



Pengaruh Persepsi Return, Literasi Keuangan, Persepsi Risiko, Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Investasi Secara Online (Studi Kasus Pada Pebisnis Muda)

Fitrotul Amalia¹, Rr. Hawik Ervina I², Noni Setyorini³ 

^{1 2 3} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Semarang Indonesia

Info Artikel

Sejarah Artikel:

Diterima ; 12 Mei 2022

Disetujui : 18 Mei 2022

Dipublikasikan : 1 Juni 2022

Keywords:

Financial Literacy;
Investment Interest; Ease
Perception; Return
Perception; Risk
Perception

Abstract

This research aims to determine the influence of perception of return, financial literacy, risk perception, perception of ease, on the interest in investing online in young business people. This study used 104 respondents, the data collection process was carried out by distributing questionnaires using google form to young business people. This research uses quantitative methods. The data collection method uses purposive sampling techniques using questionnaires. This study used multiple linear regression analysis methods using statistical test tools. The data processing in this study used IBM SPSS 26 tools. The results of this study show that there is an influence between the perception of return, financial literacy, risk perception, perception of ease, on the interest in investing online in young businesses as evidenced by F count of 154,527 and table F of 2.31 with significance of 0.000. Therefore F calculates $> F$ table ($154.527 > 2.31$) with significance values smaller than 0.05 ($0.000 < 0.05$). Investors need to improve the perception of returns, financial literacy, risk perception, perception of convenience, by using internet facilities that are already available, books as a source of learning and attending seminars or training on investments. Companies that have cooperated with IDX should further increase the socialization of investment programs for the community and students and increase the variety of socialization such as making training or workshops in a strategic manner.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi *return*, literasi keuangan, persepsi resiko, persepsi kemudahan, terhadap minat berinvestasi secara *online* pada pebisnis muda. Penelitian ini menggunakan 104 responden, proses pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner dengan menggunakan *google form* pada pebisnis muda. Penelitian ini yaitu menggunakan metode kuantitatif. Metode pengumpulan data menggunakan teknik *purposive sampling* dengan menggunakan kuesioner. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda dengan menggunakan alat uji statistik. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan alat bantu *IBM SPSS 26*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara persepsi *return*, literasi keuangan, persepsi resiko, persepsi kemudahan, terhadap minat berinvestasi secara *online* pada pebisnis muda dibuktikan dengan F hitung sebesar 154,527 dan F tabel sebesar 2,31 dengan signifikansi sebesar 0,000. Oleh karena F hitung > F tabel ($154,527 > 2,31$) dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Investor perlu meningkatkan persepsi *return*, literasi keuangan, persepsi resiko, persepsi kemudahan, dengan menggunakan sarana internet yang sudah tersedia, buku sebagai sumber belajar dan mengikuti seminar atau pelatihan mengenai investasi. Seharusnya perusahaan yang sudah bekerja sama dengan BEI lebih meningkatkan sosialisasi program tentang investasi untuk para masyarakat dan mahasiswa serta menambah variasi sosialisasi seperti membuat pelatihan atau *workshop* secara berperiodik.

✉correspondence Address

Institutional address: UNIVERSITAS PGRI SEMARANG

E-mail: fitrotulamaliaa01@gmail.com

ISSN

2809-6282 (online)

PENDAHULUAN

Kerangka berpikir tentang investasi sekarang ini, ada dua jenis investasi. Pertama, investasi dianggap sebagai keinginan. Kedua, investasi dianggap sebagai kebutuhan (Mumtaz, 2010). Mayoritas masyarakat banyak yang belum mengetahui manfaat yang akan didapat ketika berinvestasi, masyarakat lebih percaya menyimpan uang di bank daripada untuk berinvestasi. Kebanyakan masyarakat akan cenderung memikirkan perekonomian dimasa yang akan datang, tetapi masih ada masyarakat yang berminat menggunakan uang untuk berinvestasi. Bursa efek Indonesia mengungkapkan bahwa investor asing masih menjadi pemilik saham secara umum yang dikuasai di Indonesia.

Pasar modal memiliki peran bagi perekonomian suatu negara, karena pasar modal menjalankan dua fungsi sekaligus, yaitu fungsi ekonomi dan fungsi keuangan. Perkembangan teknologi pada saat ini juga sangat berpengaruh terhadap berkembangnya pasar modal, dalam perkembangan teknologi investasi pada pasar modal dikenal adanya perdagangan efek secara *Online trading*. Sistem *Online trading* merupakan suatu hasil dari pembaharuan dibidang teknologi informasi. Sistem tersebut perkembangan suatu sistem bisnis berbasis teknologi internet. Perkembangan teknologi ini membuat aktifitas bisnis menjadi lebih efisien dan efektif. Sistem *Online trading* telah menjadi kepentingan tersendiri bagi pelaku investasi emas. Fasilitas ini akan semakin memberi kemudahan bagi para investor dalam melakukan transaksi dibandingkan menggunakan cara transaksi konvensional. Beberapa manfaat yang didapat masyarakat ketika mereka melakukan investasi selain memperoleh keuntungan diantaranya adalah akan mendapatkan penghasilan yang tetap, dapat mengurangi persaingan bisnis, memperluas usaha, dan menambah jangkauan bisnis. Contoh dari investasi adalah investasi produk seperti emas, perak, minyak. Kemudian investasi mata uang (*foreign exchanges*), dan *stock indeks* saham berupa saham gabungan seperti indeks saham amerika, jepang, hongkong, korea.

Investasi emas merupakan satu bentuk investasi yang diminati oleh masyarakat sejak jaman dahulu, dan seiring berkembangnya teknologi investasi emas kini hadir secara *online* atau berjangka. Dari PSAK no. 13, investasi adalah salah satu aktiva yang dipergunakan perusahaan guna menumbuhkan kekayaan (*accretion of wealth*) melalui distribusi yang akan terjadi investasi (mirip bunga, royalti, dividen dan uang sewa). Investasi pula adalah hal yang dilakukan untuk mengharapkan laba pada waktu kedepan (Halim, 2005). Investasi secara *online (Online trading)* memiliki kontrak, dalam kontrak emas berjangka, kita tidak memerlukan emas fisik tetapi menggunakan *platform Online trading* yang ada. Pada sistem *Online trading* emas berjangka keuntungan yang didapat akan lebih besar dan risikonya lebih kecil, karena dalam *Online trading* emas berjangka ini kita mengenal dengan *two way opportunity* yaitu perdagangan dua arah, ketika kita membeli emas (*buy*) kita akan mendapatkan keuntungan jika menjual emas (*sell*) pada harga diatas harga beli, lalu ketika menjual emas (*sell*) kita akan mendapatkan keuntungan jika membeli emas (*buy*) dibawah harga jual. Istilah "*high risk high Return*" sudah banyak diketahui serta sangat dipahami oleh masyarakat yang sudah berkecimpung pada dunia *Online trading*. *Return* dan risiko memiliki kaitan yang

positif, semakin tinggi *Return* yang didapat semakin tinggi juga risiko yang akan didapat. Investasi apapun, selain *profit* juga mempunyai risiko kerugian untuk mereka yang melakukan investasi. Risiko investasi merupakan defleksi dari laba yg diinginkan.

HIPOTESIS

1. Pengaruh Persepsi *Return* Terhadap Minat Investasi Secara *Online*

Menurut Jogiyanto (2010), imbal hasil dapat berupa imbal hasil yang direalisasikan (dihitung dengan menggunakan data historis) atau imbal hasil yang diharapkan (yang belum terjadi tetapi diperkirakan akan terjadi di masa mendatang). Hasil (keuntungan atau kerugian) dari investasi saham dikenal sebagai *Return* saham. Pengembalian saham mungkin baik dan negatif. Jika positif maka investor mendapat untung (*capital gain*), tetapi jika negatif, investor merugi (*capital loss*) (*capital lost*). Tuntutan keuangan pribadi merupakan salah satu kriteria yang dipertimbangkan oleh investor dalam berinvestasi, menurut penelitian Christanti (2011). Pertimbangan investor, tujuan investasi mereka, adalah salah satu bahan dalam faktor-faktor yang membantu analisis pengembalian ini. Laba, yang dapat menunjukkan keuntungan atau pengembalian dalam situasi ini, merupakan salah satu tujuan yang dapat menjadi tujuan investasi bagi investor. Jadi dapat disimpulkan setiap investor pasti menginginkan *Return*, terutama *Return* tertinggi dari berinvestasi.

2. Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Investasi Secara *Online*

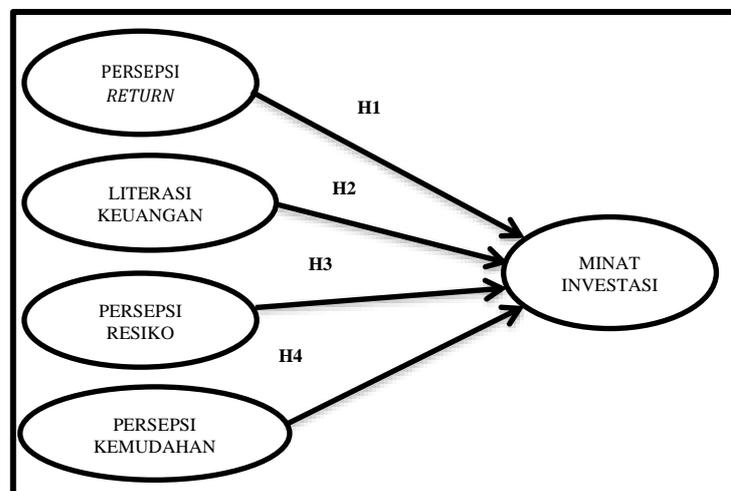
Rendahnya pengetahuan atau pemahaman tentang keuangan bisa berpengaruh terhadap rancangan keuangan kemas depan, sedangkan minimnya pengetahuan dasar tentang keuangan akan berhubungan dengan rendahnya serta menghambat perencanaan investasi. Jadi semakin tinggi tingkat pengetahuan dan pemahaman keuangan (literasi keuangan), maka akan semakin bijak untuk mengambil keputusan saat berinvestasi. Menurut penelitian Christanti, salah satu variabel yang dinilai investor dalam berinvestasi adalah personal financial demand (2011). Salah satu unsur dalam faktor yang membantu mengkaji hal ini adalah kekhawatiran investor, atau niat investasi. Laba, yang dalam hal ini bisa berarti untung atau untung, merupakan tujuan investasi bagi investor. Mengetahui cara menggunakan dan menggunakan produk keuangan. Orang akan berusaha untuk menikmati item keuangan setelah mendapatkan pengetahuan yang tepat tentang mereka. Mereka juga akan menentukan dan menggunakan barang dan jasa keuangan sesuai kebutuhan. Mengetahui cara menggunakan dan menggunakan barang-barang keuangan. Orang akan bersedia untuk menguji item keuangan jika mereka telah memperoleh pengetahuan yang tepat tentang mereka. Mereka juga akan menentukan dan menggunakan barang dan jasa keuangan sesuai kebutuhan. Pencegahan Penipuan. Jika mereka memiliki pengetahuan yang cukup tentang produk dan layanan keuangan, mereka akan cenderung tidak membahayakan produk yang merugikan investasi palsu, skema ponzi, dan bisnis monyet, antara lain. Literasi keuangan berpengaruh baik dan cukup besar terhadap minat investasi langsung, menurut penelitian (Hikmah1 & Triana Ananda Rustam, 2020).

3. Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Minat Investasi Secara *Online*

Penelitian Stock (2007) mengungkapkan bahwa preferensi risiko orang-orang yang bertindak dalam membuat keputusan tidak berubah dari waktu ke waktu jika perubahan dalam situasi internal dan eksternal hanya sementara, yang menjelaskan mengapa perilaku berisiko konsisten. Masyarakat akan lebih tertarik dengan *return* (pengembalian) yang akan ditawarkan, sehingga persepsi risiko masyarakat terhadap investasi juga akan tinggi. Pada penelitian yang dilakukan oleh (Nur Ravena Sapitri dan Muhammad Anhar, 2020) Menurut penelitian, minat investasi generasi milenial dipengaruhi oleh *sense of risk* mereka.

4. Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Investasi Secara *Online*

Penggunaan sistem *Online trading* membuat kemudahan, karena mudah digunakan dan dipelajari sehingga masyarakat bisa menggunakan system tersebut. Menurut Davis (1989), persepsi kemudahan penggunaan adalah persepsi seseorang tentang betapa mudahnya memahami teknologi. Apabila seseorang percaya bahwa system teknologi mudah untuk dipahami, digunakan, maka mereka akan menggunakannya. Pada penelitian yang dilakukan oleh (Putu Ayu Wulandari, Ni Kadek Sinarwati, & I Gusti Ayu Purnamawati, 2017) Menurut penelitian tersebut, variabel kenyamanan tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa untuk berinvestasi secara *online*. Dan menegaskan bahwa hasil pengujian tersebut bertentangan dengan penelitian Dahlan (2016). Dahlan (2016) menemukan bahwa kenyamanan mempengaruhi nasabah Mandiri Sekuritas Cabang Kota Padang untuk memanfaatkan sistem *Online trading* karena sistemnya mudah digunakan dan nasabah dapat terampil menggunakannya.



Gambar 1. Kerangka Berfikir

H1 : Persepsi *Return* berpengaruh terhadap minat pebisnis muda untuk berinvestasi secara *online*.

H2 : Literasi Keuangan berpengaruh terhadap minat pebisnis muda untuk berinvestasi secara *online*.

H3 : Persepsi Risiko berpengaruh terhadap minat pebisnis muda untuk berinvestasi secara *online*.

H4 : Persepsi Kemudahan berpengaruh terhadap minat pebisnis muda untuk berinvestasi secara *online* .

METODE

Jenis penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Metode kuantitatif ini merupakan teknik mengumpulkan, menyederhanakan, menyajikan dan menganalisis data agar dapat memberikan gambaran tentang suatu peristiwa.

Jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu mahasiswa atau remaja yang sudah memiliki bisnis di beberapa kota di Jawa Tengah yang berjumlah 104 orang.

Teknik penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan menggunakan rumus Cochran, menurut Sugiyono (2013) Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki dari populasi tersebut, sampel yang diambil dari populasi tersebut harus betul - betul *representative* (mewakili). Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk melihat pengaruh persepsi return, literasi keuangan, persepsi risiko, persepsi kemudahan terhadap minat investasi secara online pada pebisnis muda. Teknik analisis data yang digunakan adalah SPSS (Statistical Package for the Social Sciences). Pengelolaan data penelitian ini menggunakan alat bantu IBM SPSS 26 dapat dilihat rangkuman hasil olah data penelitian sebagai berikut.

1. Uji Instrumen

Uji Validitas

Tabel 1. Validitas

Variabel	Item	R Hitung	R Tabel	Item	Nilai signifikan	Tingkat signifikan	keterangan
Minat Investasi (Y1)	Y1.1	0,900	0,193	Y1.1	0,000	0,05	<i>Valid</i>
	Y1.2	0,909		Y1.2	0,000		<i>Valid</i>
	Y1.3	0,857		Y1.3	0,000		<i>Valid</i>
	Y1.4	0,850		Y1.4	0,000		<i>Valid</i>
	Y1.5	0,928		Y1.5	0,000		<i>Valid</i>
	Y1.6	0,918		Y1.6	0,000		<i>Valid</i>
Persepsi Retur (X1)	X1.1	0,626	0,193	X1.1	0,000	0,05	<i>Valid</i>
	X1.2	0,808		X1.2	0,000		<i>Valid</i>
	X1.3	0,849		X1.3	0,000		<i>Valid</i>
	X1.4	0,733		X1.4	0,000		<i>Valid</i>
	X1.5	0,752		X1.5	0,000		<i>Valid</i>
	X1.6	0,686		X1.6	0,000		<i>Valid</i>

Literasi Keuangan (X2)	X2.1	0,533	0,193	X2.1	0,000	0,05	Valid
	X2.2	0,509		X2.2	0,000		Valid
	X2.3	0,729		X2.3	0,000		Valid
	X2.4	0,555		X2.4	0,000		Valid
	X2.5	0,704		X2.5	0,000		Valid
	X2.6	0,699		X2.6	0,000		Valid
Persepsi Risiko (X3)	X3.1	0,602	0,193	X3.1	0,000	0,05	Valid
	X3.2	0,670		X3.2	0,000		Valid
	X3.3	0,731		X3.3	0,000		Valid
	X3.4	0,757		X3.4	0,000		Valid
	X3.5	0,737		X3.5	0,000		Valid
	X3.6	0,724		X3.6	0,000		Valid
Persepsi Kemudahan (X4)	X4.1	0,652	0,193	X4.1	0,000	0,05	Valid
	X4.2	0,890		X4.2	0,000		Valid
	X4.3	0,880		X4.3	0,000		Valid
	X4.4	0,891		X4.4	0,000		Valid
	X4.5	0,867		X4.5	0,000		Valid
	X4.6	0,588		X4.6	0,000		Valid
	X4.7	0,889		X4.7	0,000		Valid

Berdasarkan hasil dari tabel 4.10 menunjukkan bahwa nilai nilai r hitung pada masing-masing pernyataan semua variabel lebih besar dari nilai r tabel yakni 0,193. Sedangkan nilai signifikan pada semua item pernyataan nilainya kurang dari 0,05. Maka dapat dinyatakan bahwa seluruh pernyataan dalam kuesioner penelitian adalah valid, sehingga semua item kuesioner dapat digunakan sebagai model pengujian.

Uji Reliabilitas

Tabel 2. Cronbach's Alpha

NO	Variabel	Cronbach's Alpha	N Of items	Keterangan
1.	Minat investasi (Y1)	0,965	6	Reliabel
2.	Persepsi Return (X1)	0,661	6	Reliabel
3.	Literasi	0,792	6	Reliabel

keuangan (X2)					
4	Persepsi risiko (X4)	0,781	6	Reliabel	
5.	Persepsi kemudahan (X4)	0,943	7	Reliabel	

Berdasarkan tabel 4.11 Diatas diketahui bahwa hasil dari uji reliabilitas menyatakan semua variabel minat investasi, persepsi *return* , literasi keuangan, persepsi risiko dan persepsi kemudahan adalah reliabel atau dapat dipercaya untuk digunakan alat ukur variabel karena *cronbach alpha* > 0,60.

Analisis Deskriptif

Tabel 3. Analisis deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Total Minat investasi	104	4,337	4,356	4,346	1,293
Total Persepsi <i>Return</i>	104	4,202	4,394	4,298	1,170
Total Literasi keuangan	104	3,894	4,010	3,968	1,686
Total Persepsi risiko	104	4,252	4,330	4,288	1,534
Total Persepsi kemudahan		4,144	4,279	4,217	3,226
Valid N (listwise)	104				

Dari tabel 4.12 Diatas hasil analisis deskriptif diatas menunjukkan bahwa responden dari pebisnis muda dengan sampel sebanyak 104 respoden. Tabel diatas menjelaskan analisis deskriptif dari masing – masing variabel penelitian. Penjelasan diuraikan sebagai berikut :

Dari data diatas diketahui bahwa nilai terendah dari minat investasi adalah 4,337 (setuju) sedangkan nilai tertinggi adalah 4,356 (setuju). Nilai mean untuk minat

investasi adalah 4,346 (setuju) dan nilai standar deviasinya adalah 1,293. Artinya, nilai mean lebih besar dari nilai standar deviasinya sehingga penyimpangan data yang terjadi rendah maka penyebaran nilainya merata.

Nilai terendah dari persepsi *return* adalah 4,202 (setuju) sedangkan nilai tertinggi adalah 4,394 (ragu-ragu). Nilai mean pada persepsi *return* adalah 4,298 (setuju) dan nilai standar deviasinya adalah 1,170. Artinya, nilai mean lebih besar dari nilai standar deviasinya sehingga penyimpangan data yang terjadi rendah maka penyebaran nilainya merata.

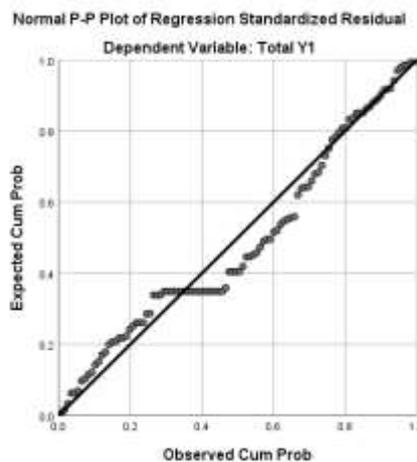
Nilai terendah dari literasi keuangan adalah 3,894 (ragu-ragu) sedangkan nilai tertinggi adalah 4,010 (setuju). Nilai mean pada literasi keuangan adalah 3,968 (ragu-ragu) dan nilai standar deviasinya adalah 1,686. Artinya, nilai *mean* lebih besar dari nilai standar deviasinya sehingga penyimpangan data yang terjadi rendah maka penyebaran nilainya merata.

Nilai terendah dari persepsi risiko adalah 4,252 (setuju). sedangkan nilai tertinggi adalah 4,330 (setuju). Nilai *mean* pada persepsi *return* adalah 4,288 (setuju) dan nilai standar deviasinya adalah 1,534. Artinya, nilai mean lebih besar dari nilai standar deviasinya sehingga penyimpangan data yang terjadi rendah maka penyebaran nilainya merata.

Nilai terendah dari persepsi kemudahan adalah 4,144 (setuju) sedangkan nilai tertinggi adalah 4,279 (setuju). Nilai *mean* pada persepsi *return* adalah 4,217 (setuju) dan nilai standar deviasinya adalah 3,226 (ragu-ragu). Artinya, nilai *mean* lebih besar dari nilai standar deviasinya sehingga penyimpangan data yang terjadi rendah maka penyebaran nilainya merata.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas



Gambar 2. Hasil Uji Normalitas Dengan Metode P-Plot

Tabel 4. Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		104
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.000000
	Std. Deviation	.05729592
Most Extreme Differences	Absolute	.102
	Positive	.102
	Negative	-.099
Test Statistic		.102
Asymp. Sig. (2-tailed)		.010 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Dalam pengujian data ini dilakukan dengan kriteria yaitu apabila nilai signifikansi > 0,05 dapat dikatakan bahwa distribusi residual data penelitian normal, sedangkan jika nilai signifikansi < 0,05 maka dapat dinyatakan bahwa distribusi residual data penelitian tidak normal. Berdasarkan pengujian pada tabel 4.13 diatas dengan menggunakan *One Sample Kolmogorov-Smirnov* didapatkan hasil signifikansi yaitu sebesar 0,010 dimana hasil pengujian tersebut lebih besar dari taraf signifikansinya yaitu 0,05 maka dapat dinyatakan bahwa uji tes normalitas dalam penelitian ini berdistribusi normal.

Tabel 5. Multikolinieritas

Variabel	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Persepsi <i>Return</i>	0,405	2,471	Tidak terjadi multikolinieritas
Literasi Keuangan	0,692	1,445	Tidak terjadi multikolinieritas
Persepsi risiko	0,396	2,526	Tidak terjadi Multikolinieritas
Persepsi kemudahan	0,363	2,757	Tidak terjadi Multikolinieritas

Nilai toleransi dan VIF dapat digunakan untuk menentukan ada tidaknya multikolinieritas . Tidak terjadi multikolinieritas jika nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10. Tabel 4.9 menunjukkan bahwa nilai *tolerance* menunjukkan tidak ada variabel *independent* dengan nilai *tolerance* kurang dari 0,10 dan VIF menunjukkan adanya tidak ada variabel dengan nilai VIF

lebih besar dari 10. Akibatnya, tidak ada indikasi multikolinieritas di antara variabel *independent* model regresi.

Tabel 6. Heteroskedastisitas

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.374	.171		2.188	.031
	Total X1	.074	.047	.242	1.574	.119
	Total X2	-.011	.037	-.033	-.283	.778
	Total X3	-.029	.054	-.085	-.544	.588
	Total X4	-.071	.045	-.258	-1.586	.116

a. *Dependent* Variabel: Abs_Res

Pada tabel 4.11 diatas diketahui bahwa nilai signifikan dari variabel persepsi *return* (X1) yaitu sebesar 0,119, literasi keuangan (X2) sebesar 0,778, persepsi risiko (X3) sebesar 0,588, persepsi kemudahan (X4) sebesar 0,116, dengan nilai signifikansinya > 0,05 maka dapat dikatakan bahwa hasil pengujian glejser tidak ada gejala heteroskesdasitas.

3. Uji Hepotesis

Uji Regresi linear Berganda

Tabel 7. Regresi linear Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.417	.274		-5.181	.000
	Total X1	.266	.086	.222	3.115	.002
	Total X2	.405	.090	.245	4.502	.000
	Total X3	.272	.089	.196	3.051	.003
	Total X4	.425	.070	.382	6.035	.000

a. *Dependent* Variabel: Total Y1

Persamaan Regresi Linier Berganda

Berdasarkan hasil pengujian regresi linier berganda pada tabel terdapat persamaan regresi sebagai berikut :

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

$$\hat{Y} = (-1,417) + 0,266X_1 + 0,405X_2 + 0,272X_3 + 0,425X_4 + e$$

Konstanta

Jika persepsi *return* , literasi keuangan, persepsi risiko, persepsi kemudahan, dapat meningkat satu poin maka diikuti dengan peningkatan minat pebisnis muda berinvestasi secara *online* (-1,417). Koefisien Regresi Variabel persepsi *return* (X1) Nilai koefisien diperoleh sebesar 0,266, maka apabila persepsi *return* (X1) meningkat satu poin, maka setiap terjadi peningkatan variabel persepsi *return* terhadap minat pebisnis muda berinvestasi secara *online* meningkat 0,266. Koefisien Regresi Variabel literasi keuangan (X2) Nilai koefisien diperoleh sebesar 0,405, maka apabila literasi keuangan (X2) meningkat satu poin, maka setiap terjadi peningkatan variabel literasi keuangan terhadap minat pebisnis muda berinvestasi secara *online* meningkat 0,405. Koefisien Regresi Variabel persepsi risiko (X3) Nilai koefisien diperoleh sebesar 0,272 apabila persepsi risiko (X3) meningkat satu poin, maka setiap terjadi peningkatan variabel persepsi risiko terhadap minat pebisnis muda berinvestasi secara *online* meningkat 0,272. Koefisien Regresi Variabel persepsi kemudahan (X4) Nilai koefisien diperoleh sebesar 0,425, maka apabila persepsi kemudahan (X2) meningkat satu poin, maka setiap terjadi peningkatan variabel persepsi kemudahan terhadap minat pebisnis muda berinvestasi secara *online* meningkat 0,425.

Uji parsial (Uji t)

Tabel 8. Uji t

Variabel	t hitung	t tabel	Nilai signfkansi	Tingkat Signfikansi	Keterangan
Persepsi <i>Return</i> (X1)	3,115	1,983	0,002	0,05	BERPENGARUH
Literasi keuangan (X2)	4,502	1,983	0,000	0,05	BERPENGARUH
Persepsi risiko (X3)	3,051	1,983	0,003	0,05	BERPENGARUH
Persepsi kemudahan (X4)	6,035	1,983	0,000	0,05	BERPENGARUH

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.16 diatas dapat djelaskan bawa terdapat hubungan secara persial antara varabel X1, X2, X3 ,X4 terhadap Y. Maka uji hipotesis dapat diasumsikan sebaga berikut:

Pengaruh Persepsi return (X1) terhadap minat investasi secara *online* (Y).

H01: tidak terdapat pengaruh persepsi *return* (X1) terhadap minat investasi secara *online* (Y)

H1: terdapat pengaruh persepsi *return* (X1) terhadap minat investasi secara *online* (Y).

Diketahui t hitung sebesar 3,115 > dari t tabel yaitu 1,983 dengan nilai signifikansi 0,002 < 0,05. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa H01 ditolak, sehingga H1 diterima. Maka terdapat pengaruh antara variabel persepsi *return* (X1) terhadap minat investasi secara *online* (Y).

Pengaruh literasi keuangan (X2) terhadap minat investasi secara *online* (Y).

H02 : tidak terdapat pengaruh literasi keuangan (X2) terhadap minat investasi secara *online* (Y)

H2 : terdapat pengaruh literasi keuangan (X2) terhadap minat investasi secara *online* (Y)

Diketahui nilai t hitung sebesar 4,502 > t tabel yaitu sebesar 1,983 dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa H02 ditolak dan H2 diterima. Maka dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan dari variabel literasi keuangan (X2) terhadap variabel minat investasi secara *online* (Y).

Pengaruh persepsi risiko (X3) terhadap minat investasi secara *online* (Y).

H03: tidak terdapat pengaruh persepsi risiko (X3) terhadap minat investasi secara *online* (Y)

H3: terdapat pengaruh persepsi risiko (X3) terhadap minat investasi secara *online* (Y)

Diketahui nilai t hitung sebesar 3,051 > dari t tabel yaitu sebesar 1,983 dengan nilai signifikansi 0,003 > 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa H03 ditolak dan H3 diterima. Maka dinyatakan bahwa terdapat pengaruh antara variabel persepsi risiko (X3) terhadap variabel minat investasi secara *online* (Y).

Pengaruh persepsi kemudahan (X4) terhadap minat investasi secara *online* (Y).

H02 : tidak terdapat pengaruh persepsi kemudahan (X4) terhadap minat investasi secara *online* (Y)

H2: terdapat pengaruh persepsi kemudahan (X4) terhadap minat investasi secara *online* (Y)

Diketahui nilai t hitung sebesar 6,030 > t tabel yaitu sebesar 1,983 dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa H04 ditolak dan H4 diterima. Maka dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan dari variabel persepsi kemudahan (X4) terhadap variabel minat investasi secara *online* (Y).

Uji F (Uji Kelayakan Model)

Tabel 9. Uji F

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	34.573	4	8.643	101.078	.000 ^b
	Residual	8.466	99	.086		
	Total	43.038	103			

a. *Dependent* Variabel: Total Y1

b. Predictors: (Constant), Total X4, Total X2, Total X1, Total X3

Pada tabel 4.17 diatas dapat dilihat bahwa nilai F hitung sebesar 101,078 lebih besar dari nilai F tabel yaitu 2,31 serta nilai signifikan 0,000 yang lebih kecil dari tingkat signifikan yaitu 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa model penelitian yang dikembangkan adalah model yang baik atau *fit*.

Uji Koefisien Determinasi (R2)

Tabel 10. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.896 ^a	.803	.795	.2924
a. Predictors: (Constant), Total X4, Total X2, Total X1, Total X3				
b. <i>Dependent</i> Variabel: Total Y1				

Berdasarkan tabel 4.18 diatas dapat dijelaskan bahwa *Adjusted Square* memiliki nilai sebesar 0,795 yang berarti bahwa variabel persepsi *Return* , literasi keuangan, persepsi risiko, persepsi kemudahan memberikan pengaruh sebesar 79,5 % terhadap variabel minat investasi secara *online* , sedangkan sisanya 20,5 % dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis di atas, maka pembahasan lebih lanjut dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

Pengaruh Persepsi *Return* Terhadap Minat Investasi Secara *Online* Pada Pebisnis muda.

Diketahui nilai t hitung sebesar 3,115 > t tabel 1,983 dengan nilai signifikansi 0,002 < 0,5. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis H1 pada penelitian ini dapat diterima, artinya terdapat pengaruh positif antara variabel persepsi *return* (X1) terhadap minat investasi secara *online* pada pebisnis muda (Y). Dalam berinvestasi secara *online* persepsi *return* merupakan hal yang harus dipahami oleh para investor. Menurut Tiato dan Titik Trowulan (2006) Persepsi merupakan sebuah proses identifikasi atau pengenalan pada sesuatu hal yang mana menggunakan indera yang dimilikinya. Kesan yang diterima oleh individu ini akan sangat bergantung dari semua pengalaman yang sudah diperoleh melalui proses belajar, berpikir dan dipengaruhi faktor dari individu itu sendiri.

Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Investasi Secara *Online* Pada Pebisnis muda.

Diketahui nilai t hitung sebesar $4,502 > t$ tabel $1,983$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis H2 pada penelitian ini dapat diterima, artinya terdapat pengaruh positif antara variabel literasi keuangan (X2) terhadap minat investasi secara *online* pada pebisnis muda (Y). Literasi keuangan menurut OJK yaitu pengetahuan dan pemahaman mengenai manfaat dan risiko produk dan layanan jasa keuangan yang bisa memberikan manfaat besar bagi sektor jasa keuangan sekaligus meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Literasi keuangan menilai pengetahuan seseorang tentang konsep keuangan, kapasitas untuk menangani dana pribadi, dan pemahaman tentang bagaimana membuat keputusan keuangan. (Melissa Munoz, 2019). Literasi keuangan sangatlah krusial dimiliki setiap orang sebab akan mempengaruhi sikap keuangan dari individu tersebut.

Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Minat Investasi Secara *Online* Pada Pebisnis muda.

Diketahui nilai t hitung sebesar $3,051 > t$ tabel $1,980$ dengan nilai signifikansi $0,003 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis H3 pada penelitian ini dapat diterima, artinya terdapat pengaruh positif antara variabel persepsi risiko (X2) terhadap minat investasi secara *online* pada pebisnis muda (Y). Risiko yang mendasarinya, menurut David K. Eiteman, Arthur I Stonehill, dan Michael H. Moffet, adalah ketidaksesuaian dalam basis suku bunga untuk aset dan kewajiban yang terhubung. Akibatnya, risiko dapat digunakan untuk menetapkan keadaan ketidakpastian, yang kemudian dapat diterapkan pada situasi yang akan muncul dalam keputusan yang dibuat setelah studi yang cermat. Perspektif setiap orang tentang risiko yang mereka hadapi dan jumlah kendali yang mereka miliki menentukan bagaimana mereka membuat keputusan yang tidak sama untuk semua orang.

Pengaruh Persepsi Kemudahan Minat Investasi Secara *Online* Pada Pembisnis Muda.

Diketahui nilai t hitung sebesar $6,030 > t$ tabel $1,980$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis H4 pada penelitian ini dapat diterima, artinya terdapat pengaruh positif antara variabel persepsi kemudahan (X4) terhadap minat investasi secara *online* pada pebisnis muda (Y). Persepsi kemudahan sesuatu didasarkan pada keyakinan pengambilan keputusan dalam penggunaan teknologi. Persepsi mudah dicirikan sebagai sejauh mana suatu teknologi tidak dapat diandalkan untuk menjadi bebas usaha (Jogiyanto, 2007). Gagasan kemudahan kepercayaan dalam proses pengambilan keputusan dapat diperhatikan dari istilah. Seseorang akan menggunakan sistem informasi yang praktis jika dia mempercayainya. Persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan secara berbeda oleh Davis et al. (1989), yang mengacu pada "lapisan di mana seseorang tidak merasa bahwa memanfaatkan sistem tidak harus sulit."

Persepsi *Return* , Literasi Keuangan, Persepsi Risiko, Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Investasi Secara *Online* Pada Pebisnis Muda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi *return*, literasi keuangan, persepsi risiko dan persepsi kemudahan bersama-sama berpengaruh positif terhadap minat investasi secara *online* pada pebisnis muda. Hal ini dibuktikan dengan F hitung sebesar 154,527 dan F tabel sebesar 2,31 dengan signifikansi sebesar 0,000. Oleh karena F hitung > F tabel ($154,527 > 2,31$) dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), maka penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis yang menyatakan “Persepsi *Return*, Literasi Keuangan, Persepsi Risiko, Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Investasi Secara *Online* Pada Pebisnis Muda”, **didukung**.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi *return*, literasi keuangan, persepsi risiko, persepsi kemudahan terhadap minat investasi secara online pada pebisnis muda. Berdasarkan analisis dan pembahasan yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Persepsi *Return* berpengaruh terhadap minat investasi secara *online* pada pebisnis muda. Semakin tinggi *return* dan pengetahuan mengenai *return* oleh investor, maka semakin tinggi minat pebisnis muda berinvestasi secara *online*.
2. Literasi keuangan berpengaruh terhadap minat investasi secara *online* pada pebisnis muda. Semakin baik rencana pengelolaan keuangan kedepannya, maka semakin tinggi minat pebisnis muda berinvestasi secara *online*.
3. Persepsi risiko berpengaruh terhadap terhadap minat investasi secara *online* pada pebisnis muda. Semakin banyak pengetahuan tentang berbagai risiko yang dihadapi juga akan semakin tinggi atau besar *Return* yang diharapkan, maka semakin tinggi minat pebisnis muda berinvestasi secara *online*.
4. Persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat investasi secara *online* pada pebisnis muda. Semakin mudah sistem teknologi yang akan digunakan dan mudah dipahami terhadap investor, maka semakin tinggi minat pebisnis muda berinvestasi secara *online*.

Saran

1. Bagi perusahaan

Pada saat ini minat dalam investasi secara *online* sudah tinggi, bagi perusahaan dalam memberikan pemahaman tentang investasi secara *online* untuk penjelasan mengenai produk- produk yang dijual lebih baik dengan bahasa atau menggunakan kata – kata yang mudah dipahami oleh calon investor.

2. Penelitian selanjutnya

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi *Return*, literasi keuangan, persepsi risiko, dan persepsi kemudahan merupakan beberapa variabel *independent* yang mempengaruhi minat investasi pebisnis muda secara *online* (sebesar 79,5%). Artinya variabel lain dapat mempengaruhi minat investasi pengusaha muda, sehingga penelitian selanjutnya yang ingin menguji minat investasi kemungkinan

akan menggunakan variabel yang tidak digunakan dalam penelitian ini, seperti keamanan investasi, modal minimal, modernisasi pengaruh pelatihan pasar modal, dan keuntungan investasi.

REFERENSI

Christanti. (2011). Faktor – faktor yang mempertimbangkan investor dalam melakukan investasi. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*.

Dahlan. (2016). Statistik Untuk Kedokteran dan Kesehatan.

David. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology.

Hikmah & Triana Ananda Rustam (2020). Pengetahuan Investasi, Motivasi Investasi, Literasi keuangan dan Persepsi Resiko Pengaruhnya Terhadap Minat Investasi Pada Pasar Modal. *Jurnal Manajemen Keuangan*.

Jogiyanto. (2007). Sistem Informasi Keperilakuan. Edisi Revisi. Yogyakarta.

Jogiyanto. (2014). Metode Penelitian Bisnis.

Nur Ravena Sapitri and Anhar, Muhammad (2020). Pengaruh Fasilitas Online Trading, Modal Minimal Investasi, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Investasi Generasi Milenial The Influence Of Online Trading Facilities, Minimal Investment Capital And Risk Perception On Millennial Generation Investment. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*.

Putu Ayu Wulandari, N. K. (2017). Pengaruh Manfaat, Fasilitas, Persepsi Kemudahan, Modal, *Return*, dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Mahasiswa untuk Berinvestasi Secara *Online* (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Akuntansi. *Jurusan Akuntansi Program S1 Universitas Pendidikan Ganesha*). *E-jurnal S1 Ak Universitas Pendidikan Ghanesa*.

Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.