data yang didapat langsung dari sumber data perdana di lokasi penelitian atau objek yang diteliti. Teknik yang dapat digunakan peneliti untuk mengumpulkan data primer antara lain, melalui observasi, wawancara, diskusi serta kuesioner Sandu Siyoto & Sodik (2015). Data ini didapat dengan memberikan daftar pertanyaan pada g form kepada masyarakat yang berada di Kabupaten Boyolali.

3.4.2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari peneliti sebelumnya yang terdapat dari beragam sumber yang telah benar dan merupakan sumber kedua dari data yang dibutuhkan Sandu Siyoto & Sodik (2015). Data sekunder diperoleh peneliti melalui buku, literatur, artikel, Badan Pusat Statistik (BPS) dan website yang berkenaan dengan penelitian ini.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menentukan teknik pengumpulan data dalam bentuk kuesioner. Angket yang digunakan pada penelitian ini merupakan angket bentuk skala, yaitu serangkaian tingkatan, level, atau nilai yang mendeskripsikan variasi derajat tertentu` Dalam penyebaran kuesioner, tolak ukur variabel dilakukan dengan menggunakan skala likert. Penelitian ini digunakan item-item berskala, berupa skala sikap yaitu skala likert. Jawaban

skala likert mempunyai tingkatan dari sangat positif sampai sangat negatif yang dapat berbentuk kata-kata antara lain :

- | | |
|------------------------------|-----|
| 1. Sangat Setuju (SS) | : 5 |
| 2. Setuju (S) | : 4 |
| 3. Netral (N) | : 3 |
| 4. Tidak Setuju (TS) | : 2 |
| 5. Sangat Tidak Setuju (STS) | : 1 |

3.6. Variabel Penelitian

Supaya konsep data dikaji secara empiris, maka konsep tersebut harus di operasionalisasikan dengan cara mengganti menjadi variabel atau entitas yang memiliki nilai. Dalam penelitian ini menggunakan dua jenis variabel, yaitu antara lain :

3.6.1. Variabel Independen

Variabel independen(bebas) merupakan variabel yang dapat mempengaruhi variabel lain, variabel bebas adalah pemicu perubahan variabel Syafrida Hafni Sahir (2022). Variabel Independen yang akan digunakan pada penelitian ini adalah pengetahuan investasi (X1), *brand trust* (X2), *brand ambassador* (X3), dan modal minimal investasi (X4).

3.6.2. Variabel Dependen

Variabel dependen(terikat) merupakan variabel yang dipengaruhi variabel bebas, variabel terikat merupakan dampak dari variabel bebas

Syafrida Hafni Sahir (2022). Variabel dependen yang akan digunakan pada penelitian ini adalah minat berinvestasi (Y).

3.7. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel menurut Wijiyanti et al. (2021) adalah menguraikan variabel sebagai operasional menurut peneliti dengan mengangkat pada pendapat para ahli disertai indikator-indikator variabel termasuk skala. Definisi operasional variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
1	Minat Berinvestasi (Y)	Minat berinvestasi adalah usaha seseorang untuk melakukan aktivitas-aktivitas yang dapat menjangkau keinginannya untuk memilih berinvestasi (Hati & Harefa, 2019).	1. Keinginan, 2. Minat investasi, 3. Keyakinan, 4. Keterkaitan. (Hati & Harefa, 2019).	Skala likert (1-5)

2.	Pengetahuan Investasi (X1)	Pengetahuan investasi merupakan pengetahuan dasar yang dipegang untuk mengadakan investasi (Merawati & Putra Semara, 2015).	1. Pengetahuan dasar penilaian investasi; 2. Tingkat Risiko; 3. Tingkat pengembalian (Merawati & Putra Semara, 2015).	Skala likert (1-5)
3	<i>Brand Trust</i> (X2)	<i>Brand Trust</i> adalah keinginan dari pelanggan untuk bersandar pada sebuah merek dengan risiko-risiko yang akan dihadapi dikarenakan adanya ekspektasi terhadap merek tersebut yang akan menyebabkan hasil yang baik (Lau	1. <i>Brand Characteristic</i> (karakteristik merek) 2. <i>Company Characteristic</i> (karakteristik perusahaan) 3. <i>Consumer Brand Characteristic</i>	Skala likert (1-5)

		G.T & Lee S.H, (1999).	(karakteristik merek konsume) (Lau G.T & Lee S.H, 1999)..	
4.	<i>Brand Ambassador</i> (X3)	<i>Brand ambassador</i> adalah seseorang yang memiliki minat terhadap sebuah merek, bahkan memperkenalkan dan memberikan informasi mengenai merek tersebut dengan sukarela(Respati, 2017).	1. Kemungkinan dilihat (<i>visibility</i>) 2. Kredibilitas (<i>credibility</i>) 3. Daya tarik (<i>Attraction</i>) 4. Kekuatan (<i>power</i>) (Respati, 2017).	Skala likert (1-5)
5	Modal minimal investasi (X4)	Modal investasi minimal adalah modal awal yang harus dimiliki untuk	1. Penetapan modal awal 2. Estimasi dana untuk investasi	Skala likert (1-5)

		dapat membuka rekening pokok di pasar modal (Riyadi, 2016).	3. Hasil investasi (Riyadi, 2016).	
--	--	---	------------------------------------	--

3.8. Teknik Analisis Data

Penelitian ini memakai teknik analisis data kuantitatif deskriptif yaitu untuk membuktikan ada tidaknya pengaruh minat terhadap pengetahuan investasi (X1), *brand trust* (X2), *Brand Ambassador* (X3) serta modal minimal investasi (X4) di Kabupaten Boyolali. Pengolahan data pada penelitian ini akan dibantu dengan memakai SPSS 23.

3.8.1. Uji Deskriptif

Menurut pendapat dari Wijiyanti et al. (2021) mendefinisikan “Statistik deskriptif adalah bentuk analisis yang digunakan untuk menjelaskan data. Namun deskriptif dipahami sebagai cara untuk menguraikan keseluruhan variabel-variabel yang dipilih dengan cara menghitung data sesuai kepentingan”.

3.8.2. Uji Instrumen

Untuk memperoleh hasil penelitian yang terarah melalui uji validitas dan uji reliabilitas dipergunakan untuk mempertimbangkan tiap-tiap butir pertanyaan agar tidak keluar dan akurat.

3.8.2.1. Uji Validitas

Validitas adalah uji coba pertanyaan penelitian dengan tujuan untuk melihat sejauh mana responden mengerti akan pertanyaan yang diajukan peneliti Syafrida Hafni Sahir (2022). Uji validitas pada penelitian akan dilakukan melalui kuesioner dengan tujuan mengetahui kebenaran data ini.

3.8.2.2. Uji Reliabilitas

Kehandalan adalah membuktikan kestabilan jawaban dari responden. Reliabilitas disampaikan dalam bentuk angka, biasanya digunakan untuk koefisien, semakin tinggi koefisien maka penelitian ini dapat dikatakan reliabilitas Syafrida Hafni Sahir (2022). Dalam uji reliabilitas ini dapat dilihat melalui *cronbach's alpha*. Apabila nilai *cronbach's alpha* $> 0,60$ maka data dinyatakan reliabel atau konsisten.

3.8.3. Uji Asumsi Klasik

Dalam uji asumsi klasik digunakan tiga macam diantaranya uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

3.8.3.1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah untuk melihat apakah variabel independen dan variabel dependen berdistribusi dengan normal atau tidak. Model regresi yang tepat semestinya mempunyai analisis uji statistik dan grafik Syafrida Hafni Sahir (2022). Uji normalitas dilakukan dengan mengamati grafik normal pada probability plot (p-plot). Data

berdistribusi normal apabila grafik p-plot membentuk satu garis lurus diagonal, maka data akan mengikuti garis diagonalnya (Ghozali, 2013). dengan ketentuan apabila nilai $\text{sig} > 0,05$ maka, hipotesis diterima karena data tersebut terdistribusi secara normal. Sedangkan jika diketahui nilai $\text{sig} < 0,05$ maka, hipotesis diterima karena data tersebut terdistribusi secara tidak normal.

3.8.3.2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas didefinisikan untuk mengamati ada atau tidaknya pengaruh yang tinggi antara variabel bebas.. Untuk mengetahui hasil multikolinieritas menggunakan metode variabel faktor (VIF) dan tolerance (TOL) Syafrida Hafni Sahir (2022). Jika nilai tolerance lebih dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10 maka data dapat dikatakan terbebas dari gejala multikolinearitas.

3.8.3.3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah ditemukan perbedaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain Syafrida Hafni Sahir (2022). Pengujian di heteroskedastisitas menggunakan uji scatterplot dan uji glejser. Model regresi yang baik maka tidak akan terjadi heteroskedastisitas. Melalui uji glejser, tidak terjadi heteroskedastisitas apabila nilai signifikansi $> 0,05$. Sedangkan terjadi heteroskedastisitas jika nilai signifikansi $< 0,05$.

3.8.4. Uji Ketepatan Model

3.8.4.1. Uji F (simultan)

Uji Simultan digunakan untuk melihat ada tidaknya pengaruh melalui uji simultan variabel independen terhadap variabel terikat. Uji dilakukan dengan membandingkan angka Fhitung terhadap Ftabel dengan tingkat kepercayaan 0,05 variabel Syafrida Hafni Sahir (2022).

Hipotesis yang digunakan dalam pengujian ini adalah :

- a. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima artinya tidak adanya pengaruh signifikan antara variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.
- b. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak artinya ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen secara bersama- sama terhadap variabel dependen.

3.8.4.2. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi yang kerap dilambangkan dengan dengan memperhatikan besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Jika angka koefisien determinasi dalam penelitian ini semakin dekat dengan nol bermakna semakin kecil pengaruh semua variabel bebas terhadap variabel terikat atau nilai semakin mendekati 1 (100%) bermakna semakin besar pengaruh semua variabel bebas terhadap variabel terikat Syafrida Hafni Sahir(2022).

3.8.5. Analisa Regresi Linier Berganda

Regresi Berganda adalah cara mengolah yang berlaku dari dua variabel atau lebih antara variabel bebas dan satu variabel terikat (Syafrida Hafni Sahir, 2022). Rumus persamaan Regresi Linier Berganda dapat dijabarkan dibawah ini:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + \varepsilon$$

Keterangan :

Y = Minat berinvestasi

α = nilai konstanta

b_1, b_2, b_3, b_4 = koefisien regresi

X1 = Pengetahuan investasi

X2 = *Brand trust*

X3 = *Brand ambassador*

X4 = Modal minimal investasi

ε = Error

3.8.6. Uji Hipotesis (Uji t)

Uji parsial (uji t) merupakan pengujian kepada variabel bebas secara masing-masing, untuk mengetahui signifikansi secara parsial pada variabel bebas terhadap variabel terikat (Syafrida Hafni Sahir, 2022).

Hipotesis yang digunakan dalam pengujian ini adalah:

1. $H_1 : t_1 \text{ hitung} > t_1 \text{ tabel}$ maka terdapat pengaruh antara variabel dependent terhadap variabel independen.
2. $H_2 : t_2 \text{ hitung} > t_2 \text{ tabel}$ maka terdapat pengaruh antara variabel dependent terhadap variabel independen.
3. $H_3 : t_3 \text{ hitung} > t_3 \text{ tabel}$ maka terdapat pengaruh antara variabel dependent terhadap variabel independen.
4. $t_4 \text{ hitung} > t_4 \text{ tabel}$ maka terdapat pengaruh antara variabel dependent terhadap variabel independen.

BAB IV

ANALISI DATA DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Penelitian

Penelitian ini memiliki sasaran responden dengan menggunakan kriteria tertentu. Responden adalah Masyarakat yang belum pernah berinvestasi reksadana syariah dengan usia 25 hingga 44 tahun. Selain itu penelitian ini berfokus pada masyarakat yang berdomisili di Kabupaten Boyolali. Kriteria khusus dari penelitian ini yaitu yang belum berinvestasi reksadana syariah pada aplikasi bibit. Sehingga bagi responden yang sudah pernah melakukan investasi reksadana, bukan termasuk dalam responden penelitian ini.

Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan kuesioner online dengan penyebaran memanfaatkan media sosial dan juga melalui relasi dari peneliti. Peneliti menutup kuesioner ketika telah memperoleh 122 responden. Sesuai dengan sampel yang dibutuhkan yaitu 100 responden. Karena sesuai rumus yang sudah dipakai pada penelitian ini maka tersisa 22 responden yang tidak terpakai.

4.1.1. Analisis Deskriptif Responden

4.1.1.1. Deskripsi Responden Berdasarkan Kecamatan

Dari penyebaran kuesioner generasi milenial yang belum berinvestasi reksadana syariah pada aplikasi bibit di Kabupaten

Boyolali, dapat diketahui jumlah responden dari beberapa kecamatan yang ada di Kabupaten Boyolali yaitu sebagai berikut :

Tabel 4.1
Klasifikasi Berdasarkan Kecamatan

Kecamatan	Jumlah	Presentase
Ampel	3 responden	3 %
Andong	4 responden	4 %
Banyudono	2 responden	2 %
Boyolali	7 responden	7 %
Cepogo	1 responden	1 %
Gladagsari	3 responden	3 %
Juwangi	1 responden	1 %
Karanggede	1 responden	1 %
Kemusu	3 responden	3 %
Klego	2 responden	2 %
Mojosongo	4 responden	4 %
Musuk	5 responden	5 %
Ngemplak	3 responden	3 %
Nogosari	35 responden	35 %
Sambi	5 responden	5 %
Sawit	2 responden	2 %
Selo	2 responden	2 %
Simo	13 responden	13 %
Tamansari	2 responden	2 %
Teras	3 responden	3 %
Wonosamudro	1 responden	1 %
Wonosegoro	1 responden	1 %
TOTAL	100 responden	100

Sumber: Data Primer Diolah,2023

Dari data diatas, dapat diketahui bahwa responden dari seluruh kecamatan dengan jumlah 100 responden. Dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada pihak yang bersangkutan dan disebarluaskan ke responden lain. Kriteria pengisi dalam penelitian ini adalah mereka yang belum melakukan investasi reksadana syariah pada

aplikasi Bibit, sehingga data responden yang diperoleh tidak merata pada setiap kecamatan di Kabupaten Boyolali

4.1.1.2. Deskriptif Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.2

Klasifikasi Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	41 responden	41 %
Perempuan	59 responden	59 %
TOTAL	100 responden	100 %

Sumber: Data Primer Diolah,2023

Dari tabel diatas dapat dilihat jumlah pengisi kuesioner dengan jenis kelamin perempuan memiliki persentase sebesar 51% sedangkan pada jenis kelamin laki-laki hanya memiliki persentase sebesar 49% saja. Dari data tersebut menunjukkan bahwa nya responden perempuan lebih besar daripada responden laki-laki.

4.1.1.3. Deskriptif Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.3

Klasifikasi Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
25-29	71 responden	71 %
30-34	14 responden	17 %
35-39	7 responden	7 %
40-44	4 responden	4 %
TOTAL	100 responden	100 %

Sumber: Data Primer Diolah,2023

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa persentase usia dari responden dimana usia 25-29 tahun memiliki persentase paling banyak yaitu sebesar 71% lalu diikuti usia 30-34 tahun dengan jumlah

presentase 17% dan usia 35-39 tahun dengan jumlah persentase yaitu sebesar 7% adapun yang terkecil adalah persentase usia 40-44 tahun yang hanya memiliki persentase sebesar 4%.

4.2. Pengujian dan Analisis Data

4.2.1. Uji Instrumen

4.2.1.1. Uji Validitas

Validitas adalah uji coba pertanyaan penelitian dengan tujuan untuk melihat sejauh mana responden mengerti akan pertanyaan yang diajukan peneliti Syafrida Hafni Sahir (2022). Uji Validitas digunakan untuk menjawab apakah suatu alat ukur tersebut valid atau tidak valid.

Sesuai dengan jumlah sampel yang dipakai dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden maka r tabel yang digunakan pada penelitian ini adalah 0.1966 dapat diketahui melalui $df = n-2$ maka akan diperoleh r tabel tersebut. Data $(n) = 100$, $df = n-2$ $(100-2) = 98$ (maka dapat dilihat pada r tabel pada signifikansi 0,05 yaitu 0,1966). Uji validitas dengan menggunakan program SPSS versi 23 diperoleh hasil berikut :

Tabel 4.4

Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Item Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
1.	Minat Berinvestasi (Y)	Y1.1	0,684	0,1966	Valid
		Y1.2	0,645	0,1966	Valid
		Y1.3	0,710	0,1966	Valid
		Y1.4	0,714	0,1966	Valid

2.	Pengetahuan Investasi (X1)	X1.1	0,727	0,1966	Valid
		X1.2	0,834	0,1966	Valid
		X1.3	0,737	0,1966	Valid
3.	<i>Brand Trust</i> (X2)	X2.1	0,740	0,1966	Valid
		X2.2	0,711	0,1966	Valid
		X2.3	0,793	0,1966	Valid
4.	<i>Brand Ambassador</i> (X3)	X3.1	0,620	0,1966	Valid
		X3.2	0,685	0,1966	Valid
		X3.3	0,725	0,1966	Valid
		X3.4	0,705	0,1966	Valid
5.	Modal Minimal Investasi (X4)	X4.1	0,714	0,1966	Valid
		X4.2	0,939	0,1966	Valid
		X4.3	0,939	0,1966	Valid

Sumber: Data Primer Diolah,2023

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat diketahui dalam penelitian ini terdapat 17 item pertanyaan untuk variabel independen terdapat 13 item pertanyaan dari pengetahuan investasi, *brand trust*, *brand ambassador*, dan modal minimal investasi. Serta variabel dependen minat berinvestasi terdapat 4 item pertanyaan. Berdasarkan hasil output spss 23.0 maka dari 17 item pertanyaan yang disarankan peneliti telah valid, hal tersebut dapat dilihat dari nilai r hitung $>$ r tabel.

4.2.1.2. Uji Reliabilitas

Kehandalan adalah membuktikan kestabilan jawaban dari responden. Reliabilitas disampaikan dalam bentuk angka, biasanya digunakan untuk koefisien, semakin tinggi koefisien maka penelitian ini dapat dikatakan reliabilitas Syafrida Hafni Sahir (2022) Dalam uji reliabilitas ini dapat diketahui melalui *cronbach's alpha*. Apabila nilai *cronbach's alpha* $>$ 0,60 maka data dinyatakan reliabel atau konsisten.

Tabel 4.5
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Nilai Ketetapan	Keterangan
1	Minat Berinvestasi (Y)	0,635	0,60	Reliabel
2	Pengetahuan Investasi (X1)	0,650	0,60	Reliabel
3	<i>Brand Trust</i> (X2)	0,608	0,60	Reliabel
4	<i>Brand Ambassador</i> (X3)	0,617	0,60	Reliabel
5	Modal Minimal Investasi (X)	0,837	0.60	Reliabel

Sumber: Data Primer Diolah,2023

Berdasarkan hasil perhitungan uji reliabilitas pada instrumen penelitian ini, menghasilkan nilai *cronbach alpha* dari minat berinvestasi adalah 0,635, pengetahuan investasi senilai 0,650, *brand trust* senilai 0,608, *brand ambassador* senilai 0,617 dan modal minimal investasi bernilai 0,837. Sehingga angka-angka tersebut berada diatas 0,60 yang bermakna instrument dalam penelitian ini bersifat reliabel. Seluruh responden dari kuesioner telah konsisten dalam menjawab pernyataan penelitian, maka dapat dilakukan pengujian selanjutnya.

4.2.2. Uji Asumsi Klasik

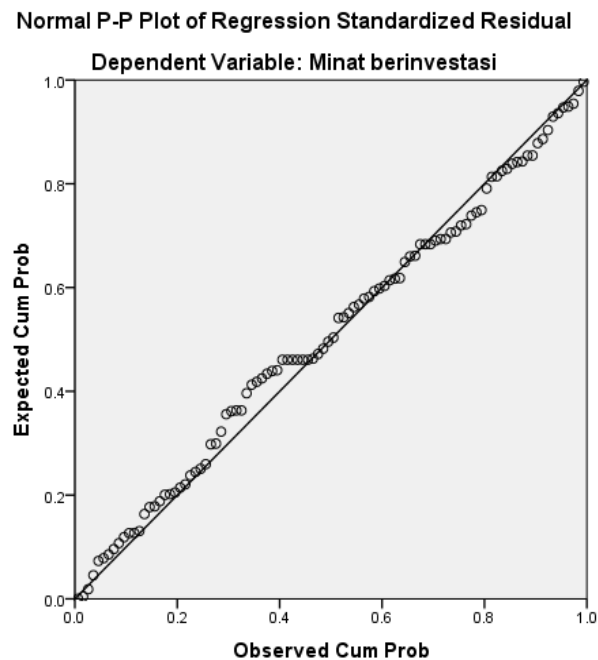
4.2.2.1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah untuk melihat apakah variabel independen dan variabel dependen berdistribusi dengan normal atau tidak. Model

regresi yang tepat semestinya mempunyai analisis uji statistik dan grafik Syafrida Hafni Sahir (2022). Uji normalitas dilakukan dengan mengamati grafik normal probability plot (p-plot). Data berdistribusi normal apabila grafik p-plot membuat satu garis lurus diagonal, maka data akan membayangi garis diagonalnya (Ghozali, 2013).

Gambar 4.1

Hasil Uji P-plot



Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Dari gambar uji normalitas menggunakan norma P-plot diatas menunjukkan bahwasanya data dinyatakan “normal” karena diketahui titik- titik pada garis tersebut telah terdistribusi sepanjang garis diagonal dan sekitarnya sehingga model regresi tersebut telah memenuhi asumsi normalitas.

Tabel 4.6
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.98673959
Most Extreme Differences	Absolute	.071
	Positive	.046
	Negative	-.071
Test Statistic		.071
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data Primer Diolah,2023

Berdasarkan tabel diatas, uji normalitas menggunakan Kolmogorov- Smirnov diketahui sesungguhnya nilai Asymp. Sig (2-tailed) menunjukkan nilai 0,200. Hal ini berarti nilai tersebut ada diatas 0,05 yang merupakan nilai ketetapan ($\alpha = 0,05$). Dari angka 0,200 tersebut berarti bahwa data penelitian untuk regresi ini berdistribusi normal sehingga mampu dilangsungkan tahap pengujian selanjutnya.

4.2.2.2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas merupakan untuk mengamati ada atau tidaknya kaitan yang tinggi antara variabel bebas. Untuk mendeteksi multikolinieritas menggunakan metode variabel faktor (VIF) dan tolerance (TOL) Syafrida Hafni Sahir (2022). Jika nilai tolerance lebih

dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10 maka data dapat diterangkan terbebas dari gejala multikolinieritas.

Tabel 4.7
Hasil Uji Multikolinieritas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Pengetahuan Investasi	.324	3.085
	Brand Trust	.463	2.158
	Brand Ambassador	.499	2.002
	Modal Minimal Investasi	.475	2.107

a. Dependent Variable: Minat berinvestasi

Sumber: Data Primer Diolah,2023

Berdasarkan table diatas, maka dapat dilihat hasil dari uji multikolinieritas menunjukkan nilai tolerance variabel pengetahuan investasi sebesar $0,324 > 0,10$, nilai tolerance variabel *brand Trust* sebesar $0,463 > 0,10$, *brand ambassador* $0,499 > 0,10$ dan nilai tolerance variabel lokasi sebesar $0,475 > 0,10$.

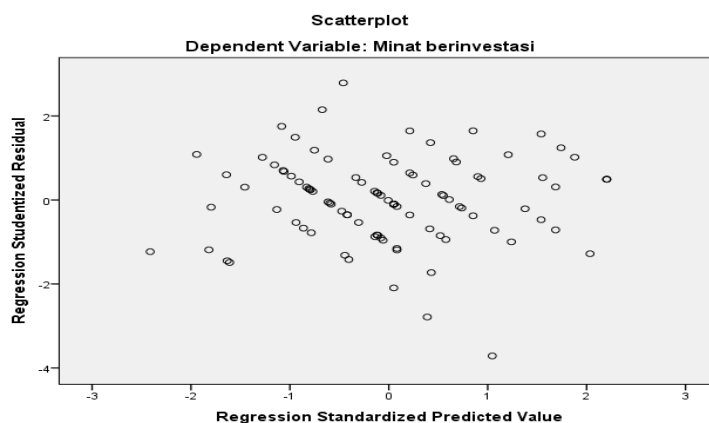
Selain itu dapat diketahui juga melalui nilai VIF pada variabel pengetahuan investasi sebesar $3,085 < 10,00$, nilai VIF variabel *brand trust* sebesar $2,158 < 10,00$, nilai VIF variabel *brand ambassador* $2002 < 10,00$, serta nilai VIF variabel modal minimal investasi sebesar $2,107 < 10,00$ hal ini menunjukkan bahwa nilai VIF yang didapatkan masih berada pada kisaran 1-10.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam uji ini tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi ini.

4.2.2.3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah ditemukan perbedaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain Syafrida Hafni Sahir (2022). Dalam uji heteroskedastisitas dapat memakai uji scatterplot dan uji glejser. Model regresi yang sesuai maka tidak akan terjadi heteroskedastisitas. Melalui uji glejser, tidak terjadi heteroskedastisitas apabila nilai signifikansi $> 0,05$. Sedangkan terjadi heteroskedastisitas jika nilai signifikansi $< 0,05$.

Gambar 4.2
Uji Scatter Plot



Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Berdasarkan gambar diatas menunjukkan bahwa titik-titik tidak beraturan dan tersebar secara acak. Sehingga hal ini dapat membuktikan

bahwa tidak ada heteroskedastisitas pada penelitian ini, sehingga model regresi cukup digunakan untuk memprediksi minat berinvestasi reksadana syariah generasi milenial di Kabupaten Boyolali dengan variabel pengetahuan investasi, brand trust, brand ambassador, dan modal minimal investasi. Untuk memastikan tidak ada gejala heteroskedastisitas pada penelitian ini maka dilakukan uji lain yaitu uji Glejser.

Table 4.8
Hasil Uji Glejser

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.734	.568		1.292	.200
Pengetahuan Investasi	-.079	.070	-.200	1.126	.263
Brand Trust	.046	.059	.116	.784	.435
Brand Ambassador	-.035	.045	-.111	-.777	.439
Modal Minimal Investasi	.079	.052	.224	1.530	.129

a. Dependent Variable: ABSESID

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Berdasarkan tabel tersebut maka dapat dilihat hasil dari uji heteroskedastisitas nilai sig pada variabel pengetahuan investasi memiliki nilai sig $0,263 > 0,05$, *brand trust* mempunyai nilai sig $0,435$

$> 0,05$, brand ambassador memiliki nilai sig $0,439 > 0,05$, dan modal minimal investasi memiliki nilai sig $0,129 > 0,05$, hal ini menunjukkan bahwa seluruh koefisien parameter untuk variabel independen mempunyai nilai sig $> 0,005$ maka dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam model regresi ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.2.3. Uji Ketetapan Model

4.3.2.1. Uji F (Simultan)

Uji Simultan digunakan untuk melihat ada tidaknya pengaruh melalui uji simultan variabel independen terhadap variabel terikat. Uji dilakukan dengan membandingkan angka Fhitung terhadap Ftabel dengan tingkat kepercayaan $0,05$ variabel Syafrida Hafni Sahir (2022).

Hipotesis yang digunakan dalam pengujian ini yaitu

- 1) Jika F hitung $<$ F tabel, maka H_0 diterima artinya tidak adanya pengaruh signifikan antara variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.
- 2) Jika F hitung $>$ F tabel, maka H_0 ditolak artinya ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

Tabel 4.9

Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	249.568	4	62.392	61.491	.000 ^b
	Residual	96.392	95	1.015		
	Total	345.960	99			

- a. Dependent Variable: Minat berinvestasi
- b. Predictors: (Constant), Modal Minimal Investasi, Brand Trust, Brand Ambassador, Pengetahuan Investasi

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Pada tabel diatas diketahui nilai F hitung sebesar 61,239. Maka untuk menentukan uji F adalah dengan melihat F tabel terlebih dahulu. Untuk menetapkan F tabel digunakan taraf signifikansi $\alpha = 5\%$ (0,05) dan $(df1) = K - 1$ (dimana K adalah jumlah variabel bebas + variabel terikat (X + Y)).

Sementara untuk menghitung $(df2) = n - K$ (dimana n merupakan jumlah data peneliti dan K adalah jumlah variabel bebas + variabel terikat (X + Y)).

$$df1 = K - 1 \text{ maka } (5 - 1 = 4).$$

$$df2 = n - K \text{ maka } (100 - 5 = 95).$$

Dari hasil tabel tersebut dapat diketahui nilai F hitung yaitu 61,491 sedangkan perhitungan dari F tabel diatas diperoleh nilai F tabel sebesar 2,47. Maka diketahui jika nilai F hitung lebih besar dari F tabel yaitu $61,419 > 2,47$ yang berarti H_0 diterima. Berdasarkan hasil uji F bahwa secara bersama-sama pengetahuan investasi, *brand trust*, *brand ambassador*, dan modal minimal investasi berpengaruh terhadap minat berinvestasi.

4.3.2.2. Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi yang kerap dilambangkan dengan dengan memperhatikan besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen Syafrida Hafni Sahir (2022).

Tabel 4.10
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.849 ^a	.721	.710	1.00730

a. Predictors: (Constant), Modal Minimal Investasi, Brand Trust, Brand Ambassador, Pengetahuan Investasi

b. Dependent Variable: Minat berinvestasi

Sumber: Data Primer Diolah,2023

Berdasarkan tabel di atas nilai R² sebesar 0,710 yang berarti bahwa 71 % variasi variabel minat berinvestasi (Y) dapat dijelaskan oleh variasi variabel bebas yang terdiri dari pengetahuan investasi (X1), *brand trust* (X2), *brand ambassador* (X3), dan modal minimal investasi (X4). Sedangkan 29% lainnya dijelaskan oleh faktor lain di luar penelitian ini. Nilai Adjusted R Square pada tabel di atas adalah 0,710, tidak jauh dari nilai R² yang mendekati 1, sehingga angka tersebut dianggap baik.

4.2.4. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi Berganda adalah cara mengolah yang berlaku dari dua variabel atau lebih antara variabel bebas dan satu variabel terikat (Syafrida Hafni Sahir, 2022). Rumus persamaan Regresi sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \varepsilon$$

Tabel 4.11
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.420	.887		2.727	.008
	Pengetahuan Investasi	.220	.109	.192	2.018	.046
	Brand Trust	.269	.092	.233	2.925	.004
	Brand Ambassador	.257	.071	.278	3.631	.000
	Modal Minimal Investasi	.308	.080	.300	3.822	.000

a. Dependent Variable: Minat berinvestasi

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Berdasarkan hasil regresi diatas, menunjukkan bahwa persamaan regresi linear yang diperoleh adalah sebagai berikut:

$$Y = 2,420 + 0,220X_1 + 0,269X_2 + 0,257X_3 + 0,308X_4 + e$$

Dari persamaan tersebut dapat dilakukan interpretasi sebagai berikut:

- a. Jika semua variabel bebas (independen) yaitu pengetahuan investasi (X_1), brand trust (X_2), brand ambassador (X_3), dan modal minimal investasi (X_4) setara dengan nilai nol maka nilai minat berinvestasi (Y) adalah 2,420.

- b. Jika variabel pengetahuan investasi (X1) meningkat sebesar 1 satuan, maka jumlah pengetahuan investasi bertambah sebesar 0,220 per satuan dan sebaliknya.
- c. Jika variabel *brand trust* (X2) bertambah sebesar 1 satuan, dengan besar *brand trust* bertambah sebesar 0,269 per satuan dan sebaliknya.
- d. Jika variabel *brand ambassador* (X3) meningkat sebesar 1 satuan maka *brand ambassador* bertambah sebesar 0,257 per satuan dan sebaliknya.
- e. Jika variabel modal minimal investasi (X4) bertambah sebesar 1 satuan maka modal minimal investasi bertambah sebesar 0,308 per satuan dan sebaliknya.

4.2.5 Uji Hipotesis (Uji t)

Uji Hipotesis bertujuan untuk melihat apakah model regresi yang dipakai di penelitian ini yakni semua variabel independen yang terdiri dari pengetahuan investasi (X1), *brand trust* (X2), *brand ambassador* (X3) dan modal minimal investasi(X4) berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat berinvestasi (Y). Pengujian dilakukan dengan menetapkan nilai signifikansi 0,05 ($\alpha = 5\%$). Pengujian pengaruh parsial (Uji t) dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 4.12
Hasil Uji Hipotesis

Variabel	Thitung	Signifikansi	Kesimpulan
Pengetahuan Investasi	2,018	0,046	H1 Diterima
<i>Brand Trust</i>	2,925	0,04	H2 diterima
<i>Brand Ambassador</i>	3,631	0.00	H3 diterima
Modal Minimal Investasi	3,822	0,00	H4 diterima

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Menentukan nilai t tabel dengan signifikansi 5% berdasarkan uji 2 sisi hasil yang diperoleh di t tabel adalah 1,985. Berdasarkan tabel tersebut, maka pengujian hipotesis untuk tiap-tiap variabel independen terhadap variabel dependen adalah sebagai berikut :

1. Hipotesis pertama memperkirakan pengetahuan investasi (X1) memiliki pengaruh signifikan terhadap minat berinvestasi (Y). Dari hasil analisis uji hipotesis didapatkan besarnya t hitung untuk variabel pengetahuan investasi (X1) sebesar 2,018 dengan t tabel = 1,985 sementara nilai signifikan t hitung variabel pengetahuan investasi (X1) sebesar 0,046, maka signifikansi $t_{hitung} < \alpha (0.05)$. Sehingga H0 ditolak yang dapat diambil kesimpulan pengetahuan investasi (X1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi (Y).
2. Hipotesis kedua memperkirakan *brand trust* (X2) memiliki

pengaruh secara signifikan terhadap minat berinvestasi (Y). Dari hasil analisis uji t didapatkan besarnya thitung untuk variabel *brand trust* (X2) sebesar 2,925 dengan t tabel = 1,985 maka nilai thitung > ttabel sementara diketahui nilai signifikan t hitung variabel *brand trust* (X2) sebesar 0,004, maka signifikansi thitung < α (0.05). Sehingga H0 ditolak dan H2 diterima yang dapat diambil kesimpulan bahwa *brand trust* (X1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi (Y).

3. Hipotesis ketiga memperkirakan brand ambassador (X3) memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat berinvestasi (Y). Dari hasil analisis uji t diperoleh besarnya t hitung untuk variabel *brand ambassador* (X3) sebesar 3,631 dengan t tabel = 1,985 maka nilai thitung > ttabel sementara nilai signifikan t hitung variabel *brand ambassador* (X3) sebesar 0,000, maka signifikansi thitung < α (0.05). Sehingga H0 ditolak dan H3 diterima kemudian dapat diambil kesimpulan bahwa *brand ambassador* (X3) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi (Y).
4. Hipotesis keempat memperkirakan modal minimal investasi (X4) memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat berinvestasi (Y). Dari hasil analisis uji t diperoleh besarnya t hitung untuk variabel modal minimal investasi (X4) sebesar 3,822 dengan t tabel = 1,985 maka nilai thitung > ttabel

sementara nilai signifikan t hitung variabel modal minimal investasi (X_4) sebesar 0,000, maka signifikansi t hitung $< \alpha$ (0.05). Sehingga H_0 ditolak dan H_4 diterima yang kemudian dapat diambil kesimpulan bahwa modal minimal investasi (X_1) berpengaruh secara positif signifikan terhadap minat berinvestasi (Y).

4.3. Pembahasan Hasil Analisis Datas

4.3.1. Pengaruh Pengetahuan Investasi terhadap Minat Berinvestasi

Variabel pengetahuan investasi memiliki nilai t hitung 2,018 dan signifikan sebesar 0,046, oleh karena itu nilai signifikan variabel pengetahuan investasi yaitu $0,046 < 0,05$ Lebih lanjut, t hitung $>$ dari t tabel yaitu $2,018 > 0,1985$. Sehingga variabel pengetahuan investasi (X_1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi (Y). Dengan demikian, hipotesis H_1 diterima.

Chen dan Volpe (1998) mendefinisikan literasi keuangan sebagai keunggulan dalam mengolah keuangan sehingga hidup lebih sejahtera di masa kedepannya. Menurut Otoritas Jasa Keuangan, literasi keuangan adalah kemampuan untuk memahami pengetahuan serta ketrampilan untuk mengubah sumber daya keuangan untuk mencapai titik kesejahteraan. Dalam pengalaman yang ada suatu pengetahuan memiliki perilaku yang tepat apabila didasari dengan pengetahuan tepat akan lebih baik daripada perilaku yang tidak didasari.

Berdasarkan pernyataan dari Halim (2005) investasi merupakan pengolahan sejumlah dana pada saat ini dengan keinginan untuk mendapatkan profit dimasa mendatang. Menurut Sharpe (2005) minat berinvestasi dari seseorang dipengaruhi oleh pengetahuan akan investasi mulai dengan jenis investasi, risiko yang dihadapi, return yang diperoleh karena investasi yang akan dipilih. Pengetahuan investasi merupakan pengetahuan dasar yang dipegang untuk memulai investasi Merawati & Putra Semara (2015).

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan oleh Negara & Febrianto (2020) dan Wibowo & Purwohandoko (2019) yaitu diketahui bahwa pengetahuan investasi berpengaruh terhadap minat berinvestasi secara positif dan signifikan. Namun, ditemukan pada penelitian yang lain yaitu penelitian yang dilakukan oleh Nisa (2017) dengan hasil yang menyatakan bahwa pengetahuan investasi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi.

Pengetahuan investasi sendiri bertujuan guna memperoleh suatu informasi yang dapat digunakan sebagai pedoman sebelum melakukan investasi, hal ini dapat diperoleh dari berbagai sumber, seperti dari buku, internet, influencer, media sosial, dan iklan.

Selaras dengan penelitian yang membuktikan bahwa pengetahuan investasi berpengaruh terhadap minat berinvestasi secara positif dan signifikan. Dari analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa responden yang

merupakan generasi milenial di Kabupaten Boyolali memperhatikan pengetahuan investasi mereka sehingga mampu memberikan kontribusi terhadap minat berinvestasi.

4.3.2. Pengaruh *Brand Trust* Terhadap Minat Berinvestasi

Variabel *brand trust* memiliki thitung 2,925 dan signifikan sebesar 0,004, artinya nilai signifikan variabel brand trust yaitu $0,004 < 0,05$. Selain itu, thitung $>$ ttabel yaitu $2,925 > 0,1985$. Sehingga variabel *brand trust* (X2) berpengaruh terhadap minat berinvestasi secara positif dan signifikan. Dengan demikian, hipotesis H2 diterima.

Sedangkan menurut Kartajaya (2010) merek adalah aset yang menciptakan nilai bagi pelanggan dengan meningkatkan kepuasan dan menghargai kualitas. Suatu *brand* (merek) akan semakin dikenal apabila memiliki suatu kepercayaan dari masyarakat. Rousseau, et al. (1998) menyatakan trust merupakan hal penting disuatu kondisi psikologis yang berdasarkan tindakan perilaku tertentu.

Dijelaskan oleh Lau G.T & Lee S.H (1999), *Brand trust* adalah keinginan dari consumer 's untuk berlandaskan pada sebuah brand dengan risiko-risiko yang akan dihadapi dikarenakan adanya anggapan terhadap brand tersebut yang akan memberikan hasil yang diharapkan.

Terdapat komponen penting di alam brand trust seperti yang dikatakan oleh Firmansyah (2019) adalah pertama bahwa konsumen memiliki keyakinan bahwa produk tersebut dapat mencukupi harapan

dengan tercapainya janji merek tersebut. Kedua, konsumen memiliki keyakinan jika merek tersebut mampu mengedepankan kepentingan konsumen ketika ditemukan adanya masalah saat menggunakannya.

Menurut penelitian yang telah dilakukan oleh Ridwanudin & Fanni (2019) dan Santoso & Mardian (2020), serta beberapa peneliti yang lainnya. Ditemukan hasil perhitungan yang menyatakan bahwa brand trust berpengaruh terhadap minat beli secara positif dan signifikan.

Selaras dengan penelitian yang menyatakan bahwa *brand trust* berpengaruh terhadap minat berinvestasi secara positif dan signifikan. Dari analisis dapat diambil kesimpulan bahwa responden yang merupakan generasi milenial di Kabupaten Boyolali mempertimbangkan adanya brand trust mereka sehingga mampu memberikan kontribusi terhadap minat berinvestasi mereka.

4.3.3. Pengaruh *Brand Ambassador* Terhadap Minat Berinvestasi

Variabel *brand ambassador* memiliki thitung dan signifikan sebesar 3,631 dan 0,000, artinya nilai signifikan variabel *brand ambassador* $> 0,05$ yaitu $0,000 < 0,05$ dan memiliki arah hubungan yang positif. Selain itu, thitung $>$ ttabel yaitu $3,631 > 0,1985$. Sehingga variabel *brand ambassador* (X3) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi (Y). Dengan demikian, hipotesis H3 diterima.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Ambassador memiliki arti duta besar. Tapi disini *ambassador* yang dimaksud bukanlah

brand ambassador perwakilan dari pemerintah melainkan brand ambassador untuk sebuah produk tertentu. Disini *ambassador* memiliki definisi individu yang ditunjuk oleh sebuah perusahaan untuk memperkenalkan produk tersebut diberbagai media sosial atau event tertentu.

Penggunaan nama *brand ambassador* dalam pemasaran produk merupakan salah satu strategi pemasaran yang tepat dan berani, dimana diketahui bahwasanya perusahaan menjadikan seorang publik figur terkenal atau tokoh tertentu yang memiliki citra baik dalam ekspetasi masyarakat. Maksud utama menjadikan selebritis sebagai *brand ambassador* yaitu kiranya dapat mempengaruhi minat berinvestasi, lewat ketenaran selebritis yang menjadikan salah satu skema yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam produknya.

Dalam penelitian lain yang dilakukan oleh Respati (2017), Hendayana & Afifah (2021) dan Lestari (2020). Dapat dilihat bahwa berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya. Adapun hasilnya menyatakan bahwa *brand ambassador* berpengaruh terhadap minat beli secara positif dan signifikan.

Brand ambassador adalah seseorang yang memiliki minat pada sebuah brand, bahkan secara sukarela memperkenalkan dan memberikan informasi mengenai brand tersebut Respati (2017). Pt. Bibit tumbuh bersama pernah menggandeng selebritis ternama sebagai brand ambassadornya yaitu Deddy Corbuzier. Selaras dengan penelitian yang

mengatakan bahwa *brand ambassador* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi. Dari analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa responden yang merupakan generasi milenial di Kabupaten Boyolali memperhatikan *brand ambassador* dari perusahaan tersebut, sehingga mampu memberikan kontribusi terhadap minat berinvestasi.

4.3.4. Pengaruh Modal Minimal Investasi Terhadap Minat Berinvestasi

Variabel modal minimal investasi memiliki thitung dan signifikan sebesar 3,822 dan 0,000, artinya nilai signifikan variabel modal minimal investasi $< 0,05$ yaitu $0,000 < 0,05$ dan memiliki arah hubungan yang positif. Selain itu, thitung $>$ ttabel yaitu $3,822 > 0,1985$. Sehingga variabel modal minimal investasi (X4) berpengaruh positif secara signifikan terhadap minat berinvestasi (Y). Dengan demikian, hipotesis H4 diterima.

Menurut ahli ekonomi modal adalah kekayaan dari suatu perusahaan yang dapat dipakai untuk kegiatan produksi seterusnya. Sedangkan Modal minimal merupakan salah satu dari faktor yang harus diperhitungkan seseorang sebelum melakukan kesimpulan dalam berinvestasi Pajar & Pustikaningsih (2017). Menurut Halim (2005) investasi merupakan pengolahan sejumlah dana pada saat ini dengan keinginan untuk mendapatkan profit dimasa mendatang. Modal investasi minimal adalah modal pertama yang harus dimiliki agar dapat membuka rekening pokok di pasar modal Riyadi (2016).

Disisi lain modal minimal investasi juga mempengaruhi minat berinvestasi, seperti penelitian yang digarap oleh Listyani et al. (2019) dan Wibowo & Purwohandoko (2019) dengan hasil penelitian bahwa modal minimal investasi berpengaruh terhadap minat berinvestasi secara positif dan signifikan. Akan tetapi, hal ini tidak sependapat dengan hasil penelitian yang sudah dilakukan oleh Nandar et al. (2018) dan Anjani (2021) dimana hasil penelitian ini menyatakan bahwa modal minimal investasi tidak memiliki pengaruh secara signifikan dan positif terhadap minat berinvestasi.

Syarat berinvestasi pada reksa dana syariah saat ini terjangkau, salah satunya adalah modal minimal untuk berinvestasi pada aplikasi Bibit masih sangat terjangkau yaitu untuk awal berinvestasi mulai Rp. 100.000. Bahkan Bibit juga mengeluarkan inovasi baru dengan bisa berinvestasi mulai dari Rp. 10.000 .Sehingga Selaras dengan penelitian yang mengatakan bahwa modal minimal investasi berpengaruh terhadap minat berinvestasi secara positif dan signifikan. Dari analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa responden yang merupakan masyarakat generasi milenial sangat memungkinkan untuk berinvestasi pada reksadana syariah.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah disusun dengan judul Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Berinvestasi Reksadana Syariah pada Aplikasi Bibit (Studi Kasus pada Generasi Milenial di Kabupaten Boyolali), penulis dapat memberikan Kesimpulan penelitian sebagai berikut :

1. Pengetahuan investasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi generasi milenial di Kabupaten Boyolali.
2. *Brand trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi generasi milenial di Kabupaten Boyolali.
3. *Brand ambassador* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi generasi milenial di Kabupaten Boyolali. .
4. Modal minimal investasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi generasi milenial di Kabupaten Boyolali.

5.2. Keterbatasan Penelitian

Penulis telah melakukan penelitian yang sungguh-sungguh, begitu pula dalam penyusunan menjadi skripsi ini. Namun, penulis menyadari bahwa terdapat kekurangan yang turut serta dalam penelitian ini, diantaranya :

1. Sampel dalam penelitian ini tidak dapat menyeluruh ke berbagai penjur

daerah di Kabupaten Boyolali.

2. Pengumpulan data penelitian melalui kuesioner di google formulir, secara *online* maupun *offline* sehingga memungkinkan adanya responden yang tidak bersungguh-sungguh dalam pengisian kuesioner penelitian ini.
3. Penelitian ini hanya terbatas pada masyarakat generasi milenial di Kabupaten Boyolali yang belum pernah melakukan investasi reksadana syariah di aplikasi Bibit.
4. Variabel yang diteliti dalam penelitian ini sekedar terbatas pada pengetahuan investasi, *brand trust*, *brand ambassador*, dan modal minimal investasi . Sehingga terdapat variabel-variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian ini yang mampu menjadi faktor dalam mempengaruhi minat berinvestasi.

5.3. Saran

Berdasarkan hasil penelitian diatas yang tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat berinvestasi reksadana syariah pada aplikasi bibit oleh generasi milenial di Kabupaten Boyolali, dapat diberikan saran :

1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi dalam mengembangkan penelitian selanjutnya, serta diharapkan perlu memperhitungkan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi minat berinvestasi seseorang dalam reksadana syariah.

2. Bagi Perusahaan Bibit Tumbuh Bersama

Bagi Perusahaan Bibit Tumbuh Bersama diharapkan dapat lebih memberikan edukasi mengenai produk reksadana syariah yang ada di aplikasi Bibit kepada masyarakat terutama pada generasi milenialnya dan dapat menguatkan layanan serta mempertahankan keunggulan yang ada pada perusahaan tersebut.

3. Bagi generasi milenial

Diharapkan bagi generasi millennial dapat memulai berinvestasi produk reksadana syariah di aplikasi Bibit dikarenakan dapat menjadi sumber penghasilan di masa depan untuk jangka panjang.

DAFTAR PUSTAKA

- A.Crow, dan Crow,L. 1998. *Psikologi Belajar*. Surabaya: Bima Ilmu.
- Abdul, Halim. 2005. *Analisis Investasi, Edisi 2*. Jakarta: PT. Salemba Emban Patria.
- Alma, Buchari. 2000. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Edisi 2*. Bandung: Alfabeta.
- Anjani, R. B. (2021). *pengaruh pemahaman investasi, modal minimal investasi, motivasi. Skripsi Universitas Islam Negeri Surakarta*.
- Annisa, S., Hartarto, I., Damanik, S. N., & Hasibuan, R. R. A. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Berinvestasi di Pasar Modal Syariah. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(2), 347–361. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i2.835>
- Arifin. 2007, *Teori Keuangan dan PasarModal*. Yogyakarta: Eknisia
- Bakhri, S., Aziz, A., & Sarinah, R. (2020). *Pengetahuan dan Motivasi untuk Menumbuhkan Minat Berinvestasi pada Mahasiswa. Value : Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 15(2), 60–73. <https://doi.org/10.32534/jv.v15i2.1175>
- Bambang Riyanto. 2010. *Dasar-dasar pembelajaran Perusahaan, edisi 4*. Yogyakarta: BPFE.
- Chen, H., & Volpe, R. p. (1998). An analysis of personal financial literacy among college students. *financial service riview* 7 (2):107-128, 6.
- Darmawan, & Garaika. (2016). *Metodologi Penelitian*. Lampung: CV. Hira Tech.
- Dewi, L. P. T., & Nuryani, N. N. J. (2022). Satya Dharma Singaraja Pengetahuan , Modal Minimum Dan Motivasi Terhadap Minat Berinvestasi Mahasiswa STIE Satya Dharma Singaraja. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(June), 1725–1733.
- Eduardus, Tandelilin. 2001. *Analisis Investasi dan Manajemen Risiko, Edisi Pertama*. Yogyakarta: BPFE.
- Firmansyah, A. (2019). *Buku Pemasaran Produk Dan Merek, August*, 336.
- Febriyanti Melinda. (2022). *Pengaruh E-Trust, E-Loyalitas dan E-Service Quality Terhadap Fitur Robo Advisor Dalam Investasi Reksadana Saham Syariah Pada Aplikasi Bibit dengan Menggunakan Metode End User Computing Statifaction dalam Persepstif Ekonomi Islam(Studi pada Komunitas Investasi Saham Pemula Lampung)*. Skripsi. UIN Raden Intan Lampung.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, I. M. I., & Suartina, I. W. (2021). Pengaruh Perceived Ease Of Use, Product Knowledge, Dan Trust Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Reksadana Bibit (Studi Kasus Pengguna Platform Digital Fintech Bibit). *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 1(4), 1150–1160.

- Hati, S. W., & Harefa, W. S. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berinvestasi Di Pasar Modal Bagi Generasi Milenial (Studi Pada Mahasiswi Jurusan Manajemen Bisnis Politeknik Negeri Batam). *Business Administration*, 3(2), 281–295.
- Hendayana, Y., & Afifah, N. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Dan Korean Wave Terhadap Minat Belanja Online Melalui Marketplace Tokopedia. *Kinerja*, 3(1), 32–46. <https://doi.org/10.34005/kinerja.v3i1.1285>
- Hermawan, Kartaja. 2010. *Perjalanan Pemikiran Konsep Pemasaran*. Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama.
- Hidayati, A. N. (2017). Investasi : Analisis dan Relevansinya dengan Ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomi Islam*, 8(2), 227–242.
- Jacobs, Bruce. 1994. *All About Mutual Funds from The Inside Out*. USA: Irwan Professionl Publishing 1994.
- Jayengsari, R., & Ramadhan, N. F. (2021). Pengaruh Pengetahuan Investasi dan Motivasi Terhadap Minat Investasi di Pasar Modal Syariah Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Suryakencana Cianjur. *El-Ecosy : Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 1(2), 47. <https://doi.org/10.35194/.v1i2.1657>
- Juanita. (2017). Pengaruh Modal Minimal Dan Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Investasi Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa FE UNNES Angkatan 2015). *Artikel Ilmiah*, 1–39.
- Kata Data. (2021). Sebanyak 86,88% Penduduk Indonesia Beragama Islam. *Bisnis Indonesia Resources Center*, 1.
- Kellet, K. L., Chernatony, L. De, Muniz, A. M., & Heding, T. (2003). *Brand Management* -.
- Klaudia, S., Rohmah, T. N., Devi, Y. V., & Ayu, C. R. L. (2018). Menakar Pengaruh Risiko, Return, Pemahaman Investasi, dan Modal Investasi Terhadap Minat UMKM dalam Memilih Jenis Investasi. *Jurnal Penelitian Teori & Terapan Akuntansi (PETA)*, 3(1), 109–124. <https://doi.org/10.51289/peta.v3i1.339>
- KSEI. (2022). Statistik Pasar Modal Indonesia. *Publikasi PT Kustodian Sentral Efek Indonesia*, 1–6. .
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2009. *Marketing Management*, 13 th Edition New Jersey: Person Pretice Hall, Inc
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management*, 15 th Edition New Jersey: Person Pretice Hall, Inc.
- Lau G.T, & Lee S.H. (1999). Consumers' trust in a brand and the link to brand loyalty. *Journal of Market Focused Management*, 4(1999), 341–370.
- Lea-Grrrnwod, Gaynor. 2012. *Fahion Marketing Communications E-book*. Somerset, NJ. USA: Wiley.
- Lestari, I. (2020). *Pengaruh Brand Ambassador, Label Halal dan Brand Image Terhadap Minat Beli Ulang Produk Wardah di Semarang*. Skripsi. Universitas Semarang.

- Listyani, T. T., Rois, M., & Prihati, S. (2019). Analisis Pengaruh Pengetahuan Investasi, Pelatihan Pasar Modal, Modal Investasi Minimal Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Di Pasar Modal (Studi Pada Pt Phintraco Sekuritas Branch Office Semarang). *Jurnal Aktual Akuntansi Keuangan Bisnis Terapan (AKUNBISNIS)*, 2(1), 49. <https://doi.org/10.32497/akunbisnis.v2i1.1524>
- Lusardi, A. & Mitchell, O. S. (2007). BabyBoomer retirement security: the roles of planning, financial literacy, and housing wealth. *Journal of Monetary Economics*, 54, 205-225
- Mahdi, S. A., Jeandry, G., & Wahid, F. A. (2020). Pengetahuan, Modal Minimal, Motivasi Investasi Dan Minat Mahasiswa Untuk Berinvestasi Di Pasar Modal. *Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen Multiparadigma (JEAMM)*, 1(2), 44–55. <https://doi.org/10.51182/jeamm.v1i2.1840>
- Mandell, L. (2008). *The Financial Literacy Among of Young America Adult, Result of 2008 national Jumpstart Coalition Survey of High School Seniors and College Student*. Washington: The Jumpstart Coalition for Personal Financial Literacy.
- Maria, R. T. (2017). *Pengaruh Brand Image, Brand Trust, dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan*.
- Marpaung, Ersu. 2009. *Analisis Minat Siswa SMA N 12 Pekanbaru untuk masuk Jurusan Manajemen di Fakultas Ekonomi Universitas Riau*. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Riau. Pekanbaru
- Maulana, D. F., & Rozak, A. (2021). Praktik Reksadana Online Syariah pada Aplikasi Bibit dalam Tinjauan Hukum Islam. *Kodifikasia*, 15(2), 303–322. <https://doi.org/10.21154/kodifikasia.v15i2.2690>
- Maulida, D., & FW Pospos, A. F. (2021). Pengaruh Pengetahuan, Motivasi dan Modal Minimum terhadap Minat Berinvestasi. *Jurnal Investasi Islam*, 6(1), 22–41. <https://doi.org/10.32505/jii.v6i1.3019>
- Merawati, L. K., & Putra Semara, I. P. M. J. (2015). Kemampuan Pelatihan Pasar Modal Memoderasi Pengaruh Pengetahuan Investasi Dan Penghasilan Pada Minat Berinvestasi Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 10(2), 105–118.
- Munandar, A. (2016). the Strategy Development and Competitive Advantages of Micro Small Medium Enterprise Business Institution Toward Regional Development. *AdBispreneur*, 1(2), 103–112. <https://doi.org/10.24198/adbispreneur.v1i2.10233>
- Nandar et al. (2018). *Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa berinvestasi di Pasar Modal Syariah Melalui Galeri Investasi Iain Zawiyah CotKala Langsa*. 2.
- Nasution, Mustofa Edwin. 2006. *Pengendalian Eksklusif Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana Predana Media Group.
- Negara, A. K., & Febrianto, H. G. (2020). Pengaruh Kemajuan Teknologi Informasi Dan Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Investasi Generasi Milenial Di Pasar Modal. *Business Management Journal*, 16(2), 81.

- Nur Asriana, Sofyan Bacmid, Syaifullah MS, & Abdul Jalil. (2021). PENGARUH PERSEPSI DAN MODAL MINIMAL TERHADAP MINAT INVESTASI DI PASAR MODAL SYARIAH (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palu). *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 3(2), 82–100. <https://doi.org/10.24239/jipsya.v3i2.50.82-100>
- Pajar, R. C., & Pustikaningsih, A. (2017). Pengaruh Motivasi Investasi Dan Pengetahuan Investasi Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal Pada Mahasiswa Fe Uny. *Profita*, 1(2), 1–16.
- 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.
- Pratama, H. A. (2020). *Minat Masyarakat Terhadap Reksadana Syariah: Peran Religiussitas, Literasi Finansial Dan Pendapatan*.
- Pratama, R. B. (2019). Metodologi Penelitian. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 28–55.
- Pristiyono et al. (2022). *Analisis Minat Beli Produk Scarlet Whitening Bagi Kaum Hawa Kota Rantauprapat*. 11(1), 323–330.
- Priyawan, C. M. N. & S. (2021). *pengaruh pengetahuan investasi, modal minimal, reurn, dan risiko terhadap minat berinvestasi di pasar modal pada mahasiswa kota surabaya*. 8(2), 121.
- Priyono. (2008). *Metode Peneliitian Kuantitatif*. Zifatama publishing.
- Putra, I. W. G. G. P., & Sulistyawati, E. (2019). Peran Brand Trust Memediasi Pengaruh Brand Image Terhadap Brand Loyalty. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(7), 4328. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i07.p12>
- Rahmi, R. A., Supriyanto, T., & Nugrahaeni, S. (2022). Analisis Faktor Pengaruh Minat Berinvestasi Generasi Z pada Reksadana Syariah. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 8(1), 1–14.
- Respati, W. D. (2017). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Lipstik Wardah (Studi Kasus Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember). *Journal of Undergraduate Thesis*, 1310411206, 1–7.
- Ridwanudin, R., & Fanni, H. H. (2019). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust terhadap Minat Beli Konsumen Daihatsu Grand New Xenia Di Bandung. *Jurnal E-Proceeding of Applied Science*, 5(2), 1–10.
- Riyadi, A. (2016). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berinvestasi Di Pasar Modal (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Uin Sunan Kalijaga Yogyakarta). *Skripsi Universitas Sunan Kalijaga Yogyakarta*.
- Rousseau, D. J., Sitkin, S. B., Burt, R. S., and Camerer, C. 1998. *Not S Different After All : A Cross-Discipline View of Trust*. The Academy of Management Review, July, pp. 393-404.

- Royan, Frank M. (2004). *Marketing Celebrities*. Jakarta: PT. Elek Media Komoutindo.
- Sandu Siyoto, & Sodik, M. A. (2015). Dasar Metodologi Penelitian Dr. Sandu Siyoto, SKM, M.Kes M. Ali Sodik, M.A. 1. *Dasar Metodologi Penelitian*, 1–109.
- Santoso, T. A., & Mardian, I. (2020). Analisis Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Minat Beli Pada Produk Avocado Mantul. *Ekonomi & Bisnis*, 19(1), 79–88. <https://doi.org/10.32722/eb.v19i1.2789>
- Saputra, E. Z. (2021). Pengaruh Motivasi Dan Modal Minimal Terhadap Minat Investasi Saham Mahasiswa Di Batam. *Universitas Putera Batam*, 1–48.
- Sharpe, William F: Alexander, Gordon J. dan Bailey Jefferey V. 2005. *Investasi*, Edisi Keenam. Jilid Pertama.
- Stiggins, R.J.M. 1994. *Student Centered Classroom Assesment*. New York: McMiller College Publishing Co.
- Suprihati, & Pradanawati, S. L. (2020). the Influence of Knowledge, Investment Motivation and Investment Understanding on Student Interest To Invest in the Capital Market. *Business and Accounting Research (IJEBAR) Peer Reviewed-International Journal*, Vol.4(No.4), 1037.
- Syafrida Hafni Sahir. (2022). *Metodologi Penelitian*. Medan : KBM Indonesia.
- Tandio, T., & Widanaputra, A. A. G. P. (2016). Pengaruh Pelatihan Pasar Modal, Return, Persepsi Risiko, Gender, dan Kemajuan Teknologi pada Minat Investasi Mahasiswa. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 16(2), 2316–2341.
<https://ojs.unud.ac.id/index.php/Akuntansi/article/download/21199/15415>
- Wardah, S., & Amrul, R. (2020). Pengaruh Modal Minimal, Pengetahuan Investasi, dan Motivasi Terhadap Minat Berinvestasi Mahasiswa di Pasar Modal. *Jbma*, VII(1), 55–68.
- Wibowo, A., & Purwohandoko. (2019). Pengaruh Pengetahuan Investasi, Kebijakan Modal Minimal Investasi, Dan Pelatihan Pasar Modal Terhadap Minat Investasi. *Ilmu Manajemen*, Vol 7, No., 192–201.
<https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jim/article/view/25386/23267>
- Wijiyanti, R. D., Rizal, N., & Bahtiar, R. S. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Widya Gama Press.
- Yusuf, M., Yahya, Y., & Hamid, A. (2021). Pengaruh Modal Minimal Investasi Dan Return Terhadap Minat Investasi Masyarakat Kota Palembang Di Pasar Modal. *Jurnal Neraca: Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Ekonomi Akuntansi*, 5(1), 83. <https://doi.org/10.31851/neraca.v5i1.5889>

Website :

<https://bibit.id/>

<https://lpmpbabel.id/bibit/>

<https://www.cnbcindonesia.com/2021/11/15-bibitid-raih-penghargaan-the-best-fintech-company-2021/amp>

<https://www.ksei.id>

Lampiran 2 : Kuesioner Penelitian

KUESIONER

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Perkenalkan saya Oktavia Wahyuningsih, Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta, program studi Perbankan Syariah. Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk menyusun skripsi mengenai “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Berinvestasi Reksadana Syariah pada Aplikasi Bibit (Studi Kasus Generasi Milenial di Kabupaten Boyolali)”.

Adapun Kriteria Responden yaitu :

1. Masyarakat berusia minimal 23 maksimal 42 tahun
2. Belum Berinvestasi Reksadana Syariah di Aplikasi Bibit
3. Berdomisili di Kabupaten Boyolali

Segala informasi yang diberikan, kuesioner ini hanya untuk kepentingan penelitian semata dan akan dijaga kerahasiannya. Oleh karena itu, saya meminta kesediaan saudara/i untuk dapat meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini dengan tepat dan teliti. Atas perhatian dan partisipasinya saya mengucapkan banyak terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

I. Data Responden

Petunjuk :

Baca pertanyaan dengan cermat dan jawab pertanyaan sesuai dengan kondisi anda saat ini. Berikan ceklis (\surd) pada kolom yang sudah disediakan!

1. Nama responden :
2. Nama Kabupaten : Boyolali
3. Kecamatan :
4. Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan
5. Usia : 25-29 tahun 35-39 tahun
 30-34 tahun 40-44 tahun

II. Pertanyaan kuesioner

Petunjuk :

Isilah kuesioner pertanyaan dibawah ini sesuai dengan kenyataan. Berikan ceklis (\surd) pada kolom yang sudah disediakan!

Keterangan :

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

N = Netral

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat tidak Setuju

III. Pertanyaan Variabel Dependent (Y)

Minat Beinvestasi (Y)						
minat berinvestasi adalah usaha seseorang untuk melakukan aktivitas-aktivitas yang dapat menjangkau keinginannya untuk memilih berinvestasi						
No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya tertarik berinvestasi di reksadana syariah karena berbagai informasi yang saya dapat tentang berinvestasi reksadana syariah.					
2.	Saya berminat investasi di reksadana syariah, karena investasi di reksadana syariah menguntungkan.					
3.	Saya sudah mencari informasi mengenai investasi di reksadana syariah.					
4.	Menurut saya berinvestasi di reksadana syariah merupakan berinvestasi yang menarik					

IV. Pertanyaan Variabel Independen (X)

Pengetahuan Investasi (X1)						
Pengetahuan investasi merupakan pengetahuan dasar yang dipegang untuk mengadakan investasi						
No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1.	Sebagai investor pemula, pengetahuan dasar tentang investasi sangat penting dikuasai sebelum berinvestasi.					
2.	Saya mengetahui berbagai macam risiko yang akan terjadi saat berinvestasi reksadana syariah di aplikasi Bibit.					
3.	Saya mengetahui bahwa keuntungan yang didapat saat berinvestasi reksadana syariah pada aplikasi Bibit menjanjikan.					

Brand Trust (X2)

Brand trust adalah keinginan dari pelanggan untuk bersandar pada sebuah merek dengan risiko-risiko yang akan dihadapi dikarenakan adanya ekspektasi terhadap merek tersebut yang akan menyebabkan hasil yang baik

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1.	Brand dari PT Bibit Tumbuh Bersama adalah merek yang dapat diandalkan, dipercaya, aman, dan sesuai harapan saya					
2.	Brand dari perusahaan Bibit.id merupakan perusahaan yang sudah legal dan terdaftar pada OJK. Sehingga saya percaya dan merasa yakin untuk berinvestasi					
3.	Brand yang ada pada aplikasi Bibit mampu mementingkan kepentingan konsumen ketika ditemukan kesulitan dalam konsumsi produk yang muncul secara tidak terduga.					

Brand Ambassador (X3)

Brand ambassador adalah seseorang yang memiliki minat terhadap sebuah merek, bahkan memperkenalkan dan memberikan informasi mengenai merek tersebut dengan sukarela. Pt. Bibit tumbuh bersama pernah menggandeng selebritis ternama sebagai brand ambasadornya yaitu Deddy Corbuzier.

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1.	<i>Brand Ambassador</i> yang tepat diperlukan suatu perusahaan agar dapat mudah dilihat oleh para calon investor					
2.	Penggunaan <i>brand ambassador</i> yang tepat akan mewakili citra merek reksadana syariah pada aplikasi Bibit					
3.	Penggunaan <i>brand ambassador</i> dapat menarik minat berinvestasi di aplikasi Bibit.					
4.	<i>Brand ambassador</i> dari PT. Bibit tumbuh bersama merupakan seorang publik figur ternama, sehingga akan memberikan pengaruh yang besar pada perusahaan tersebut.					

Modal Minimal investasi						
Modal investasi minimal adalah modal awal yang harus dimiliki untuk dapat membuka rekening pokok di pasar modal.						
No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1.	Dengan penetapan modal minimal berinvestasi reksadana di aplikasi Bibit mulai dari Rp. 100.000. Hal ini dapat memudahkan saya untuk memulai berinvestasi.					
2.	Modal minimal Rp. 100.000 membuat investasi reksadana di aplikasi Bibit cukup terjangkau.					
3.	Menurut saya hasil investasi reksadana syariah cukup menjanjikan .					

Lampiran 3 : Data Penelitian

No	Alamat	Jenis Kelamin	Usia
1	Nogosari	Laki-laki	30-34
2	Simo	Perempuan	30-34
3	Ngemplak	Laki-laki	30-34
4	Andong	Laki-laki	30-34
5	Nogosari	Laki-laki	25-29
6	Nogosari	Perempuan	25-29
7	Simo	Perempuan	25-29
8	Sambi	Perempuan	25-29
9	Mojosongo	Laki-laki	25-29
10	Simo	Perempuan	25-29
11	Klego	Perempuan	35-39
12	Teras	Perempuan	35-39
13	Nogosari	Perempuan	35-39
14	Nogosari	Laki-laki	35-39
15	Nogosari	Laki-laki	25-29
16	Simo	Laki-laki	35-39
17	Nogosari	Laki-laki	25-29
18	Nogosari	Perempuan	25-29
19	Tamansari	Perempuan	25-29
20	Boyolali	Laki-laki	25-29
21	Nogosari	Perempuan	25-29
22	Boyolali	Perempuan	25-29
23	Simo	Perempuan	25-29
24	Klego	Perempuan	39-44
25	Simo	Perempuan	25-29
26	Simo	Perempuan	25-29
27	Sambi	Laki-laki	25-29
28	Tamansari	Perempuan	39-44
29	Nogosari	Laki-laki	25-29
30	Simo	Perempuan	25-29
31	Nogosari	Perempuan	30-34
32	Nogosari	Perempuan	30-34
33	Nogosari	Laki-laki	25-29
34	Nogosari	Laki-laki	25-29
35	Nogosari	Perempuan	30-34
36	Simo	Perempuan	25-29

37	Musuk	Perempuan	35-39
38	Sawit	Laki-laki	30-34
39	Gladagsari	Perempuan	39-44
40	Banyudono	Laki-laki	25-29
41	Sawit	Laki-laki	25-29
42	Simo	Perempuan	30-34
43	Kemususu	Perempuan	39-44
44	Juwangi	Perempuan	30-34
45	Boyolali	Perempuan	25-29
46	Teras	Perempuan	25-29
47	Ampel	Laki-laki	25-29
48	Banyudono	Laki-laki	30-34
49	Simo	Perempuan	25-29
50	Nogosari	Laki-laki	25-29
51	Wonosegoro	Laki-laki	25-29
52	Kemususu	Perempuan	25-29
53	Ngemplak	Perempuan	25-29
54	Nogosari	Perempuan	25-29
55	Nogosari	Perempuan	25-29
56	Ampel	Laki-laki	25-29
57	Nogosari	Laki-laki	25-29
58	Ngemplak	Perempuan	25-29
59	Nogosari	Perempuan	25-29
60	Nogosari	Laki-laki	25-29
61	Nogosari	Laki-laki	25-29
62	Mojosongo	Laki-laki	25-29
63	Boyolali	Laki-laki	25-29
64	Andong	Perempuan	25-29
65	Selo	Perempuan	40-44
66	Nogosari	Perempuan	40-44
67	Nogosari	Laki-laki	25-29
68	Nogosari	Laki-laki	25-29
69	Nogosari	Laki-laki	25-29
70	Nogosari	Perempuan	25-29
71	Boyolali	Laki-laki	35-39
72	Cepogo	Laki-laki	25-29
73	Nogosari	Perempuan	25-29
74	Gladagsari	Laki-laki	25-29
75	Nogosari	Perempuan	25-29

76	Boyolali	Laki-laki	25-29
77	Nogosari	Laki-laki	25-29
78	Nogosari	Perempuan	30-34
79	Nogosari	Perempuan	25-29
80	Boyolali	Perempuan	25-29
81	Gladagsari	Laki-laki	25-29
82	Mojosongo	Perempuan	25-29
83	Ampel	Perempuan	25-29
84	Sambi	Perempuan	30-34
85	Musuk	Perempuan	25-29
86	Nogosari	Laki-laki	40-44
87	Wonosamudro	Perempuan	40-44
88	Teras	Perempuan	25-29
89	Mojosongo	Laki-laki	25-29
90	Kemusu	Perempuan	25-29
91	Karanggede	Perempuan	25-29
92	Simo	Perempuan	25-29
93	Sambi	Perempuan	25-29
94	Andong	Laki-laki	25-29
95	Nogosari	Perempuan	25-29
96	Andong	Perempuan	30-34
97	Sambi	Perempuan	25-29
98	Simo	Laki-laki	25-29
99	Nogosari	Perempuan	25-29
100	Selo	Laki-laki	25-29

Lampiran 4 : Tabulasi Hasil Penelitian

No	Minat Berinvestasi					Pengetahuan Investasi			
	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	TY	X1.1	X1.2	X1.3	TX.1
1	4	4	4	4	16	4	4	4	12
2	4	4	5	4	17	4	4	4	12
3	5	5	4	4	18	5	4	3	12
4	4	3	4	4	15	4	4	4	12
5	4	4	4	3	14	3	4	4	11
6	5	4	4	4	17	5	4	3	12
7	4	4	3	4	15	4	4	4	12
8	4	4	3	4	15	4	2	3	9
9	5	5	4	4	17	5	4	4	13
10	3	4	5	5	17	5	4	5	14
11	4	4	4	4	16	4	4	4	12
12	2	4	4	4	14	4	4	3	11
13	3	4	4	4	15	3	4	4	11
14	5	5	4	4	18	4	4	3	11
15	5	5	4	3	17	3	3	3	9
16	4	4	5	4	17	4	4	4	12
17	3	4	4	4	15	3	4	4	11
18	5	4	3	3	15	3	4	4	11
19	4	4	4	3	15	4	3	3	10
20	5	5	4	5	19	5	5	5	15
21	4	4	4	4	16	4	4	4	12
22	4	4	5	5	18	4	5	4	13
23	4	4	3	4	15	4	3	4	11
24	5	3	4	4	15	4	4	3	11
25	4	3	4	4	15	4	4	3	11
26	3	4	4	4	15	4	3	4	11
27	4	4	3	5	16	4	4	4	12
28	4	5	5	5	19	5	4	4	13
29	4	4	3	4	15	4	4	4	12
30	4	4	4	4	16	4	4	4	12
31	4	4	3	4	15	3	4	4	11
32	5	5	4	4	18	4	5	4	13
33	4	3	5	3	15	5	5	3	13
34	4	4	4	4	16	4	4	4	12
35	4	4	3	4	15	4	3	3	10

36	3	4	4	3	14	3	3	4	10
37	4	5	5	5	19	5	5	5	15
38	4	4	5	5	18	4	4	5	13
39	4	5	4	4	17	4	4	4	12
40	5	4	5	4	18	5	3	3	11
41	4	4	3	5	16	4	5	4	13
42	3	3	2	3	11	3	3	2	8
43	4	4	4	4	16	4	5	4	13
44	4	4	5	4	17	5	5	3	13
45	4	4	4	4	16	4	4	4	12
46	4	4	5	4	17	4	4	4	12
47	4	3	3	4	14	5	5	4	14
48	3	4	3	2	12	4	3	4	11
49	4	4	3	4	15	2	4	4	10
50	3	4	4	3	14	3	4	4	11
51	5	3	4	4	16	4	4	4	12
52	4	3	4	4	15	4	4	4	12
53	4	4	4	3	15	4	4	4	12
54	4	4	4	4	16	4	4	4	12
55	5	4	4	4	17	4	4	4	12
56	4	4	3	5	16	4	5	4	13
57	5	5	5	5	20	5	5	5	15
58	5	5	5	5	20	5	5	5	15
59	5	4	3	3	15	4	3	3	10
60	2	4	4	4	14	4	4	4	12
61	4	3	5	5	17	5	5	4	14
62	4	4	4	4	16	4	4	4	12
63	5	5	5	5	20	5	5	5	15
64	4	4	3	5	16	5	3	4	12
65	5	4	5	5	19	5	4	4	13
66	3	3	2	4	12	3	3	3	9
67	3	4	4	3	14	3	3	3	9
68	5	5	5	5	20	5	5	5	15
69	4	4	4	4	16	4	3	3	10
70	4	4	5	4	17	4	5	4	13
71	3	4	4	3	14	3	3	4	10
72	4	3	4	3	14	3	4	3	10
73	4	4	4	4	16	4	4	4	12
74	4	3	4	4	15	4	5	3	12

75	4	5	5	4	18	4	5	5	14
76	4	4	4	4	16	3	2	5	10
77	5	5	5	5	20	5	5	5	15
78	4	4	4	4	16	3	3	4	10
79	4	4	5	5	18	5	5	5	15
80	4	4	4	4	16	3	4	4	11
81	3	5	4	3	15	4	3	3	10
82	5	4	5	4	18	5	5	5	15
83	3	4	4	3	14	3	3	3	9
84	4	4	4	4	16	5	4	4	13
85	4	4	5	4	17	5	4	3	12
86	4	5	5	3	17	4	4	5	13
87	4	4	5	5	18	4	5	5	14
88	2	4	4	3	13	3	3	3	9
89	4	4	3	4	15	4	4	4	12
90	4	4	5	5	18	4	4	4	12
91	5	5	5	5	20	5	5	4	14
92	4	3	4	4	15	4	3	2	9
93	3	3	3	3	12	4	3	3	10
94	4	3	4	4	15	4	4	3	11
95	4	4	4	4	16	4	4	4	12
96	3	4	4	3	14	3	4	4	11
97	4	4	4	4	16	3	4	4	11
98	3	3	4	4	14	5	3	4	12
99	4	4	4	3	15	4	4	3	11
100	4	4	4	3	15	4	4	3	11

No	Brand Trust				Brand Ambassador				
	X2.1	X2.2	X2.3	TX.2	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	TX.3
1	4	4	4	12	4	4	4	4	16
2	4	5	5	14	5	4	4	4	17
3	5	3	5	13	2	3	4	4	13
4	4	4	3	11	3	4	4	4	15
5	5	5	5	15	4	5	5	3	17
6	5	4	4	13	5	5	4	4	18
7	4	4	4	12	4	4	4	3	15
8	5	5	3	13	3	5	5	3	16
9	4	5	5	14	3	5	3	4	15
10	3	4	4	11	5	5	5	5	20
11	4	4	4	12	5	4	4	4	17
12	3	4	4	11	4	2	4	3	13
13	4	4	4	12	4	3	3	3	13
14	4	4	3	11	5	5	5	4	19
15	4	3	3	10	4	4	3	4	15
16	4	4	4	12	4	5	4	5	18
17	4	3	4	11	3	4	4	4	15
18	5	4	3	12	4	3	3	3	13
19	3	4	3	10	4	3	3	4	14
20	5	5	5	15	5	3	5	3	16
21	4	4	4	12	4	4	4	3	15
22	4	4	4	12	4	5	4	5	18
23	4	4	4	12	3	4	4	3	14
24	2	4	3	9	4	4	4	4	16
25	3	4	4	11	4	4	3	4	15
26	5	3	5	13	4	3	3	3	13
27	3	4	4	11	5	5	3	3	16
28	4	5	5	14	4	5	4	5	18
29	4	4	4	12	4	4	4	3	15
30	4	4	4	12	4	4	4	4	16
31	4	4	5	13	4	4	4	3	15
32	4	4	4	12	5	4	4	4	17
33	3	5	3	11	3	5	3	3	14
34	4	4	4	12	4	4	4	4	16
35	4	4	5	13	4	4	5	3	16
36	4	3	5	12	4	3	3	4	14
37	5	5	5	15	5	4	4	5	18

38	4	4	5	13	4	4	5	5	18
39	4	4	4	12	5	5	5	4	19
40	3	5	4	12	3	5	4	5	17
41	4	4	4	12	5	4	4	3	16
42	2	3	3	8	3	3	4	2	12
43	4	4	4	12	3	4	4	4	15
44	4	5	5	14	3	5	5	5	18
45	4	4	4	12	4	4	4	4	16
46	4	4	4	12	4	4	4	5	17
47	4	5	4	13	5	5	4	3	17
48	4	4	2	10	2	3	3	3	11
49	4	2	3	9	4	4	3	3	14
50	4	3	5	12	4	4	3	4	15
51	4	4	4	12	3	4	4	3	14
52	3	4	4	11	4	3	3	4	14
53	3	4	4	11	4	4	4	4	16
54	4	4	4	12	4	4	4	4	16
55	4	4	4	12	4	4	4	4	16
56	4	4	3	11	4	3	4	3	14
57	5	5	5	15	5	5	5	5	20
58	5	5	3	13	4	4	5	5	18
59	4	4	4	12	3	3	3	3	12
60	4	4	4	12	4	4	4	4	16
61	4	5	3	12	4	4	3	5	16
62	4	4	4	12	4	2	4	4	14
63	5	5	5	15	5	5	5	5	20
64	4	5	4	13	5	4	5	3	17
65	5	5	4	14	5	4	5	5	19
66	4	3	3	10	5	4	3	2	14
67	3	3	3	9	3	4	3	3	13
68	5	5	5	15	4	5	4	5	18
69	4	4	4	12	4	4	4	4	16
70	5	4	4	13	4	4	5	5	18
71	3	3	3	9	3	4	4	3	14
72	4	3	3	10	3	5	5	4	17
73	4	4	4	12	4	4	4	4	16
74	3	4	4	11	5	4	4	4	17
75	5	4	5	14	5	4	5	5	19
76	4	4	3	11	3	4	3	4	14

77	5	5	5	15	5	5	5	5	20
78	4	3	4	11	4	5	3	3	15
79	5	5	5	15	5	4	4	5	18
80	3	3	3	9	3	3	3	4	13
81	4	4	4	12	4	4	4	4	16
82	5	5	4	14	5	5	5	5	20
83	3	3	3	9	3	5	4	4	16
84	3	5	5	13	5	4	4	4	17
85	4	5	3	12	4	4	5	3	16
86	5	4	5	14	4	4	5	5	18
87	5	4	5	14	4	4	5	5	18
88	5	3	3	11	3	2	4	4	13
89	4	4	4	12	4	4	4	3	15
90	4	4	4	12	4	4	4	5	17
91	5	5	5	15	4	4	5	5	18
92	4	4	4	12	3	4	4	4	15
93	3	4	3	10	4	3	3	3	13
94	3	4	4	11	4	4	3	4	15
95	4	4	4	12	4	4	4	4	16
96	3	3	4	10	5	4	3	3	15
97	4	3	3	10	3	3	4	4	14
98	3	5	3	11	4	4	3	4	15
99	4	3	2	9	4	5	4	3	16
100	3	4	4	11	3	3	3	3	12

No	Modal Minimal Investasi			
	X4.1	X4.2	X4.3	TX.4
1	4	4	4	12
2	4	4	4	12
3	5	3	3	11
4	4	3	4	11
5	3	4	4	11
6	5	4	4	13
7	4	4	3	11
8	4	3	3	10
9	4	3	3	10
10	3	4	4	11
11	4	4	4	12
12	3	4	4	11
13	3	3	3	9
14	5	4	4	13
15	5	4	4	13
16	4	4	4	12
17	3	4	4	11
18	5	3	3	11
19	4	3	3	10
20	5	5	5	15
21	4	4	4	12
22	4	5	5	14
23	4	3	3	10
24	3	4	4	11
25	4	4	4	12
26	3	3	3	9
27	4	4	4	12
28	4	4	4	12
29	4	5	4	13
30	4	4	3	11
31	4	4	4	12
32	5	5	5	15
33	4	5	5	14
34	4	4	4	12
35	4	4	4	12
36	3	3	3	9
37	4	5	5	14

38	4	4	4	12
39	4	4	4	12
40	5	5	5	15
41	4	5	5	14
42	3	3	3	9
43	4	5	5	14
44	4	5	5	14
45	4	4	4	12
46	4	4	4	12
47	4	5	5	14
48	3	3	3	9
49	4	4	4	12
50	3	4	4	11
51	5	4	4	13
52	4	3	3	10
53	4	4	4	12
54	4	4	4	12
55	5	4	4	13
56	4	5	5	14
57	5	5	5	15
58	5	5	5	15
59	5	3	3	11
60	4	4	4	12
61	4	5	5	14
62	4	4	4	12
63	5	5	5	15
64	4	3	3	10
65	5	4	4	13
66	3	3	3	9
67	3	3	3	9
68	5	5	5	15
69	4	3	3	10
70	4	5	5	14
71	3	3	3	9
72	4	4	4	12
73	4	4	4	12
74	4	5	5	14
75	4	5	5	14
76	4	5	5	14

77	5	5	5	15
78	4	3	3	10
79	4	5	5	14
80	4	4	4	12
81	3	3	3	9
82	5	5	5	15
83	3	3	3	9
84	4	4	4	12
85	4	4	4	12
86	4	4	4	12
87	4	5	5	14
88	2	3	3	8
89	4	4	4	12
90	4	4	4	12
91	5	5	5	15
92	4	5	5	14
93	3	3	3	9
94	4	4	4	12
95	4	4	4	12
96	3	4	4	11
97	4	4	4	12
98	3	3	3	9
99	4	4	4	12
100	4	4	4	12

Lampiran 5 : Hasil Uji Analisis Data

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

1). Uji Validitas Variabel Minat Berinvestasi (Y)

		Correlations				Minat berinvestasi
		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	i
Y1.1	Pearson Correlation	1	.319**	.240*	.358**	.684**
	Sig. (2-tailed)		.001	.016	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y1.2	Pearson Correlation	.319**	1	.331**	.229*	.645**
	Sig. (2-tailed)	.001		.001	.022	.000
	N	100	100	100	100	100
Y1.3	Pearson Correlation	.240*	.331**	1	.351**	.710**
	Sig. (2-tailed)	.016	.001		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y1.4	Pearson Correlation	.358**	.229*	.351**	1	.714**
	Sig. (2-tailed)	.000	.022	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Minat berinvestasi	Pearson Correlation	.684**	.645**	.710**	.714**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

2). Uji Validitas Variabel Pengetahuan Investasi (X1)

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	Pengetahuan Investasi
X1.1	Pearson Correlation	1	.434**	.238*	.727**
	Sig. (2-tailed)		.000	.017	.000
	N	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.434**	1	.469**	.834**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.238*	.469**	1	.737**
	Sig. (2-tailed)	.017	.000		.000
	N	100	100	100	100
Pengetahuan Investasi	Pearson Correlation	.727**	.834**	.737**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

3). Uji Validitas Variabel *Brand Trust*

Correlations					
		X2.1	X2.2	X2.3	Brand Trust
X2.1	Pearson Correlation	1	.271**	.393**	.740**
	Sig. (2-tailed)		.006	.000	.000
	N	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.271**	1	.354**	.711**
	Sig. (2-tailed)	.006		.000	.000
	N	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.393**	.354**	1	.793**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
Brand Trust	Pearson Correlation	.740**	.711**	.793**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

4). Uji Validitas Variabel *Brand Ambassador* (X3)

		Correlations				Brand Ambassado r
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	
X3.1	Pearson Correlation	1	.246*	.271**	.185	.620**
	Sig. (2-tailed)		.014	.006	.065	.000
	N	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.246*	1	.338**	.302**	.685**
	Sig. (2-tailed)	.014		.001	.002	.000
	N	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.271**	.338**	1	.391**	.722**
	Sig. (2-tailed)	.006	.001		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.185	.302**	.391**	1	.705**
	Sig. (2-tailed)	.065	.002	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Brand Ambassador	Pearson Correlation	.620**	.685**	.722**	.705**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

5). Uji Validitas Variabel Modal Minimal Investasi (X4)

		Correlations			Modal Minimal Investasi
		X4.1	X4.2	X4.3	
X4.1	Pearson Correlation	1	.451**	.450**	.714**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
X4.2	Pearson Correlation	.451**	1	.962**	.939**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
X4.3	Pearson Correlation	.450**	.962**	1	.939**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
Modal Minimal Investasi	Pearson Correlation	.714**	.939**	.939**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

a. Uji Reliabilitas

1). Uji Reliabilitas Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.635	4

2). Uji Reliabilitas X1

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.650	3

3). Uji Reliabilitas X2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.608	3

4). Uji Reliabilitas X3

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.617	4

5). Uji Reliabilitas X4

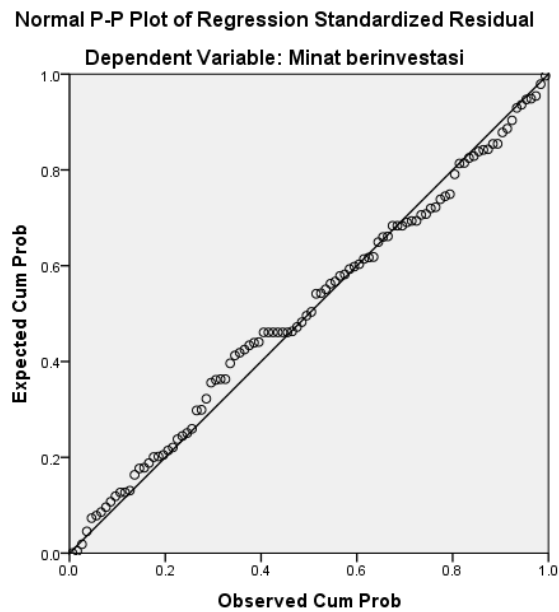
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.837	3

Lampiran 6 : Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Grafik P-Plot



Tabel Uji Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.98673959
Most Extreme Differences	Absolute	.071
	Positive	.046
	Negative	-.071
Test Statistic		.071
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

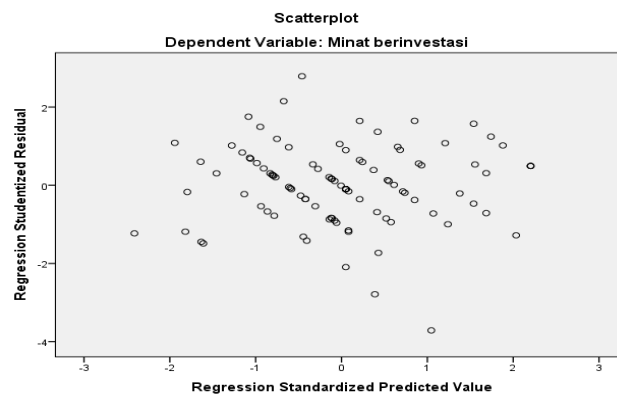
d. This is a lower bound of the true significance.

2. Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Pengetahuan Investasi	.324	3.085
	Brand Trust	.463	2.158
	Brand Ambassador	.499	2.002
	Modal Minimal Investasi	.475	2.107

a. Dependent Variable: Minat berinvestasi

3. Uji Heteroskedastisitas



Uji Glejser

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.734	.568		1.292	.200
	Pengetahuan Investasi	-.079	.070	-.200	-1.126	.263
	Brand Trust	.046	.059	.116	.784	.435
	Brand Ambassador	-.035	.045	-.111	-.777	.439
	Modal Minimal Investasi	.079	.052	.224	1.530	.129

a. Dependent Variable: ABSESID

Lampiran 7 : Uji Ketetapan Model

1. Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	249.568	4	62.392	61.491	.000 ^b
Residual	96.392	95	1.015		
Total	345.960	99			

a. Dependent Variable: Minat berinvestasi

b. Predictors: (Constant), Modal Minimal Investasi, Brand Trust, Brand Ambassador, Pengetahuan Investasi

2. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.849 ^a	.721	.710	1.00730

a. Predictors: (Constant), Modal Minimal Investasi, Brand Trust, Brand Ambassador, Pengetahuan Investasi

b. Dependent Variable: Minat berinvestasi

Lampiran 8 : Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.420	.887		2.727	.008
	Pengetahuan Investasi	.220	.109	.192	2.018	.046
	Brand Trust	.269	.092	.233	2.925	.004
	Brand Ambassador	.257	.071	.278	3.631	.000
	Modal Minimal Investasi	.308	.080	.300	3.822	.000

a. Dependent Variable: Minat berinvestasi

Lampiran 9 : Uji Hipotesis (Uji t)


Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.420	.887		2.727	.008
	Pengetahuan Investasi	.220	.109	.192	2.018	.046
	Brand Trust	.269	.092	.233	2.925	.004
	Brand Ambassador	.257	.071	.278	3.631	.000
	Modal Minimal Investasi	.308	.080	.300	3.822	.000

a. Dependent Variable: Minat berinvestasi

Lampiran 10 : Dokumentasi



Lampiran 11 : Hasil Turnitin





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jl. Pandawa Pucangan Kartasura-Sukoharjo Telp. (0271) 782336 Fax (0271) 782336 Website: iain-surakarta.ac.id
 – Email: info@iain-surakarta.ac.id.

SURAT KETERANGAN TURNITIN


Setelah melakukan tes uji *similarity*, menerangkan bawah mahasiswa di bawah ini:

Nama : Oktavia Wahyuningsih
 NIM : 195231208
 Program Studi : Perbankan Syariah
 Judul Skripsi : Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Berinvestasi Reksadana Syariah pada Aplikasi Bibit (Studi Kasus Generasi Milenial di Kabupaten Boyolali)
 Paper ID : 2129972356
 Date : 12 Juli 2023
 Hasil menunjukkan SIMILARITY INDEX : 26%



Sukoharjo, 12 Juli 2023

 Farah Nilawati, S.Sos.I
 NIK. 198906072018102003

LAMPIRAN



5, Oktavia Wahyuningsih
 26% (Overall Similarity) 26% (Without Quotes) 13% (Publications) 14% (In-Text Quotes)

Source	Similarity
epinews.iain-surakarta.ac.id	5%
lib.iainnes.ac.id	1%
repository.uin-suka.ac.id	1%
www.researchgate.net	1%
repository.ain-raniry.ac.id	1%
Submitted to Universitas Putera Batam	1%
etheses.uin-malang.ac.id	1%
repository.usu.ac.id	1%
Submitted to Konvensium PTS Indonesia - Small Campus	1%

Lampiran 12 : Daftar Riwayat Hidup**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

Nama : Oktavia Wahyuningsih

Tempat/ Tanggal Lahir : Boyolali, 17 Oktober 2001

Jenis Kelamin : Perempuan

Agama : Islam

Alamat : Rembun 02/03, Rembun, Nogosari,
Boyolali, Jawa Tengah.

No. Telepon : 085842129524

Email : oktav8621@gmail.com