

PENGARUH INFLUENCER KEUANGAN, LITERASI KEUANGAN DAN RELIGIUSITAS TERHADAP MINAT INVESTASI MAHASISWA UMRI DIPASAR MODAL

Amonisa^{1*}, Siti Rodiah², M. Ahyaruddin³

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Riau

*e-mail: amonisasintiaaa@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh influencer keuangan, literasi keuangan dan religiusitas terhadap minat investasi mahasiswa Universitas Muhammadiyah Riau metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Pengumpulan data dengan metode kuesioner. Kuesioner disebar kepada 302 responden dengan menggunakan skala likert. Data diolah menggunakan aplikasi SPSS versi 25. Teknik analisis yang digunakan yaitu uji validitas, uji reliabilitas, regresi berganda, uji determinasi dan uji t. Berdasarkan hasil penelitian maka dapat diambil kesimpulan bahwa influencer keuangan, literasi keuangan dan religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi mahasiswa Universitas Muhammadiyah Riau

Kata Kunci: Influencer Keuangan, Literasi Keuangan, Religiusitas, Minat Investasi

PENDAHULUAN

Influencer adalah individu dengan pengikut signifikan di media sosial untuk mempromosikan produk mereka kepada pengikutnya. Influencer berasal dari kalangan mana saja, bisa seorang selebriti, atlet ataupun profesional yang memberikan informasi terkait produk dan jasa apapun sehingga dapat mengajak seseorang ingin mengetahui informasi dan bahkan menggunakan produk atau jasa tersebut. Dengan adanya influencer keuangan, sebagian besar mahasiswa berinisiatif mencari terlebih dahulu tentang konten yang disebar di media sosial oleh influencer keuangan agar memberikan wawasan lebih luas dengan investasi dan memberikan keuntungan ketika mahasiswa menggunakan aplikasi investasi. (Saiang, 2022).

Literasi Keuangan adalah salah satu elemen penting yang mempengaruhi minat dan pengambilan keputusan untuk berinvestasi. Semakin tinggi tingkat literasi keuangan, kemungkinan untuk berinvestasi juga semakin tinggi (Muttaqin & Ayuningtyas, 2022). KSEI tahun 2022 mengatakan usia investor pasar modal Indonesia yang didominasi generasi Milenial dan Gen-Z menjadi salah satu alasan

maraknya pengembangan serta proses digitalisasi di pasar modal. Meningkatnya jumlah investor tidak sebanding dengan tingkat literasi keuangan masyarakat, dimana tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia masih cukup rendah,

Menurut Ristanto (dalam Novaldi, 2022) religiusitas berasal dari bahasa latin religio dari kata religure yang berarti mengikat, sehingga religiusitas dapat diartikan sebagai aturan dan kewajiban yang harus dipenuhi dan dijalankan oleh pemeluk suatu agama. Agama dapat menjadi penentu yang memungkinkan dari minat seseorang untuk berinvestasi karena dapat menjadi faktor penentu pula. Berdasarkan hasil survei dari OJK pada tahun 2022 literasi keuangan masyarakat Indonesia sebesar 49,68 %, naik dibanding tahun 2019 yang hanya 38,03 persen. (OJK, 2022).

Hal ini disebabkan karena masih terdapat hambatan untuk mengakses lembaga keuangan formal termasuk pasar modal, religiusitas yang rendah, serta ketidaksesuaian produk yang ditawarkan lembaga keuangan dengan kebutuhan masyarakat yang berpenghasilan rendah (Muttaqin & Ayuningtyas, 2022).

Menurut Pratama (dalam Muttaqin & Ayuningtyas, 2022) minat masyarakat dalam berinvestasi dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain: faktor kelas sosial, status pekerjaan, pendapatan, usia, dan keagamaan (religiusitas), sedangkan salah satu faktor terpenting ketika memilih investasi yaitu sensitifitas religiusitas.

Mengacu pada hal yang telah disampaikan di atas bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat investasi mahasiswa Universitas Muhammadiyah Riau dipasar modal yaitu, influencer keuangan, literasi keuangan dan religiusitas ketertarikan peneliti untuk meneliti masalah minat investasi.

KAJIAN PUSTAKA

Kepuasan Kerja

Influencer adalah individu dengan pengikut signifikan di media sosial untuk mempromosikan produk mereka kepada pengikutnya. Mayoritas influencer masuk ke kategori berikut: selebritas, pakar industri dan pemimpin pemikiran, blogger atau pembuat konten dan pemengaruh mikro. Sebagian besar pemasaran influencer sosial terjadi di media sosial, terutama dengan mikro influencer. Indikator influencer menurut cholifah 216 dalam (Saiang, 2022) adalah Trustworthiness (dapat dipercaya), Expertise (keahlian), Attractiveness (daya tarik fisik), Respect (kualitas dihargai), Similarity (kesamaan). Deretan artis Indonesia yang menjadi influencer saham antaranya Ustadz Yusuf Mansur, Kaesang Pangarep dan Raditya Dika, mereka beberapa kali memberikan informasi kepada pengikutnya di media sosial terkait saham yang memiliki potensi keuntungan dimasa depan (Saiang, 2022).

Lingkungan Kerja

Menurut Putra, dkk (dalam Hariyanto & Damayanti, 2022) mendefinisikan literasi keuangan adalah pengetahuan dan pemahaman tentang konsep-konsep

keuangan pribadi sehingga menghasilkan kemampuan untuk membuat keputusan yang efektif tentang uang. Literasi keuangan merupakan pengetahuan dan keterampilan yang mempengaruhi perilaku seseorang untuk meningkatkan kualitas pengelolaan keuangan dengan tujuan mencapai kesejahteraan financial (Gunawan, Kristiatuti, & Sari, 2021).

Motivasi Kerja

Menurut Ristanto (dalam Novaldi, 2022) religiusitas berasal dari bahasa latin religio dari kata religure yang berarti mengikat, sehingga religiusitas dapat diartikan sebagai aturan dan kewajiban yang harus dipenuhi dan dijalankan oleh pemeluk suatu agama. Agama dapat menjadi penentu yang memungkinkan dari minat seseorang untuk berinvestasi karena dapat menjadi faktor penentu pula. Dalam agama, terdapat religiusitas yang ada pada tiap pemegang agama tersebut (Muttaqin & Ayuningtyas, 2022)..

Pengaruh Influencer Keuangan Terhadap Minat Investasi

Berdasarkan *theory of planned behavior* sikap seseorang dipengaruhi niat minat berinvestasi di pasar modal dikarenakan adanya faktor yang mempengaruhinya. Salah satu faktor yang mempengaruhi niat seseorang ialah influencer keuangan. Influencer dapat mempengaruhi seseorang dikarenakan memiliki media sosial yang membuat konten menarik perhatian dan minat yang bagi pengikutnya terutama generasi milenial seperti mahasiswa. Dengan adanya influencer membahas konten minat investasi di pasar modal terdorongnya para pengikutnya generasi milenial (mahasiswa) tertarik untuk mengikuti jejak para influencer. Berdasarkan uraian diatas maka dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut :

H1: Diduga Influencer Keuangan Berpengaruh Positif Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Riau

Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Investasi

Literasi keuangan yang didapat para investor dari pelatihan maupun seminar pasar modal dapat memberikan pengetahuan kepada investor. Diharapkan dengan adanya pengetahuan mengenai pasar modal, dapat memicu mahasiswa untuk melakukan investasi. Sesuai dengan Theory of Planned Behavior, apabila seseorang memiliki keterampilan dalam berinvestasi maka pengetahuan investasi dapat mempengaruhi minat mahasiswa berinvestasi. Hal ini dilakukan oleh penelitian Pangestika & Rusliati (2019) menunjukkan bahwa minat mahasiswa signifikan dipengaruhi oleh literasi keuangan.

Berdasarkan uraian diatas maka dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut:

H2: Diduga Literasi Keuangan Berpengaruh Positif Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Riau.

Pengaruh Religiusitas terhadap Minat Investasi

Agama dapat menjadi penentu yang memungkinkan dari minat seseorang untuk berinvestasi karena dapat menjadi faktor penentu dalam memilih produk di pasar modal. Sesuai dengan Theory of Planned Behavior, apabila seseorang memiliki pemahaman agama dalam berinvestasi maka religiusitas dapat mempengaruhi minat mahasiswa berinvestasi. Hal ini ditunjukkan pada penelitian Muttaqin & Ayuningtyas (2022) menunjukkan bahwa minat mahasiswa signifikan dipengaruhi oleh religiusitas.

Berdasarkan uraian diatas maka dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut:

H3: Diduga Religiusitas Berpengaruh Positif Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Riau.

METODE

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017) pendekatan kuantitatif dapat diartikan sebagai metode yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan

Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Riau yang berinvestasi di Pasar Modal dari tahun 2018 sampai 2022

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa berinvestasi diambil dari KPSM yang berinvestasi dari tahun 2018 sampai 2022 berjumlah 1.227 mahasiswa. Menurut hasil perhitungan menggunakan rumus Slovin, Maka dibutuhkan 302 mahasiswa.

Teknik dan Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini bertujuan untuk mengumpulkan data sesuai tata cara penelitian sehingga diperoleh data yang dibutuhkan. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan angket/kuesioner yang dibagikan menggunakan google form kepada mahasiswa UMRI FEB dan mahasiswa yang berinvestasi dari angkatan tahun 2018-2022.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Reliabilitas

Dasar pengambilan keputusan untuk uji validitas dilihat melalui nilai r tabel dan signifikansinya. "Jika nilai r hitung > r tabel, maka artinya ada korelasi antar variabel

yang dihubungkan. Sebaliknya jika r hitung $< r$ tabel, maka artinya tidak ada korelasi antar variabel yang dihubungkan.” Diketahui jumlah sampel yaitu 302 dengan signifikansi 5% $df=n-2$ pada pendistribusian nilai r tabel product moment. Sehingga temuan nilai r tabel yakni sebesar $df=302-2 = 0,338$. Dari pengujian reliabilitas terhadap tiap variabel dengan nilai $> 0,60$, artinya data reliabel. “Jika nilai reliabel kurang dari 0,60 ($< 0,60$) maka nilainya kurang baik. Berdasarkan hasil uji Reliabilitas pada SPSS didapatkan hasil bahwa seluruh item pernyataan $> 0,60$ hal ini dilihat dari nilai Cronbach Alpha variabel minat investasi sebesar 0,825, variabel influencer keuangan sebesar 0,704, variabel literasi keuangan sebesar 0,859 dan variabel religiusitas 0,751 maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan dinyatakan reliabel.

Uji Normalitas

Pengujian normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov*.

Tabel 1 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		302
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.74573764
Most Extreme Differences	Absolute	.051
	Positive	.051
	Negative	-.042
Test Statistic		.051
Asymp. Sig. (2-tailed)		.255 ^c

a. Test distribution is Normal.

Sumber: Data diolah, 2024

Dapat dilihat bahwa nilai signifikansi dari Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,255. Nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian berdistribusi normal. Nilai yang dipakai untuk menunjukkan adanya gejala multikolinearitas yaitu nilai VIF < 10 dan nilai tolerance $> 0,10$ (Ghozali, 2016).

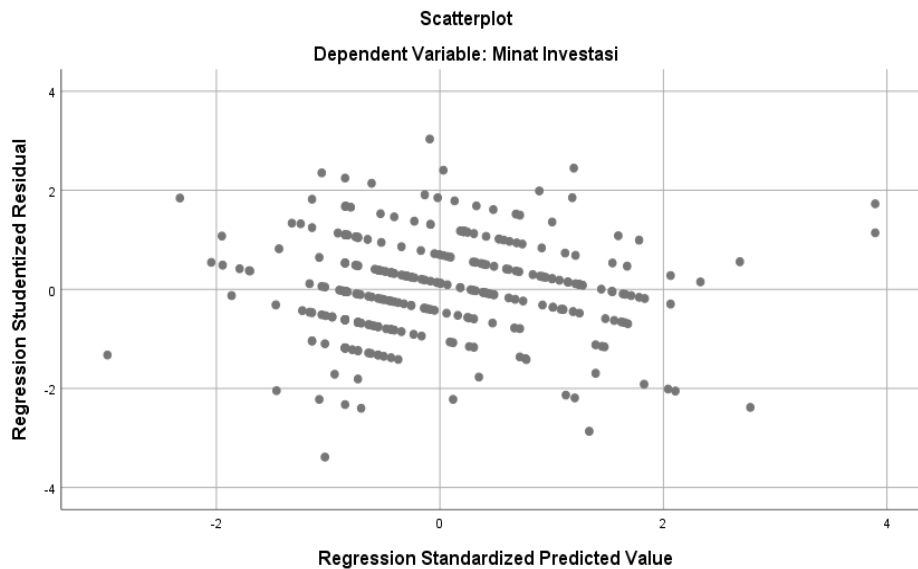
Tabel 2 Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Influencer keuangan	0,674	1,483
Literasi keuangan	0,661	1,513
Religiusitas	0,463	2,161

Hasil uji multikolinieritas yang terdapat pada tabel menunjukkan bahwa tidak terdapat *Variance Inflation Factor* (VIF) yang melebihi nilai 10 (VIF)

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari satu pengamatan satu ke pengamatan yang lain.

Gambar 1
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Gambar scatterplot menunjukkan bahwa titik-titik tersebar tanpa membentuk suatu pola tertentu dan tersebar baik di bawah atau di atas angka 0. Bahwa model regresi tidak mengalami gangguan heteroskedastisitas

Uji Analisis Linier Berganda

Tabel 3 Hasil Uji Analisis Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	22.135	2.011		11.008	.000
	Influencer	.248	.058	.271	4.258	.000
	Literasi Keuangan	.297	.051	.121	4.888	.002
	Religiusitas	.375	.080	.134	2.196	.000

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan tersaji pada tabel diketahui bahwa hasil dari analisis regresi linear berganda yakni:

$$Y = 22,135 + 0,248 X_1 + 0,297 X_2 + 0,375 X_3$$

dari persamaan tersebut, maka penjelasannya ialah:

- “Konstanta (a) = 22,135 menampilkan nilai konstan, Koefisien positif mengandung arti bahwa pengaruh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam model regresi memiliki hubungan berbanding searah dengan minat investasi.
- “Koefisien X1(b1) = 0,248 menunjukkan bahwa variabel Influencer keuangan (X1) berpengaruh positif terhadap minat investasi (Y). Artinya jika Influencer keuangan (X1) meningkat maka minat investasi (Y) akan meningkat sebesar 0,248”.
- “Koefisien X2(b2) = 0,297, menunjukkan bahwa variabel Literasi keuangan (X2) berpengaruh positif terhadap minat investasi (Y). Artinya jika variabel Literasi keuangan (X2) meningkat maka variabel minat investasi (Y) akan meningkat sebesar 0,297”.
- “Koefisien X3(b3) = 0,375 menunjukkan bahwa variabel Religiusitas (X3) berpengaruh positif terhadap Minat investasi (Y). Artinya jika religiusitas meningkat maka variabel minat investasi meningkat (Y) sebesar 0,375”.

Uji Parsial (Uji T)

Tabel 4 Hasil Uji T

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	22.135	2.011		11.008	.000
	Influencer	.248	.058	.271	4.258	.000
	Literasi Keuangan	.297	.051	.121	4.888	.002
	Religiusitas	.375	.080	.134	2.196	.000

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan Tabel 4 dapat diperoleh hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan analisis regresi linier berganda, sebagai berikut:

Hasil Pengujian Hipotesis Influencer Keuangan (H¹)

Nilai signifikansi variabel Influencer keuangan (X1) yaitu sebesar $0,000 < 0,05$ artinya Influencer keuangan (X1) secara parsial memiliki keterkaitan positif dan signifikan pada minat investasi (Y). Nilai pada t-hitung Influencer keuangan (X1) yaitu sebesar $4,258 > 1,9679$ artinya Influencer keuangan memiliki keterkaitan positif dan signifikan pada minat investasi (Y).

Hasil Pengujian Hipotesis Literasi Keuangan (H²)

Nilai Signifikansi Literasi keuangan (X2) sebesar $0,002 < 0,05$ artinya Literasi keuangan secara parsial memiliki keterkaitan positif dan signifikan pada minat investasi (Y). Nilai pada t-hitung Literasi keuangan (X2) sebesar $4,888 > 1,9679$ artinya Literasi keuangan memiliki keterkaitan positif dan signifikan pada minat investasi (Y).

Hasil Pengujian Hipotesis Religiusitas (H³)

Nilai Signifikansi variabel Religiusitas (X3) sebesar $0,000 < 0,05$ artinya variabel Religiusitas memiliki keterkaitan positif dan signifikan pada minat investasi (Y). Nilai pada t-hitung Religiusitas (X3) sebesar $2,196 > 1,9679$ artinya Religiusitas memiliki keterkaitan positif dan signifikan pada minat investasi (Y).

Dari pengujian diatas diperoleh nilai dari koefisien determinasi (R²) sebagai berikut:

Tabel 5 Hasil Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R Square)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.433 ^a	.551	.537	1.75450	1.691

a. Predictors: (Constant), Religiusitas, Influencer, Literasi Keuangan

b. Dependent Variable: Minat Investasi

Sumber: Data diolah, 2024

Pada table 5 terlihat yakni nilai koefisien determinasi R² terletak pada kolom Adjusted R-Square. Diketahui nilai koefisien determinasi sebesar 0,537 nilai tersebut berarti Influencer keuangan (X1), Literasi keuangan (X2) Religiusitas (X3) secara bersama-sama mempengaruhi minat investasi (Y) sebesar 53,7% sisanya sebesar 46,3% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar model penelitian.

Pembahasan

Hipotesis pertama (H₁) adalah diduga Influencer Keuangan berpengaruh positif terhadap Minat Investasi, berdasarkan temuan dalam penelitian ini pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Riau influencer keuangan mampu membuat mahasiswa berminat untuk melakukan investasi. Dengan informasi yang mereka dapatkan, seperti platform youtube, instagram dan lainnya, mereka mulai mencari informasi terkait investasi tersebut. Dengan adanya influencer keuangan, sebagian besar mahasiswa berinisiatif mencari terlebih dahulu tentang konten yang disebar di media sosial oleh influencer keuangan agar memberikan wawasan lebih luas dengan investasi dan

memberikan keuntungan ketika mahasiswa menggunakan aplikasi investasi. diduga motivasi kerja berpengaruh positif terhadap kepuasan kerja karyawan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Trianingsih, dkk (2022) dan Pratiwi (2020) mengatakan bahwa influencer berpengaruh positif signifikan terhadap minat investasi

Hipotesis kedua (H_2) adalah diduga Literasi Keuangan berpengaruh positif terhadap Minat Investasi, berdasarkan temuan dalam penelitian ini pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Riau literasi keuangan yang baik dapat memudahkan mahasiswa dalam informasi yang berkaitan dengan investasi. berminat untuk melakukan investasi. Dengan adanya literasi keuangan, mahasiswa mencari informasi dengan tujuan dapat memberikan keuntungan ketika mereka terjun dalam menggunakan aplikasi investasi tersebut. Dengan mempertimbangkan kelemahan dan juga kelebihan produk dan mempertimbangkan variatifnya instrumen produk investasi. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Pangestika & Rusliati (2019) menunjukkan bahwa minat mahasiswa signifikan dipengaruhi oleh literasi keuangan

Hipotesis ketiga (H_3) adalah diduga Religiusitas berpengaruh positif terhadap Minat Investasi, berdasarkan temuan dalam penelitian ini pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Riau religiusitas mampu membuat mahasiswa berminat untuk melakukan investasi. Bahwa dengan tingkat religiusitas yang baik, mahasiswa akan memilih investasi yang baik dan tentunya tidak merupakan tindakan tercela. Individu akan merasa bahwa Tuhan selalu mengawasi setiap hal yang dilakukan informasi yang mereka dapatkan, apakah dapat memberikan faedah atas tindakan yang mereka ambil. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Muttaqin & Ayuningtyas (2022) menunjukkan bahwa minat mahasiswa signifikan dipengaruhi oleh religiusitas.

PENUTUP

Setelah melalui beberapa tahap yang telah dilakukan yaitu pengumpulan data, pengolahan data dan analisis data didapatkan hasil analisis sebagai berikut:

1. Influencer keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi. Artinya semakin tinggi Influencer keuangan maka semakin tinggi pula minat investasi.
2. Literasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap minat investasi. Hal ini berarti semakin tinggi Literasi keuangan maka semakin tinggi pula minat investasi.
3. Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi. Hal ini berarti semakin tinggi Religiusitas maka semakin tinggi pula minat investasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Bakhri, S. (2018). Minat Mahasiswa Dalam Investasi Di Pasar Modal. *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 10(1), 146-157.
- Bareksa.com (2022). Pasar Modal Indonesia 2022: Rekor Indeks Saham hingga Jumlah Investor Tembus 10,3 Juta. Diakses 2022. <https://www.bareksa.com/berita/pasar-modal/2022-12-29/pasar-modal-indonesia-2022-rekor-indeks-saham-hingga-jumlah-investor-tembus-103-juta>
- Bi.go.id. (2022). BI 7-DAY REVERSE REPO RATE NAIK 25 BPS MENJADI 5,75%: SINERGI MENJAGA STABILITAS DAN MOMENTUM PEMULIHAN. Diakses 22 Maret 2023. https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/sp_251323.aspx
- Anastia, D., Adriani, Z., & Ratnawati, R. (2021). Pengaruh kepuasan kerja terhadap turnover intention pada karyawan sales pt. dipo internasional pahala otomotif jambi. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 7(2), 77–84.
- Christiani, L. C., & Ikasari, P. N. (2020). Generasi Z dan pemeliharaan relasi antar generasi dalam perspektif budaya Jawa. *Jurnal komunikasi dan kajian media*, 4(2), 84-105.
- Gunawan, W., Kristiastuti, F., & Sari, U. K. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Investasi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Nurtanio Bandung. *Jurnal Bisnis, Manajemen & Ekonomi*, 19(2), 494-512.
- Hariyanto, H., & Damayanti, D. (2022). PENGARUH LITERASI KEUANGAN, MOTIVASI, RETURN DAN RISIKO TERHADAP MINAT INVESTASI MAHASISWA DI PASAR MODAL. *J-MACC: Journal of Management and Accounting*, 5(2), 29-43.
- KSEI. (2022). Statistika Pasar Modal Indonesia. Diakses 22 Maret 2023. [https://www.ksei.co.id/files/Statistik Publik - Desember 2022 v1.pdf](https://www.ksei.co.id/files/Statistik_Publik_-_Desember_2022_v1.pdf)
- Muttaqin, R., & Ayuningtyas, R. D. (2022). PENGARUH LITERASI KEUANGAN, RELIGIUSITAS DAN PENDAPATAN TERHADAP MINAT INVESTASI DI PASAR MODAL SYARIAH (Studi Pada Masyarakat Milenial Kota Semarang). *Stability: Journal of Management and Business*, 5(1), 1-10.
- Novaldi, A. (2022). PENGARUH RELIGIUSITAS, EKSPEKTASI RETURN, DAN PERSEPSI RESIKO TERHADAP KEPUTUSAN INVESTASI DI PASAR MODAL DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi pada generasi Z di Lampung) (Doctoral dissertation, UIN RADEN INTAN LAMPUNG)