

# Pengaruh Media Sosial, Literasi Keuangan, Risiko, Imbal Hasil, dan Religiusitas Terhadap Minat Berinvestasi Sukuk Generasi Z di Jakarta

Aliyah Zahrah Fadhilah Ladamay<sup>1</sup>, Trisiladi Supriyanto<sup>2</sup>, Siwi Nugraheni<sup>3</sup>  
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta<sup>123</sup>  
Email: [aliyah.zahrah@upnvj.ac.id](mailto:aliyah.zahrah@upnvj.ac.id), [trisiladi.supriyanto@gmail.com](mailto:trisiladi.supriyanto@gmail.com),  
[siwinugraheni@upnvj.ac.id](mailto:siwinugraheni@upnvj.ac.id)

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh media sosial, literasi keuangan, risiko, imbal hasil, dan religiusitas terhadap minat berinvestasi sukuk generasi Z di Jakarta. Deskriptif kuantitatif merupakan pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini, dengan populasi yang digunakan adalah generasi Z di Jakarta yang berumur 17-26 tahun menggunakan teknik sampling non-probability sampling dengan jenis purposive sampling. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala likert empat poin. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini adalah media sosial, risiko, dan religiusitas berpengaruh signifikan secara parsial, sedangkan literasi keuangan dan imbal hasil tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat berinvestasi sukuk generasi Z di Jakarta, dan secara simultan seluruh variabel memiliki pengaruh yang signifikan. Berdasarkan hasil tersebut, diharapkan regulator dapat memanfaatkan faktor-faktor yang memiliki pengaruh terhadap minat berinvestasi sukuk generasi Z di Jakarta.

**Kata Kunci :** *Minat, Investasi, Generasi Z, sukuk*

## Abstract

*This study aims to determine the effect of social media, financial literacy, risk, returns, and religiosity on the interest in investing in Generation Z sukuk in Jakarta. Descriptive quantitative is the approach used in this study, with the population used is Generation Z in Jakarta aged 17-26 years using a non-probability sampling technique with purposive sampling type. The data collection technique used a questionnaire with a four-point Likert scale. The analysis technique used is multiple linear regression analysis. The results of this study are social media, risk, and religiosity partially significant, while financial literacy and returns have no partial significant effect on interest in investing in Generation Z sukuk in Jakarta, and simultaneously all variables have a significant effect. Based on these results, it is hoped that the regulator can take advantage of the factors that have an influence on the interest in investing in Generation Z sukuk in Jakarta.*

**Keywords:** *Interest, Investation, Z generation, Sukuk*

## Pendahuluan

**P**enjualan dari SR014 menarik sebanyak 35.625 investor dari seluruh provinsi yang ada di Indonesia, dimana produk tersebut merupakan produk investasi berbasis Syariah yang dikeluarkan oleh pemerintah Indonesia dan tentunya memenuhi prinsip-prinsip Syariah. Modal minimal dari pembelian sukuk ritel sebesar Rp 1 juta dan tujuan dari sukuk ritel sendiri untuk pembiayaan APBN dan pembiayaan pembangunan infrastruktur Indonesia. Pada saat ini, imbalan tetap dari sukuk ritel berjenis SR014 sebesar 5,47% dengan tingkat imbalan yang tetap <sup>1</sup>. Terlebih lagi produk sukuk menjadi alternatif pilihan investasi yang dimana tingkat return atau imbal hasilnya cenderung lebih tinggi dari deposito <sup>2</sup>. Pada penawaran produk SR014, generasi milenial mendominasi pembelian dari sukuk ritel berjenis SR014 dengan jumlah investor sebanyak 12.968 investor atau sebesar 36,40% investor. Tetapi pada investor yang termasuk pada generasi Z tercatat membeli sukuk berjenis SR014 hanya sebanyak 331 investor atau sebesar 0,93% investor dan masih menunjukkan angka yang berkisar dibawah 1% <sup>3</sup>.

Kontribusi generasi Z dalam dunia investasi terutama sukuk sangatlah penting, tidak hanya individu tersebut yang mendapatkan keuntungan tetapi generasi tersebut juga dapat berkontribusi langsung terhadap pembangunan nasional dengan membeli produk sukuk. Seperti pada penelitian sebelumnya, banyaknya investor sukuk yang merasa bangga menjadi patriot bangsa karena memberikan kontribusi untuk membangun negeri menjadi lebih baik terutama dalam keadaan pandemic Covid-19 seperti saat ini<sup>4</sup>. Terlebih lagi, generasi Y dan generasi Z merupakan generasi yang akan menjadi mayoritas penduduk dengan kategori usia produktif atau keadaan yang dinamakan sebagai bonus demografi, pada saat Indonesia merayakan kemerdekaan dengan usia emasnya yaitu 100 tahun pada saat tahun 2045, sangat penting dalam menanamkan nilai-nilai untuk menjadi pribadi yang cerdas, berkarakter, serta memiliki jiwa nasionalisme karena mereka yang akan memegang kepemimpinan dan menjadi penggerak perekonomian bangsa<sup>5</sup>. Generasi Z yang juga termasuk dalam rentang tahun usia produktif, yaitu berumur 15-64 tahun<sup>6</sup>, dimana pada rentang usia tersebut sangat penting untuk individu tersebut mengetahui bagaimana cara mengelola

---

<sup>1</sup> Kementrian Keuangan Republik Indonesia and Djppr, "Sukuk Ritel Seri SR014," *Kemenkeu.Go.Id*, 2021.

<sup>2</sup> Yanuar Pribadi, "Preferens Generasi Milenial Untuk Berinvestasi Sukuk," *Research Journal on Islamic Finance* 06, no. 2 (December 31, 2020): 80–89.

<sup>3</sup> Republika.id, "Penjualan Sukuk Ritel Tetap Tinggi : Investor SR-014 Didominasi Oleh Generasi Milenial," *Republika*, 2021,.

<sup>4</sup> Selvia Eka Aristantia, "Pesona Sukuk Ritel Seri 13 (SR013) Sebagai Alternatif Investasi Di Masa Pandemi Covid-19," *El-Qist : Journal of Islamic Economics and Business (JIEB)* 10, no. 2 (2020): 133–45.

<sup>5</sup> Anju Nofarof Hasudungan and Yusuf Kurniawan, "Meningkatkan Kesadaran Generasi Emas Indonesia Dalam Menghadapi Era Revolusi Industri 4.0 Melalui Inovasi Digital Platform [www.Indonesia2045.Org](http://www.Indonesia2045.Org) Anju Nofarof Hasudungan," in *Prosiding Seminar Nasional Multidisiplin*, vol. 1, 2018, 51–58.

<sup>6</sup> Wasisto Raharjo Jati, "Bonus Demografi Sebagai Mesin Pertumbuhan Ekonomi : Jendela Peluang Atau Jendela Bencana Di Indonesia ?," *Populasi* 26, no. 1 (2015): 1–19.

keuangan pribadi termasuk berinvestasi dengan tujuan memenuhi kebutuhan di masa depan<sup>7</sup>.

Generasi Z yang menjadi harapan namun sebagian besar masih mempunyai sifat konsumtif. Minat beli pada pada generasi Z didasarkan atas keunikan barang tersebut seperti kemasan yang unik dan menarik, semakin barang tersebut terbatas atau limited edition maka minat untuk membeli barang tersebut akan semakin besar. Bisa ditarik kesimpulan bahwa perilaku konsumtif pada generasi muda sangatlah besar, pembelian barang tidak didasarkan dengan kebutuhan tetapi hanya untuk kepuasan tersendiri<sup>8</sup>. Generasi Z yang menjadi generasi yang konsumtif, didukung dengan data yang menunjukkan bahwa konsumen yang berasal dari generasi Z dan generasi milenial sebesar 85% pada tahun 2019, dengan rentang umur 18-35 tahun yang menjadi penyumbang alokasi pendapatan terbesar dalam belanja online dari seluruh total transaksi. Begitu juga dengan konsumen dengan kategori fashion sebesar 30% berasal dari rentang usia 18-25 tahun dan kelompok pendapatan Rp 3 juta - Rp 5 juta<sup>9</sup>.

Berdasarkan latar belakang diatas tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh media sosial, literasi keuangan, risiko, imbal hasil, dan religiusitas terhadap minat berinvestasi sukuk generasi Z di Jakarta secara parsial dan secara bersama-sama atau simultan.

## **Tinjauan Pustaka**

### **Minat berinvestasi**

Minat merupakan dorongan yang kuat untuk seorang individu dalam mencapai suatu keinginan tertentu dan memiliki peranan yang sangat penting terhadap individu tersebut pada perilaku dan sikap yang dimiliki pada suatu objek atau kegiatan.<sup>10</sup> Minat yang terdapat dalam diri seseorang kedepannya akan memberikan semangat dalam menjalankan kegiatan tersebut dalam mencapai tujuan. Rasa Minat yang dimilikinya akan mendorong secara jauh seseorang tersebut dalam melaksanakan aktivitas, memiliki pemahaman tentang subjek tersebut, dan juga memunculkan ketrampilan dengan tujuan menimbulkan perhatian atau usaha pencapaian yang diinginkan oleh orang tersebut.<sup>11</sup>

---

<sup>7</sup> Ni Made Dwiwana Rasuma Putri and Henny Rahyuda, "Pengaruh Tingkat Financial Literacy Dan Faktor Sosiodemografi Terhadap Perilaku Keputusan Investasi Individu," *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana* 9 (2017): 3407.

<sup>8</sup> Joko Sustiyo, "Apakah Literasi Keuangan Memengaruhi Perilaku Konsumsi Generasi Z?," *Imanensi: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi Islam* 5, no. 1 (2020): 25–34.

<sup>9</sup> Tempo.co, "85 Persen Konsumen E-Commerce Berasal Dari Generasi Z Dan Milenial," *bisnis.tempo.co*, 2020.

<sup>10</sup> Sutrisno, *Meningkatkan Minat Dan Hasil Belajar TIK Materi Topologi Jaringan Dengan Media Pembelajaran*, ed. Yayuk Umayu, 1st ed. (Ahlimedia Book, 2020).

<sup>11</sup> D Saputra, "Pengaruh Manfaat, Modal, Motivasi, Dan Edukasi Terhadap Minat Berinvestasi Di Pasar Modal (Studi Pada Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Balikpapan)," *Future Jurnal Manajemen Dan Akuntansi* 5, no. 2 (2018): 178–90.

Investasi adalah memberikan sesuatu dengan tujuan untuk digunakan dan dikembangkan kepada orang lain, serta hasil yang diperoleh dibagi sesuai dengan kesepakatan yang berlaku. Tujuan dari melaksanakan investasi adalah memperoleh keuntungan di masa depan yang berasal dari modal yang ditanam pada saat ini. Alasan dari investor melakukan investasi merupakan persiapan dini untuk masa yang akan datang.<sup>12</sup> Minat investasi adalah keinginan kuat seseorang untuk menanam modal dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan di masa depan.<sup>13</sup>

### Generasi Z

Generasi Z atau yang dikenal sebagai generasi internet lahir pada rentang tahun 1995-2010<sup>14</sup>. Generasi Z merupakan generasi yang efektif dalam era digital, dikarenakan mereka lahir pada saat teknologi telah maju dan berkembang di dunia. Hal yang membedakan generasi Z dan generasi lainnya adalah cara pandang mereka terhadap informasi dan teknologi.<sup>15</sup> Teknologi telah membentuk karakter dari generasi Z, mulai dari cara mereka berkomunikasi, mengasah pola pikir, mendapatkan komunitas, dan pusat dari informasi dalam kegiatan belajar mereka. Generasi ini juga menggunakan teknologi dalam segala aspek kehidupan, seperti menentukan jadwal penting, melihat petunjuk arah, berkomunikasi, hiburan, dan tentunya penggunaan media social.<sup>16</sup> Generasi Z adalah pribadi yang cenderung cepat dalam mengambil keputusan dan berani dalam mengambil tindakan, tetapi generasi ini kurang berpikir panjang atas keputusan yang akan diambil, begitu juga dengan sering terbaginya perhatian akan pekerjaan dan hiburan sehingga terjadi tumpang tindih antara dua kegiatan tersebut.<sup>17</sup>

### Sukuk

Obligasi Syariah atau yang dikenal sebagai sukuk merupakan produk investasi berjenis surat berharga jangka panjang dan sesuai dengan prinsip-prinsip Syariah. Sukuk diterbitkan oleh emiten dan ditujukan kepada pemegang sukuk, emiten memiliki kewajiban membayar pendapatan kepada pemegang

---

<sup>12</sup> Ahmad Rodoni and Muhammad Anwar Fathoni, *Manajemen Investasi Syariah*, ed. Akliia Suslia, 1st ed. (Jakarta: Salemba Diniyah, 2019).

<sup>13</sup> Akhmad Darmawan, Kesih Kurnia, and Sri Rejeki, "Pengetahuan Investasi, Motivasi Investasi, Literasi Keuangan Dan Lingkungan Keluarga Pengaruhnya Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal," *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan* 8, no. 2 (2019): 44–56.

<sup>14</sup> R R Silalahi, "Membangun Komunikasi Yang Efektif Dengan Generasi Z: Pelatihan Guru TIK(Teknologi, Informasi Dan Komunikasi)Optima Education," *Jurnal Madani* 5931, no. x (2018).

<sup>15</sup> Oleh Yanuar and Surya Putra, "Theoretical Review :Teori Perbedaan Generasi," *Among Makarti* 9, no. 2 (May 3, 2017).

<sup>16</sup> Claire Madden, *Hello Gen Z: Engaging the Generation of Post-Millennials (Revised Edition)*, 1st ed. (Sydney: Hello Clarity, 2017).

<sup>17</sup> Lasti Yossi Hastini, Rahmi Fahmi, and Hendra Lukito, "Apakah Pembelajaran Menggunakan Teknologi Dapat Meningkatkan Literasi Manusia Pada Generasi Z Di Indonesia?," *Jurnal Manajemen Informatika (JAMIKA)* 10, no. 1 (2020): 12–28.

obligasi Syariah berupa *margin/fee* atau bagi hasil.<sup>18</sup> Sukuk merupakan produk investasi berbentuk sekuritisasi aset yang sesuai dengan prinsip-prinsip Syariah, berdasarkan penerbitannya sukuk terbagi menjadi dua, yaitu sukuk negara dan sukuk korporasi. Sukuk yang diterbitkan suatu perusahaan diwajibkan mematuhi prinsip-prinsip Syariah yang ada.<sup>19</sup> Sukuk berdasarkan akad yang digunakan, seperti sukuk mudharabah, sukuk salam, sukuk istishna, sukuk murabahah, sukuk musyarakah, dan sukuk ijarah. Sistem dalam pengembalian dana atau imbal hasil yang terdapat pada sukuk adalah bagi hasil, *fee*, dan margin.<sup>20</sup> Sukuk berdasarkan penerbitannya terbagi atas dua macam, yaitu sukuk negara dan sukuk korporasi.<sup>21</sup>

### Media sosial

Media online dan teknologi berbasis web yang dapat digunakan untuk mendukung interaksi sosial antar pengguna, yang dapat mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif adalah media social.<sup>22</sup> Telepon genggam sampai dengan laptop yang dihubungkan dengan jaringan internet dapat memudahkan dalam mengakses halaman web ataupun aplikasi yang didapatkan secara berbayar ataupun gratis dan dapat digunakan untuk menikmati fasilitas yang dinamakan media sosial.<sup>23</sup> Media sosial dapat menjadi tempat pemasaran elektronik yang tentunya efisien dan tidak mengeluarkan biaya yang banyak. Media sosial memfasilitasi setiap orang untuk berhubungan satu sama lain. Tidak perlu untuk menyewa tempat, banner, atau alternative pemasaran lainnya yang dapat mengeluarkan biaya yang mahal.<sup>24</sup>

### Literasi Keuangan

Pemahaman individu yang mendalam dalam mengelola keuangan pribadi maupun keluarga, serta memahami dan memiliki keyakinan penuh atas keputusan yang diambil yang berhubungan dengan keuangan yang dimiliki individu tersebut adalah pengertian dari literasi keuangan.<sup>25</sup> Pemahaman

---

<sup>18</sup> Abdul Manan, *Aspek Hukum Dalam Penyelenggaraan Investasi Di Pasar Modal Syariah*, ed. Endang Wahyudin, 1st ed. (Jakarta: Kencana, 2017), 91.

<sup>19</sup> Bursa Efek Indonesia, "Produk Syariah," [idx.co.id](http://idx.co.id), 2018.

<sup>20</sup> Rizky Suci Ramadayanti, Dedy Mainata, and Angrum Pratiwi, "Peran Sukuk Negara Dalam Pembiayaan Infrastruktur," *Al-Tijary* 2, no. 2 (January 2, 2018): 155.

<sup>21</sup> Bursa Efek Indonesia, "Produk Syariah."

<sup>22</sup> Anang Sugeng Cahyono, "Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia," *Jurnal Ilmu Sosial & Ilmu Politik Diterbitkan Oleh Fakultas Ilmu Sosial & Politik, Universitas Tulungagung* 9, no. 1 (2016): 140–57.

<sup>23</sup> Sulidar Fitri, "Dampak Positif Dan Negatif Sosial Media Terhadap Perubahan Sosial Anak," *NATURALISTIC: Jurnal Kajian Penelitian Pendidikan Dan Pembelajaran* 1, no. 2 (April 17, 2017): 118–23.

<sup>24</sup> Muhammad Hasym Alfaruk, "Pengaruh Pemanfaatan Sosial Media, Motivasi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Berwirausahaan Pada Mahasiswa Ekonomi Di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo," *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan* 4, no. 2 (March 18, 2017): 164–72.

<sup>25</sup> Subroto Rapih, "Pendidikan Literasi Keuangan Pada Anak: Mengapa Dan Bagaimana?," *Scholaria: Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan* 6, no. 2 (May 25, 2016): 14.

tentang literasi keuangan sangat penting untuk ditanamkan sejak dini dalam diri seseorang. Pengetahuan keuangan, komponen dasar keuangan, dan pengetahuan investasi umum adalah kombinasi dari literasi keuangan. Dalam penelitian sebelumnya yang dilakukan di Vietnam menyatakan bahwa pengetahuan keuangan memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap perilaku menabung seseorang.<sup>26</sup> Literasi keuangan mengajarkan untuk mengatur dan mengelola keuangan baik secara individu maupun kelompok agar terhindar dari masalah keuangan. Masalah keuangan yang dimaksud seperti hutang dan kesulitan keuangan lainnya. Literasi keuangan meliputi ilmu tentang keuangan, asuransi, tabungan, pinjaman, dan investasi.<sup>27</sup>

### Risiko

Risiko merupakan keadaan dimana investor atau pemilik dana tidak dapat mengetahui kepastian dari hasil investasi yang dia ikuti. Risiko juga merupakan keadaan yang kemungkinan terdapat perbedaan antara *expected return* dan *actual return* dalam kegiatan berinvestasi.<sup>28</sup> Apabila kita berinvestasi, kita sebagai investor dapat menanggung risiko yang berbeda-beda tetapi dibalik adanya risiko yang tinggi tentunya investor juga mengharapkan *return* yang tinggi juga, seperti halnya kedua hubungan positif yang dimiliki oleh risiko dan *return*, yaitu apabila risiko tinggi maka *return* yang didapatkan juga tinggi tetapi apabila risiko rendah maka hasil dari *return* yang akan kita dapatkan juga akan rendah.<sup>29</sup> Terdapat beberapa faktor risiko dalam pembiayaan dan pengalokasian dana berbasis sukuk, yaitu risiko gagal bayar, risiko likuiditas, risiko tingkat imbalan.<sup>30</sup>

### Imbal Hasil

Persentase keuntungan yang didapatkan yang berasal dari suatu jenis investasi yang dimiliki berdasarkan jangka waktu yang ditentukan merupakan pengertian *return* atau imbal hasil.<sup>31</sup> Dalam produk pasar modal Syariah keuntungan yang diperoleh diutamakan kehalalannya, terhindar dari unsur-unsur yang bertentangan dengan prinsip Syariah seperti *riba*, *gharar*, dan *maysir*,

---

<sup>26</sup> Thi Anh Nhu Nguyen et al., "The Effects of Perceived and Actual Financial Knowledge on Regular Personal Savings: Case of Vietnam," *Journal of International Studies* 10, no. 2 (2017): 278–91.

<sup>27</sup> Amanita Novi Yushita, "Pentingnya Literasi Keuangan Bagi Pengelolaan Keuangan Pribadi," *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen* 6, no. 1 (2017).

<sup>28</sup> Haris Nandar, Mustafa Kamal Rokan, and M Ridwan, "Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Berinvestasi Di Pasar Modal Syariah Melalui Galeri Investasi Iain Zawiyah Cot Kala Langsa," *KITABAH: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Syariah*, vol. 0, December 5, 2018.

<sup>29</sup> Komang Fridagustina Adnantara, Ni Nyoman Sri Rahayu Trisna Dewi, and Gde Herry Sugiarto Asana, "Modal Investasi Awal Dan Persepsi Risiko Dalam Keputusan Berinvestasi," *Jurnal Ilmiah Akuntansi* 2, no. 2 (2018): 173–90.

<sup>30</sup> Fadzlurrahman Fadzlurrahman and Lastuti Abubakar, "Pengalokasian Risiko Dalam Pembiayaan Proyek Berbasis Sukuk Guna Mewujudkan Kemudahan Berusaha," *Jurnal Jurisprudence* 9, no. 2 (2019): 133–48.

<sup>31</sup> Ahmad Radoni and Muhammad Anwar Fathoni, *Manajemen Investasi Syariah*, ed. M. Masykur, 1st ed. (Salemba Diniyah, 2019), 48.

begitu juga dengan keuntungan yang diperoleh bukan berupa bunga tetapi menggunakan sistem bagi hasil atau margin atau *fee*.<sup>32</sup> Imbal hasil yang didapatkan dari produk investasi sukuk berdasarkan akad yang disepakati pada awal pembelian investasi sukuk. Apabila produk sukuk yang dimiliki menggunakan akad mudharabah atau musyarakah maka imbal hasil yang akan didapatkan berupa bagi hasil atau *profit sharing*. Sedangkan jika menggunakan akad ijarah maka imbal hasil yang didapatkan berupa *margin/fee*. Apabila menggunakan akad murabahah, istishna, ataupun salam dengan bentuk jual beli, maka imbal hasil yang didapatkan berupa *fixed return* kepada investor.<sup>33</sup> Dalam berinvestasi sukuk juga mendapatkan penghasilan berupa imbal hasil yang kompetitif, seperti imbal hasil yang didapatkan tingkatnya bisa lebih tinggi dibandingkan tingkat bunga deposito pada bank BUMN.<sup>34</sup>

### Religiusitas

Nilai religiusitas yang terdapat dalam diri seseorang akan menuntun pribadi tersebut dalam menjalankan aktivitas sehari-hari. Setiap individu dalam kehidupan pastinya memegang suatu pendirian atau komitmen yang dijadikan pedoman dalam menjalankan kehidupannya. Komitmen terhadap agama adalah salah satunya, komitmen beragama dapat diartikan sebagai taqwa, taqwa dalam konteks agama Islam adalah hubungan antara manusia dan Tuhan-Nya.<sup>35</sup> Religiusitas sangat erat kaitannya dengan sikap seseorang, dapat dilihat dari segala aspek seperti aspek keyakinan (akidah), aspek kekuatan (ibadah), aspek penghayatan (ihsan), aspek pengetahuan (ilmu), dan aspek pelaksanaan (amal atau akhlak). Nilai-nilai dalam agama juga dapat menuntun seseorang apabila terdapat permasalahan individu dengan mempertimbangkan solusi sesuai dengan prinsip-prinsip agama.<sup>36</sup> Individu yang memiliki nilai religiusitas yang tinggi dalam dirinya akan memiliki pandangan yang ideal mengenai etika dalam kehidupan. Individu yang menerapkan etika yang tinggi dalam kehidupannya cenderung akan memikirkan kesejahteraan orang lain dan menghindari bahaya yang dapat ditimbulkan oleh diri sendiri ataupun rekan terhadap suatu kelompok.<sup>37</sup>

---

<sup>32</sup> Andri Soemitra, *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah*, 2nd ed. (Jakarta: kencana, 2016), 131.

<sup>33</sup> Indah Purnamawati, "Perbandingan Sukuk Dan Obligasi (Telaah Dari Perspektif Keuangan Dan Akuntansi)," *Jurnal Akuntansi Universitas Jember* 11, no. 1 (2015): 62.

<sup>34</sup> Radoni and Fathoni, *Manajemen Investasi Syariah*, 107.

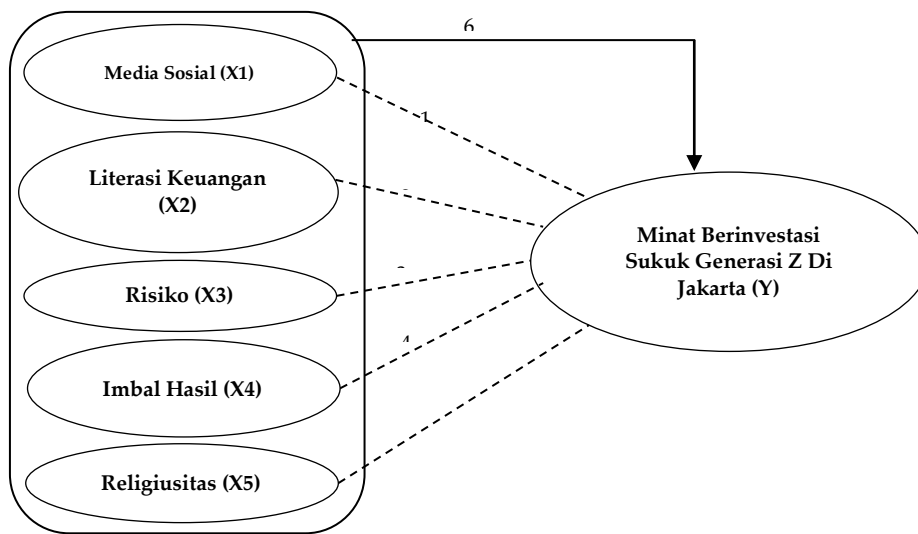
<sup>35</sup> Fifi Afyanti Triuspitorini, "Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Mahasiswa Politeknik Negeri Bandung Untuk Menabung Di Bank Syariah," *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 4, no. 2 (2019): 54–69.

<sup>36</sup> Hisban Tahaha and Edhy Rustan, "Orientasi Religiusitas Dan Efikasi Diri Dalam Hubungannya Dengan Kebermaknaan Pendidikan Agama Islam Pada Mahasiswa IAIN Palopo," *Jurnal Studi Agama Dan Masyarakat* 13, no. 2 (December 31, 2017): 163.

<sup>37</sup> Andrey Hasiholan Pulungan, "Pengaruh Religiusitas Dan Insentif Keuangan Terhadap Intensi Melakukan Whistleblowing Pada Faith-Based Organization," *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 5, no. 1 (2019): 75, <https://doi.org/10.35590/jeb.v5i1.682>.

## Model Penelitian

Gambar 1. Model Penelitian



Sumber : Data diolah (2021)

## Hipotesis

H1: Diduga media sosial berpengaruh terhadap minat berinvestasi sukuk Generasi Z di Jakarta.

H2: Diduga literasi keuangan berpengaruh terhadap minat berinvestasi sukuk Generasi Z di Jakarta.

H3: Diduga risiko berpengaruh terhadap minat berinvestasi sukuk Generasi Z di Jakarta.

H4: Diduga imbal hasil berpengaruh terhadap minat berinvestasi sukuk Generasi Z di Jakarta.

H5: Diduga religiusitas berpengaruh terhadap minat berinvestasi sukuk Generasi Z di Jakarta.

H6: Diduga media sosial, literasi keuangan, risiko, imbal hasil, dan religiusitas berpengaruh secara bersama-sama atau simultan terhadap minat berinvestasi sukuk Generasi Z di Jakarta.

## Metodologi Penelitian

### Definisi Operasional

Minat Berinvestasi (Y)

Minat berinvestasi adalah keinginan seseorang dalam menanamkan modal untuk memperoleh keuntungan di masa depan. Indikator yang digunakan pada variabel minat berinvestasi (Y) adalah memiliki keinginan mencari tahu jenis investasi, memiliki kemauan meluangkan waktu mempelajari investasi, dan mencoba berinvestasi.



#### Media Sosial (X1)

Media sosial merupakan media online dan teknologi yang dimana dalam kegiatan tersebut terdapat komunikasi yang terjalin untuk mendukung interaksi sosial antar penggunanya. Indikator yang digunakan pada variabel media sosial (X1) adalah intensitas penggunaan, pemanfaatan media sosial, efektivitas penggunaan, dan jenis media sosial.

#### Literasi Keuangan (X2)

Literasi keuangan merupakan pemahaman dan keyakinan tentang pengelolaan dan pengambilan keputusan mengenai keuangan yang individu tersebut miliki. Indikator yang digunakan pada variabel literasi keuangan (X2) adalah memahami pengetahuan dasar keuangan, memahami kriteria investasi, memahami *return* investasi, memiliki pemahaman investasi, dan memahami waktu pembelian investasi.

#### Risiko (X3)

Risiko merupakan keadaan yang tidak dapat diketahui investor secara pasti dari hasil investasi yang individu tersebut miliki. Dalam setiap kegiatan investasi juga dapat menimbulkan risiko yang berbeda-beda dan terdapat risiko yang dapat diprediksi sebelumnya tetapi juga ada yang tidak dapat diprediksi sebelumnya. Indikator yang digunakan pada variabel risiko (X3) adalah risiko gagal bayar, risiko tingkat imbalan, dan risiko likuiditas.

#### Imbal Hasil (X4)

*Return* atau imbal hasil dalam investasi adalah pengembalian atas dana yang diinvestasikan pada produk investasi dan imbal hasil yang didapatkan dari produk investasi sukuk berdasarkan akad yang disepakati pada awal pembelian investasi. Indikator yang digunakan pada variabel imbal hasil (X4) adalah memahami sukuk menguntungkan dan memahami imbal hasil dijamin kehalalannya.

#### Religiusitas (X5)

Religiusitas merupakan penghayatan pada suatu ajaran atau keyakinan terhadap nilai-nilai dalam agama pada diri seseorang baik dari ucapan maupun dari hati. Religiusitas juga mempengaruhi perilaku sehari-hari seseorang sesuai dengan peraturan menurut agama. Indikator yang digunakan pada variabel religiusitas (X5) adalah memahami sukuk sesuai prinsip-prinsip Syariah dan meyakini seorang muslim memilih investasi sesuai prinsip Islam.

#### Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah Generasi Z di wilayah Jakarta berusia 17-26 tahun. Teknik yang digunakan adalah teknik *non-probability sampling* dengan menggunakan jenis *purposive sampling*. Kriteria sampel yang digunakan adalah generasi z yang berada di wilayah Jakarta, responden mengetahui produk sukuk dan memiliki dan/atau belum memiliki produk

sukuk, berusia 17-26 tahun, dan responden menggunakan media sosial. Pada penelitian ini menggunakan populasi generasi Z di Jakarta berusia 17-26 tahun. Untuk suatu penelitian yang tidak diketahui pasti jumlah populasinya akan digunakan teknik pengambilan sampel menggunakan rumus Bernoulli.<sup>38</sup>

$$n \geq \frac{(1,96)^2 0,5,0,5}{0.01}$$
$$n \geq 96,04$$

Dalam penelitian ini ukuran sampel minimal yang ditetapkan rumus sebanyak 96,04 atau 97 responden, namun penulis menetapkan sebanyak minimal 100 responden agar tidak terjadi kesalahan dalam pengisian angket (kuesioner) pada kumpulan data penelitian.<sup>39</sup>

### Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan datanya menggunakan angket (kuesioner). Penggunaan skala pengukuran pada penelitian ini adalah skala likert. Skala Likert pada penelitian ini berisi empat pilihan jawaban, yang dimana terdapat modifikasi dengan tujuan untuk menghilangkan kelemahan yang ada pada skala likert lima tingkat<sup>40</sup>.

### Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kuantitatif yang didukung oleh analisis regresi linier berganda, dan didukung oleh validitas dan reliabilitas tes, pengujian asumsi klasik, pengujian hipotesis (*F-test dan t-test*), dan uji kelayakan model (Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )). Dalam hal ini Penelitian ini menggunakan perangkat lunak yang digunakan SPSS versi 25.

### Analisis Statistik Deskriptif

Untuk menganalisis serta mendeskripsikan sebuah data yang telah didapatkan dengan tujuan memberikan kesimpulan yang bersifat general ataupun secara umum maka dilakukan uji deskriptif data.<sup>41</sup>

### Uji Instrumen

#### a. Uji Validitas

Dalam penelitian ini untuk melakukan uji validitas menggunakan bantuan *software* spss dan uji validitas dapat diketahui dengan *pearson*

---

<sup>38</sup> Mutia Arda and Dewi Andriany, "Analisis Faktor Stimuli Pemasaran Dalam Keputusan Pembelian Online Produk Fashion Pada Generasi Z," *Festival Riset Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi* 6681, no. 2 (2019): 433–40.

<sup>39</sup> Lia Octaria Pasaribu and Citra Kusuma Dewi, "Pengaruh Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impluse Buying Pada Toko Online : Studi Pada Toko Online Zalora," *Bina Ekonomi* 19, no. 2 (August 28, 2015): 159,.

<sup>40</sup> Eko Hertanto, "Perbedaan\_Skala\_Likert\_Lima\_Skala\_Dengan," *Metodologi Penelitian*, 2., no. September (2017): 2–3.

<sup>41</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, ed. Sutopo, 2nd ed. (Alfabeta, CV, 2019), 206.

*product moment*. Kriteria yang digunakan dalam uji validitas adalah apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dapat diartikan bahwa item pernyataan yang diajukan kepada responden dinyatakan valid dan apabila  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka item pernyataan kuesioner yang diajukan kepada responden dapat diartikan tidak valid.<sup>42</sup>

b. Uji Reliabilitas

Dalam penelitian ini untuk melakukan uji reliabilitas menggunakan bantuan *software* spss dan uji reliabilitas dapat diketahui dengan *cronbach alpha*. Kriteria yang digunakan dalam uji reliabilitas adalah apabila nilai *cronbach alpha*  $> 0,60$  maka instrumen dapat dikatakan reliabel dan apabila nilai *cronbach alpha*  $< 0,60$  maka instrument dapat dikatakan tidak reliable.<sup>43</sup>

### Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Dalam penelitian ini uji normalitas dapat diketahui dengan dua cara, yaitu memperhatikan penyebaran dari data yang ada pada garis diagonal yang terdapat pada grafik *normal P-P plot of regression* dan uji *one sample Kolmogorov Smirnov*.<sup>44</sup>

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dapat diketahui melalui nilai *Tolerance* dan *VIF* dengan kriteria sebagai berikut:<sup>45</sup>

- 1) Apabila nilai *tolerance*  $> 0,1$  dan nilai *VIF*  $< 10$  dapat diartikan bahwa tidak terjadi adanya multikolinearitas pada model regresi.
- 2) Apabila nilai *tolerance*  $< 0,1$  dan nilai *VIF*  $> 10$  dapat diartikan bahwa terjadi adanya multikolinearitas pada model regresi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Berbagai uji heteroskedastisitas dapat diketahui dengan dua cara, yaitu dengan metode uji *glejser* dan melihat pola titik yang terdapat pada *scatterplot*.<sup>46</sup>

### Uji Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda digunakan disaat mempunyai dua atau lebih variabel bebas dan satu variabel terikat<sup>47</sup>. Dalam analisis dengan regresi linier berganda, dengan menggunakan *software* SPSS 25 dapat membantu dalam pengolahannya. Dengan menggunakan rumus analisis regresi linier berganda berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \epsilon$$

---

<sup>42</sup> Romie Priyastama, *Buku Sakti Kuasai SPSS : Pengolahan Data & Analisis Data*, ed. Tari, 1st ed. (Yogyakarta: START UP, 2017).

<sup>43</sup> Priyastama.

<sup>44</sup> Priyastama, 117.

<sup>45</sup> Priyastama, 122.

<sup>46</sup> Priyastama, 125.

<sup>47</sup> James O. Aldrich and James B. Cunningham, *Using IBM® SPSS® Statistics: An Interactive Hands-On Approach*, 2nd ed. (California: SAGE Publications, Inc, 2015), 250.

Diketahui :

Y = Minat Berinvestasi Generasi Z

$\alpha$  = Konstanta

X1 = Media sosial

X2 = Literasi keuangan

X3 = Risiko

X4 = Imbal hasil

X5 = Religiusitas

B = Koefisien regresi

$\varepsilon$  = Standar Error

### Uji Hipotesis

#### a. Uji F

Dalam uji F atau uji koefisien regresi memakai nilai signifikansi 0,05<sup>48</sup>. Pada pengambilan keputusan uji F, diketahui dengan H<sub>0</sub> (tidak memenuhi kelayakan) dan H<sub>a</sub> (memenuhi kelayakan), dengan kriteria yang dipakai adalah jika F hitung > F *table* maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima, begitu juga dengan sebaliknya apabila F hitung < F *table* maka H<sub>0</sub> diterima dan H<sub>a</sub> ditolak. Kriteria lainnya bisa dilihat dengan hasil apabila p < 0,05, maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima, begitu juga dengan sebaliknya, apabila p > 0,05, maka H<sub>0</sub> diterima dan H<sub>a</sub> ditolak.<sup>49</sup>

#### b. Uji T

Pengujian dari Uji T atau uji koefisien regresi secara parsial menggunakan nilai signifikansi sebesar 0,05 dan menggunakan uji dua sisi<sup>50</sup>. Kriteria yang digunakan pada uji T, yaitu apabila t hitung < t *table* maka H<sub>0</sub> diterima, begitu juga dengan sebaliknya apabila t hitung > t *table*, maka H<sub>a</sub> diterima. Kriteria lain yang dapat dilihat untuk mengetahui uji T adalah apabila p < 0,05 maka H<sub>0</sub> ditolak, begitu juga dengan sebaliknya apabila p > 0,05 maka H<sub>0</sub> diterima.<sup>51</sup>

#### c. Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Uji Koefisien Determinasi dilakukan dengan tujuan mengetahui dan mengukur kemampuan dari variabel dependen. Nilai dari koefisien determinasi berada diantara angka nol dan satu. Apabila nilai koefisien determinasi berada di dekat angka satu, maka variabel bebas (independen) berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (dependen). Tetapi apabila nilai koefisien determinasi sama dengan nol, artinya variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.<sup>52</sup>

---

<sup>48</sup> Duwi Priyatno, *SPSS: Panduan Mudah Olah Data Bagi Mahasiswa Dan Umum*, ed. Giovanni (Yogyakarta: ANDI, 2018), 119.

<sup>49</sup> I Made Laut Mertha Jaya, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif: Teori, Penerapan, Dan Riset Nyata*, ed. Fira Husaini (Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia, 2020), 100.

<sup>50</sup> Priyatno, *SPSS : Panduan Mudah Olah Data Bagi Mahasiswa Dan Umum*, 121.

<sup>51</sup> Jaya, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif: Teori, Penerapan, Dan Riset Nyata*, 101.

<sup>52</sup> Jaya, 101.

## Hasil Dan Pembahasan

### Deskripsi Data Penelitian

#### 1. Analisis Data Deskriptif Variabel Minat Investasi (Y)

Nilai rata-rata terendah terdapat pada Y.5 yang terdapat pada indikator “memiliki kemauan meluangkan waktu mempelajari investasi” berbunyi “tokoh investasi sukses (Seperti : Warren Buffet) memotivasi saya untuk lebih semangat dalam melaksanakan kegiatan investasi)” dengan mayoritas jawaban terdapat pada skor atau setuju sebanyak 44,5% dan Y.6 yang terdapat pada indikator “mencoba berinvestasi” berbunyi “modal minimal dalam pembelian produk sukuk (Rp 1.000.000) cukup terjangkau sehingga saya ingin mencoba berinvestasi” dengan nilai rata-rata 3,27 dengan mayoritas jawaban responden menjawab sangat setuju atau pada skor 4 sebanyak 43,6%. Nilai rata-rata yang tertinggi terdapat pada butir pertanyaan terdapat pada pernyataan Y.1 yang terdapat pada indikator “memiliki keinginan mencari tahu jenis investasi” berbunyi “Sebelum saya memulai investasi saya mencari informasi tentang langkah-langkah dalam memulai investasi pada produk sukuk dari berbagai media” dengan nilai rata-rata 3,66 dan mayoritas jawaban dari responden menyatakan sangat setuju atau pada skor 4 sebanyak 68,2%. Hal tersebut menjelaskan bahwa generasi Z di Jakarta sangat setuju bahwa sebelum memulai berinvestasi mereka mencari informasi terlebih dahulu tentang langkah-langkah memulai investasi di berbagai media.

#### 2. Analisis Data Deskriptif Variabel Media Sosial (X1)

Nilai rata-rata terendah dengan nilai 2,98 terdapat pada pernyataan X1.8 yang terdapat pada indikator “jenis media sosial” berbunyi “saya mau menggunakan media sosial facebook untuk mencari informasi dan edukasi tentang produk investasi sukuk” dengan mayoritas jawaban terdapat pada skor 4 atau sangat setuju sebanyak 38,2%. Nilai rata-rata tertinggi terdapat pada butir pernyataan X1.1 yang terdapat pada indikator “intensitas penggunaan” berbunyi “Saya menggunakan media sosial dalam keseharian saya untuk mencari suatu informasi yang ingin saya ketahui” dengan nilai rata-rata 3,73 dan mayoritas jawaban dari responden menyatakan sangat setuju atau pada skor 4 sebanyak 75,5%. Hal tersebut menjelaskan bahwa generasi Z di Jakarta sangat setuju bahwa mereka menggunakan media sosial dalam keseharian untuk mencari suatu informasi yang ingin diketahui.

#### 3. Analisis Data Deskriptif Variabel Literasi Keuangan (X2)

Nilai rata-rata terendah dengan nilai 3,54 terdapat pada pernyataan X2.10 yang terdapat pada indikator “memahami waktu pembelian investasi” berbunyi “saya ingin membeli produk sukuk apabila memberikan kupon imbal hasil yang besar” dengan mayoritas jawaban terdapat pada skor 4 atau sangat setuju sebanyak 60,9%. Nilai rata-rata tertinggi terdapat pada butir pernyataan X2.1 yang terdapat pada indikator “memahami pengetahuan dasar tentang keuangan” berbunyi “pengetahuan dasar tentang keuangan sangat penting untuk saya pahami” dengan nilai rata-rata

3,74 dan mayoritas jawaban dari responden menyatakan sangat setuju atau pada skor 4 sebanyak 75,5%. Hal tersebut menjelaskan bahwa generasi Z di Jakarta sangat setuju bahwa pengetahuan dasar tentang keuangan sangat penting untuk dipahami.

4. Analisis Data Deskriptif Variabel Risiko (X3)

Nilai rata-rata terendah dengan nilai 3,45 terdapat pada pernyataan X3.4 yang terdapat pada indikator “risiko tingkat imbalan” berbunyi “apabila terjadi risiko likuiditas pada produk investasi yang saya miliki, menjadi pertimbangan bagi saya untuk pembelian prosuk sukuk yang sama untuk pembelian selanjutnya” dengan mayoritas jawaban terdapat pada skor 3 atau sangat setuju sebanyak 51,8%. Nilai rata-rata tertinggi terdapat pada butir pernyataan X3.1 yang terdapat pada indikator “risiko gagal bayar” berbunyi “penting bagi saya untuk mengetahui risiko yang akan saya hadapi pada saat ingin membeli suatu produk sukuk terutama pada risiko gagal bayar (keadaan dimana investor tidak mendapat pembayaran pendapatan pada produk investasi yang dibeli pada saat jatuh tempo baik dalam bentuk imbalan ataupun nilai pokok) pada suatu produk sukuk yang ingin saya miliki” dengan nilai rata-rata 3,60 dan mayoritas jawaban dari responden menyatakan sangat setuju atau pada skor 4 sebanyak 61,8%. Hal tersebut menjelaskan bahwa generasi Z di Jakarta sangat setuju bahwa penting untuk mengetahui risiko yang akan dihadapi terutama risiko gagal bayar pada produk sukuk yang ingin dimiliki.

5. Analisis Data deskriptif Variabel Imbal Hasil (X4)

Nilai rata-rata terendah dengan nilai 3,39 terdapat pada pernyataan X4.2 yang terdapat pada indikator “memahami sukuk menguntungkan” berbunyi “saya merasa aman berinvestasi sukuk, dikarenakan pada saat jatuh tempo biaya pokok dan pembayaran pendapatan (bagi hasil/fee/margin” dengan mayoritas jawaban terdapat pada skor 3 atau setuju sebanyak 50,9%. Nilai rata-rata tertinggi terdapat pada butir pernyataan X4.3 yang terdapat pada indikator “memahami imbal hasil dijamin kehalalannya” berbunyi “saya yakin imbal hasil (*return*) yang di dapatkan dari investasi sukuk terjamin halal” dengan nilai rata-rata 3,56 dan mayoritas jawaban dari responden menyatakan sangat setuju atau pada skor 4 sebanyak 57,3%. Hal tersebut menjelaskan bahwa generasi Z di Jakarta sangat setuju bahwa imbal hasil yang sukuk dalam investasi sukuk terjamin kehalalannya.

6. Analisis Data Deskriptif Variabel Religiusitas (X5)

Nilai rata-rata terendah dengan nilai 3,48 terdapat pada pernyataan X5.4 yang terdapat pada indikator “meyakini seorang muslim memilih investasi sesuai prinsip Islam.” berbunyi “sebagai seorang muslim, saya menghindari produk keuangan termasuk dalam transaksi berinvestasi yang mengandung riba (bunga)” dengan mayoritas jawaban terdapat pada skor 4 atau setuju sebanyak 54,5%. Nilai rata-rata tertinggi terdapat pada butir pernyataan X5.1 yang terdapat pada indikator “memahami sukuk sesuai prinsip-prinsip syariah” berbunyi “saya akan memilih dan/atau telah

memilih produk investasi sukuk dikarenakan produk sukuk merupakan instrumen investasi yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah” dengan nilai rata-rata 3,61 dan mayoritas jawaban dari responden menyatakan sangat setuju atau pada skor 4 sebanyak 63,6%. Hal tersebut menjelaskan bahwa generasi Z di Jakarta sangat setuju bahwa mereka memilih produk investasi sukuk dikarenakan produk sukuk merupakan instrumen investasi yang sesuai dengan prinsip-prinsip Syariah.

## **Uji Hipotesis dan Analisis**

### **Uji Validitas**

Dalam penelitian ini telah dilakukan uji validitas dan seluruh instrumen yang terdapat pada masing-masing variabel dinyatakan valid. Dikarenakan nilai  $r$  hitung yang didapatkan lebih besar dari nilai  $r$  tabel.

### **Uji Reliabilitas**

Dapat diketahui bahwa masing-masing variabel, yaitu minat investasi (Y), media sosial (X1), literasi keuangan (X2), risiko (X3), imbal hasil (X4), dan religiusitas (X5) memiliki nilai *cronbach alpha* > 0,60. Dapat disimpulkan dari hasil uji reliabilitas yang dilakukan pada setiap variabel dinyatakan reliabel.

### **Uji Asumsi Klasik**

#### **Uji Normalitas**

Nilai signifikan yang didapatkan melalui uji *komogorov-smirnov* sebesar 0,200 ( $p$ ) > 0,05 maka data yang digunakan terdistribusi dengan normal dan dapat disimpulkan data yang didapatkan sesuai dengan syarat uji asumsi normalitas.

#### **Uji Multikolinearitas**

Dalam penelitian ini, masing-masing variabel independen memiliki nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF yang lebih kecil dari 10, dapat diartikan bahwa tidak terjadi multikolinearitas pada model regresi.

#### **Uji Heteroskedastisitas**

Dalam pengujian heteroskedastisitas menggunakan uji *glejser*, dapat diketahui nilai signifikansi pada masing-masing variabel independen menunjukkan > 0,05. Dapat dikatakan pada penelitian ini tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

**Uji Regresi Linier Berganda**

*Table 1. Hasil Uji Regresi Linier Berganda*

Coefficients <sup>a</sup>		
Model	Unstandardized Coefficients	
ANOVA <sup>a</sup>		
Model	F	Sig.
Regression	20,014	,000 <sup>b</sup>
Literasi Keuangan (X2)		0,129
Risiko (X3)		0,182
Imbal Hasil (X4)		0,017
Religiusitas (X5)		0,340

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS versi 25 (2021)

$$Y = 4,645 + 0,144X1 + 0,129X2 + 0,182X3 + 0,017X4 + 0,340X5 \varepsilon$$

1. Konstanta sebesar 4,645. Dapat diketahui bahwa, bila tidak terdapat media sosial, literasi keuangan, risiko, imbal hasil, dan religiusitas maka nilai minat berinvestasi sebesar 4,645.
2. Koefisien regresi pada variabel media sosial sebesar 0,144 dan bertanda positif. Dapat diartikan bahwa setiap perubahan satu (1) satuan tingkat media sosial akan meningkatkan minat berinvestasi sebesar 0,144.
3. Koefisien regresi pada variabel literasi keuangan sebesar 0,129 dan bertanda positif. Dapat diartikan bahwa setiap perubahan satu (1) satuan tingkat literasi keuangan akan meningkatkan minat berinvestasi sebesar 0,129.
4. Koefisien regresi pada variabel risiko sebesar 0,182 dan bertanda positif. Dapat diartikan bahwa setiap perubahan satu (1) satuan tingkat risiko akan meningkatkan minat berinvestasi sebesar 0,182.
5. Koefisien regresi pada variabel imbal hasil sebesar 0,017 dan bertanda positif. Dapat diartikan bahwa setiap perubahan (1) satuan tingkat imbal hasil akan meningkatkan minat berinvestasi sebesar 0,017.
6. Koefisien regresi pada variabel religiusitas sebesar 0,340 dan bertanda positif. Dapat diartikan bahwa setiap penambahan tingkat religiusitas akan meningkatkan minat berinvestasi sebesar 0,340.

**Uji Hipotesis**

**Uji F**

**Tabel 2. Hasil Uji F**

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS Versi 25 (2021)

Dapat diartikan bahwa pengambilan keputusan pada uji F adalah variabel media sosial (x1), literasi keuangan (X2), risiko (X3), imbal hasil (X4), dan religiusitas (X5) berpengaruh secara bersamaan atau simultan dan signifikan terhadap minat berinvestasi (Y).



## Uji T

Tabel 3. Hasil Uji T

Coefficients <sup>a</sup>		
Model	t	Sig.
Media Sosial (X1)	3,535	0,001
Literasi Keuangan (X2)	1,801	0,075
Risiko (X3)	2,001	0,048
Imbal Hasil (X3)	0,111	0,912
Religiusitas (X5)	2,515	0,013

Sumber : Data diolah menggunakan spss versi 25 (2021)

Berdasarkan tabel di atas, hasil dari analisis uji t adalah sebagai berikut :

1. Dapat dilihat bahwa  $0,001 < 0,05$  dan  $3,535 > 1,982$ . Dapat diartikan variabel media sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berinvestasi generasi z secara parsial.
2. Dapat dilihat bahwa  $0,075 > 0,05$  dan  $1,801 < 1,982$ . Dapat diartikan variabel literasi keuangan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berinvestasi generasi z secara parsial.
3. Dapat dilihat bahwa  $0,048 < 0,05$  dan  $2,001 > 1,982$ . Dapat diartikan variabel risiko memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berinvestasi generasi z secara parsial.
4. Dapat dilihat bahwa  $0,912 > 0,05$  dan  $0,111 < 1,982$ . Dapat diartikan variabel imbal hasil tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berinvestasi generasi z secara parsial.
5. Dapat dilihat bahwa  $0,013 > 0,05$  dan  $2,515 > 1,982$ . Dapat diartikan variabel religiusitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berinvestasi generasi z secara parsial.

Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)Table 4. Hasil Uji Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>)

Model Summary <sup>b</sup>	
Model	Adjusted R Square
1	,466

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS versi 25 (2021)

Dapat dilihat dari tabel di atas, nilai *R square* adalah 0,466 . Hal tersebut dapat diartikan bahwa variabel-variabel independen ,yaitu media sosial (X1), literasi keuangan (X2), risiko (X3), imbal hasil (X4), dan religiusitas (X5) dapat menjelaskan minat berinvestasi (Y) sebesar 0,466 atau 46,6%. Sementara nilai sisa ( $100\% - 46,6\% = 53,4\%$ ), dapat diartikan sebesar 53,4% variabel minat berinvestasi (Y) dipengaruhi oleh variabel yang terdapat diluar penelitian ini.

## Pembahasan

1. Pengaruh Media Sosial (X1) Terhadap Minat Berinvestasi Generasi Z di Jakarta Pada Sukuk

Dapat dilihat  $0,001 < 0,05$  dan  $3,535 > 1,982$ . Dapat diartikan bahwa variabel media sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berinvestasi generasi z secara parsial. Hal ini sesuai dengan pernyataan dimana peran media sosial pada zaman sekarang semakin berkembang, banyak produsen atau pemilik produk yang memasarkan produknya di media sosial dengan teknik pemasaran yang unik dan menarik dengan cara memikat hati target konsumennya. Tentunya suatu produk perlu untuk dikenali oleh banyak orang agar menjangkau target dari yang ingin dicapai.<sup>53</sup> Terlebih lagi generasi z merupakan generasi yang efektif pada era digital, karena mereka lahir pada saat teknologi telah maju dan berkembang. Hal yang membedakan generasi z dan generasi lainnya adalah cara pandang mereka dalam menggunakan teknologi dan mendapatkan informasi. Generasi Z juga cenderung memanfaatkan teknologi dalam segala aspek kehidupan sesuai dengan lingkungan yang ada disekitarnya, termasuk dalam penggunaan media social.<sup>54</sup> Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh<sup>55</sup>. Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh<sup>56</sup>.

2. Pengaruh Literasi Keuangan (X2) Terhadap Minat Berinvestasi Generasi Z di Jakarta Pada Sukuk

Dapat dilihat  $0,075 > 0,05$  dan  $1,801 < 1,982$ . Dapat diartikan bahwa variabel literasi keuangan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berinvestasi generasi z secara parsial. Dalam penelitian ini literasi keuangan dinyatakan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berinvestasi generasi Z di Jakarta pada sukuk tetapi memiliki hubungan yang positif, dapat diartikan bahwa semakin baik literasi keuangan yang terdapat pada generasi Z di Jakarta maka akan meningkatkan minat berinvestasi. Hasil dari penelitian ini mengenai variabel literasi keuangan dapat berhubungan dengan keadaan dimana masih rendahnya tingkat literasi keuangan pada generasi muda<sup>57</sup>. Dibuktikan dengan data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan pada kisaran umur 15-17 tahun sebesar 2,46% dan 18-25 tahun sebesar 13,53%, kategori tersebut masih tergolong paling rendah dari kelompok umur lainnya.<sup>58</sup> Hasil penelitian ini tidak

---

<sup>53</sup> Citra Sugianto Putri, "Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cherie Melalui Minat Beli," *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis* 1, no. 5 (2016): 594.

<sup>54</sup> Madden, *Hello Gen Z: Engaging the Generation of Post-Millennials (Revised Edition)*, 2.

<sup>55</sup> Kardoyo and Isticharoh, "Minat Investasi Diprediksi Dari Motivasi Diri, Pengetahuan Investasi, Dan Teknologi Media Sosial," *Economic Education Analysis Journal* 9, no. 3 (November 6, 2020): 892–906.

<sup>56</sup> Riccellia Junifa, "Analisis Pengaruh Pemahaman Tentang Teori Investasi, Sosialisasi Pasar Modal Syariah, Media Sosial, Dan Pengetahuan Umum Terhadap Minat Dalam Berinvestasi Saham Syariah" (Universitas Andalas, 2019).

<sup>57</sup> Ade Maya Saraswati and Arif Widodo Nugroho, "Perencanaan Keuangan Dan Pengelolaan Keuangan Generasi Z Di Masa Pandemi COVID-19 Melalui Penguatan Literasi Keuangan" 24, no. 2 (2021): 309–18.

<sup>58</sup> Otoritas Jasa Keuangan, "Survei Nasional Literasi Dan Inklusi Keuangan 2019," [ojk.go.id](http://ojk.go.id), 2019.

sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh <sup>59</sup>. Penelitian ini juga tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh <sup>60</sup> yang menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh <sup>61</sup> yang menyatakan bahwa dalam penelitiannya pada variabel literasi keuangan memiliki pengaruh yang positif tetapi tidak signifikan.

### 3. Pengaruh Risiko (X3) Terhadap Minat Berinvestasi Generasi Z di Jakarta Pada Sukuk

Dapat dilihat  $0,048 > 0,05$  dan  $2,001 > 1,982$ . Dapat diartikan bahwa variabel risiko memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berinvestasi generasi z secara parsial. Dalam penelitian ini risiko memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi generasi Z di Jakarta pada sukuk. Setiap kegiatan investasi pastinya tidak bisa dipisahkan dari adanya risiko, besar kecil dari risiko dalam kegiatan investasi mempengaruhi minat generasi z di Jakarta dalam berinvestasi sukuk. Begitu juga dengan kedua hubungan positif yang dimiliki oleh risiko dan *return*, yaitu apabila risiko tinggi maka *return* yang didapatkan juga tinggi tetapi apabila risiko rendah maka hasil dari *return* yang akan kita dapatkan juga akan rendah <sup>62</sup>. Risiko yang terdapat pada sukuk seperti risiko gagal bayar, risiko likuiditas, dan risiko imbal hasil <sup>63</sup>. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh <sup>64</sup> yang menyatakan bahwa faktor risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat generasi milenial dalam berinvestasi sukuk secara parsial. Begitu juga dengan, penelitian yang dilakukan oleh <sup>65</sup> yang menyatakan bahwa persepsi atas risiko berpengaruh positif signifikan terhadap minat mahasiswa berinvestasi di pasar modal. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh <sup>66</sup> yang menyatakan dalam penelitiannya bahwa faktor risiko secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat dalam berinvestasi sukuk.

### 4. Pengaruh Imbal Hasil (X4) Terhadap Minat berinvestasi Generasi Z di Jakarta Pada Sukuk

---

<sup>59</sup> Faridhatun Faidah, "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Faktor Demografi Terhadap Minat Investasi Mahasiswa," *JABE (Journal of Applied Business and Economic)* 5, no. 3 (2019): 251.

<sup>60</sup> Tri Pangestika and Ellen Rusliati, "Literasi Dan Efikasi Keuangan Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi Di Pasar Modal," *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen* 12, no. 1 (2019): 37.

<sup>61</sup> Shulhan Fariqi, "Pengaruh Motivasi Diri Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Investasi Di Mediasi Oleh Perkembangan Teknologi" (Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, 2020).

<sup>62</sup> Adnantara, Dewi, and Asana, "Modal Investasi Awal Dan Persepsi Risiko Dalam Keputusan Berinvestasi."

<sup>63</sup> Pribadi, "Preferens Generasi Milenial Untuk Berinvestasi Sukuk."

<sup>64</sup> Pribadi.

<sup>65</sup> Adnantara, Dewi, and Asana, "Modal Investasi Awal Dan Persepsi Risiko Dalam Keputusan Berinvestasi."

<sup>66</sup> Nita Andriyani Budiman, "Analisis Minat Masyarakat Dalam Berinvestasi Sukuk," *Al-Urban: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Filantropi Islam* 2, no. 2 (2018): 146–54.

Dapat dilihat  $0,912 > 0,005$  dan  $0,111 < 1,982$ . Dapat diartikan bahwa variabel imbal hasil tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berinvestasi generasi z secara parsial. Imbal hasil atau *return* berpengaruh positif tetapi tidak berpengaruh secara signifikan. Dapat diartikan bahwa, dengan adanya hubungan regresi yang positif maka seiring dengan penambahan imbal hasil maka akan meningkatkan minat berinvestasi generasi Z di Jakarta pada sukuk. Tetapi imbal hasil tidak berpengaruh signifikan pada minat berinvestasi generasi z di Jakarta pada sukuk. Pada hal ini dapat dilihat bahwa generasi Z di Jakarta dalam memulai investasi mengutamakan untuk memperhatikan dan mempertimbangkan risiko yang ada dibandingkan *return* atau imbal hasil yang akan di dapatkan karena terdapat hubungan positif pada keduanya. Imbal hasil merupakan pengembalian dana yang didapatkan dan sesuai dengan akad yang telah disepakati di awal pembelian, seperti produk sukuk yang dimiliki menggunakan akad *mudharabah* atau *musyarakah* maka imbal hasil yang akan didapatkan berupa bagi hasil atau *profit sharing*. Begitu juga dengan sukuk yang menggunakan akad *ijarah* maka imbal hasil yang didapatkan berupa *margin/fee*. Apabila menggunakan akad *murabahah*, *istishna*, ataupun *salam* dengan bentuk jual beli, maka imbal hasil yang didapatkan berupa *fixed return* kepada investor<sup>67</sup>. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh<sup>68</sup> yang menyatakan dalam penelitiannya bahwa *return* berpengaruh terhadap minat berinvestasi mahasiswa. Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh<sup>69</sup> yang menyatakan dalam hasil penelitiannya pada variabel *return* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berinvestasi mahasiswa di galeri Investasi Institute Agama Islam Ponorogo.

5. Pengaruh Religiusitas (X5) Terhadap Minat Berinvestasi Generasi Z di Jakarta Pada Sukuk

Dapat dilihat  $0,013 < 0,05$  dan  $2,515 > 1,982$ . Dapat diartikan bahwa variabel religiusitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berinvestasi generasi z secara parsial. Dalam penelitian ini menyatakan bahwa faktor religiusitas berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi generasi di Jakarta pada sukuk. Dapat diartikan bahwa jika religiusitas dalam diri seseorang apabila bertambah maka akan meningkatkan minat berinvestasi pada sukuk. Hal ini sejalan dengan pernyataan, yaitu religiusitas yang terdapat dalam diri seseorang menuntun dirinya dalam melakukan aktivitas sehari-hari salah satunya komitmen dalam diri setiap individu. Komitmen terhadap agama adalah salah satunya, komitmen beragama dapat diartikan sebagai *taqwa*, *taqwa* dalam konteks agama Islam adalah hubungan antara manusia dan Tuhan-Nya

---

<sup>67</sup> Purnamawati, "Perbandingan Sukuk Dan Obligasi (Telaah Dari Perspektif Keuangan Dan Akuntansi)."

<sup>68</sup> Timothius Tandio and A. A. G. P. Widanaputra, "Pengaruh Pelatihan Pasar Modal, Return, Persepsi Risiko, Gender, Dan Kemajuan Teknologi Pada Minat Investasi Mahasiswa," *E-Jurnal Akuntansi*, 2016.

<sup>69</sup> Husna Fitri Amalia, "Pengaruh Return Dan Risiko Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Di Galeri Investasi Institut Agama Islam Negeri Ponorogo" (INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO, 2019).

(Triuspitorini, 2019). Perilaku keagamaan atau nilai dari religiusitas tidak hanya diwujudkan dari ibadah wajib seseorang saja tetapi juga bagaimana individu tersebut menjalankan aktivitas atau kegiatannya dalam kehidupan sehari-hari <sup>70</sup>. Hasil yang terdapat pada penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh <sup>71</sup> yang menyatakan bahwa religiusitas berpengaruh signifikan terhadap minat berinvestasi di pasar modal Syariah dengan populasi yang digunakan adalah anggota komunitas investor saham pemula domisili Jakarta. Tetapi penelitian tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh <sup>72</sup>, yang menyatakan bahwa religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih layanan keuangan syariah.

### Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dan analisis hasil penelitian yang telah diuraikan media sosial (X1) secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berinvestasi generasi Z di Jakarta pada produk investasi sukuk, literasi keuangan (X2) secara parsial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berinvestasi generasi Z di Jakarta pada produk investasi sukuk, risiko (X3) secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berinvestasi generasi z di Jakarta pada produk investasi sukuk, imbal hasil (X4) secara parsial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berinvestasi generasi Z di Jakarta pada produk investasi sukuk, dan religiusitas (X5) secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berinvestasi generasi Z di Jakarta pada produk investasi sukuk. Begitu juga dengan hasil dari uji f yang menyatakan bahwa media sosial (X1), literasi Keuangan (X2), risiko (X3), imbal hasil (X4), dan religiusitas (X5) secara simultan atau bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berinvestasi generasi Z di Jakarta pada sukuk. Pada penelitian ini dari hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) menghasilkan nilai sebesar 46,6 % dan memiliki nilai sisa sebesar 53,4 %, Dapat disimpulkan bahwa variabel independen dalam penelitian ini dapat menjelaskan variabel dependennya sebesar 46,6% dan nilai sisa yang dihasilkan dapat diartikan bahwa terdapat faktor-faktor lain yang mempengaruhi minat berinvestasi sukuk generasi z di Jakarta diluar penelitian ini.

---

<sup>70</sup> Dedi Iskanto and Yulihardi, "Analisis Peranan Religiusitas Terhadap Kepercayaan Kepada Perbankan Syariah," *Magdis, Jurnal Kajian Ekonomi Islam* - 02, no. Juli-Desember 2017 (2017): 206–14.

<sup>71</sup> Firdariani Nabilah and Hartutik, "Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Dan Motivasi Investasi Terhadap Minat Berinvestasi Pasar Modal Syariah Pada Komunitas Investor Saham Pemula" 1, no. 1 (2020): 55–67.

<sup>72</sup> Agus Wijanarko and Lucky Rachmawati, "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Islamic Branding Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Layanan Keuangan Syariah," *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam* 3, no. 1 (2020): 104–16.

## Daftar Pustaka

- Adnantara, Komang Fridagustina, Ni Nyoman Sri Rahayu Trisna Dewi, and Gde Herry Sugiarto Asana. "Modal Investasi Awal Dan Persepsi Risiko Dalam Keputusan Berinvestasi." *Jurnal Ilmiah Akuntansi* 2, no. 2 (2018): 173–90.
- Aldrich, James O., and James B. Cunningham. *Using IBM® SPSS® Statistics: An Interactive Hands-On Approach*. 2nd ed. California: SAGE Publications, Inc, 2015.
- Alfaruk, Muhammad Hasym. "Pengaruh Pemanfaatan Sosial Media, Motivasi Dan Pengetahuan Terhadap Minat Berwirausahaan Pada Mahasiswa Ekonomi Di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo." *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan* 4, no. 2 (March 18, 2017): 164–72.
- Amalia, Husna Fitri. "Pengaruh Return Dan Risiko Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Di Galeri Investasi Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2019.
- Arda, Mutia, and Dewi Andriany. "Analisis Faktor Stimuli Pemasaran Dalam Keputusan Pembelian Online Produk Fashion Pada Generasi Z." *Festival Riset Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi* 6681, no. 2 (2019): 433–40.
- Aristantia, Selvia Eka. "Pesona Sukuk Ritel Seri 13 (SR013) Sebagai Alternatif Investasi Di Masa Pandemi Covid-19." *El-Qist : Journal of Islamic Economics and Business (JIEB)* 10, no. 2 (2020): 133–45.
- Budiman, Nita Andriyani. "Analisis Minat Masyarakat Dalam Berinvestasi Sukuk." *Al-Urban: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Filantropi Islam* 2, no. 2 (2018): 146–54. <https://doi.org/10.22236/alurban>.
- Bursa Efek Indonesia. "Produk Syariah." [idx.co.id](http://idx.co.id), 2018.
- Cahyono, Anang Sugeng. "Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia." *Jurnal Ilmu Sosial & Ilmu Politik Diterbitkan Oleh Fakultas Ilmu Sosial & Politik, Universitas Tulungagung* 9, no. 1 (2016): 140–57. <http://www.jurnal-unita.org/index.php/publiciana/article/download/79/73>.
- Darmawan, Akhmad, Kesih Kurnia, and Sri Rejeki. "Pengetahuan Investasi, Motivasi Investasi, Literasi Keuangan Dan Lingkungan Keluarga Pengaruhnya Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal." *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan* 8, no. 2 (2019): 44–56.
- Fadzlurrahman, Fadzlurrahman, and Lastuti Abubakar. "Peralokasian Risiko Dalam Pembiayaan Proyek Berbasis Sukuk Guna Mewujudkan Kemudahan Berusaha." *Jurnal Jurisprudence* 9, no. 2 (2019): 133–48.
- Faidah, Faridhatun. "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Faktor Demografi Terhadap Minat Investasi Mahasiswa." *JABE (Journal of Applied Business and Economic)* 5, no. 3 (2019): 251. <https://doi.org/10.30998/jabe.v5i3.3484>.
- Fariqi, Shulhan. "Pengaruh Motivasi Diri Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Investasi Di Mediasi Oleh Perkembangan Teknologi." Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, 2020.
- Fitri, Sulidar. "Dampak Positif Dan Negatif Sosial Media Terhadap Perubahan Sosial Anak." *NATURALISTIC : Jurnal Kajian Penelitian Pendidikan Dan Pembelajaran* 1, no. 2 (April 17, 2017): 118–23.
- Hastini, Lasti Yossi, Rahmi Fahmi, and Hendra Lukito. "Apakah Pembelajaran Menggunakan Teknologi Dapat Meningkatkan Literasi Manusia Pada Generasi Z Di Indonesia?" *Jurnal Manajemen Informatika (JAMIKA)* 10, no. 1 (2020): 12–28. <https://doi.org/10.34010/jamika.v10i1.2678>.

- Hasudungan, Anju Nofarof, and Yusuf Kurniawan. "Meningkatkan Kesadaran Generasi Emas Indonesia Dalam Menghadapi Era Revolusi Industri 4.0 Melalui Inovasi Digital Platform Www.Indonesia2045.Org Anju Nofarof Hasudungan." In *Prosiding Seminar Nasional Multidisiplin*, 1:51–58, 2018. <http://ejournal.unwaha.ac.id/index.php/snami/article/view/263>.
- Hertanto, Eko. "Perbedaan\_Skala\_Likert\_Lima\_Skala\_Dengan." *Metodologi Penelitian*, 2., no. September (2017): 2–3. <https://www.academia.edu>.
- Iskamto, Dedi, and Yulihardi. "Analisis Peranan Religiusitas Terhadap Kepercayaan Kepada Perbankan Syariah." *Magdis, Jurnal Kajian Ekonomi Islam - 02*, no. Juli-Desember 2017 (2017): 206–14.
- Jati, Wasisto Raharjo. "Bonus Demografi Sebagai Mesin Pertumbuhan Ekonomi : Jendela Peluang Atau Jendela Bencana Di Indonesia ?" *Populasi* 26, no. 1 (2015): 1–19. <https://jurnal.ugm.ac.id/populasi/article/view/8559>.
- Jaya, I Made Laut Mertha. *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif: Teori, Penerapan, Dan Riset Nyata*. Edited by Fira Husaini. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia, 2020.
- Junifa, Riccellia. "Analisis Pengaruh Pemahaman Tentang Teori Investasi, Sosialisasi Pasar Modal Syariah, Media Sosial, Dan Pengetahuan Umum Terhadap Minat Dalam Berinvestasi Saham Syariah." Universitas Andalas, 2019.
- Kardoyo, and Isticharoh. "Minat Investasi Diprediksi Dari Motivasi Diri, Pengetahuan Investasi, Dan Teknologi Media Sosial." *Economic Education Analysis Journal* 9, no. 3 (November 6, 2020): 892–906.
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia, and Djppr. "Sukuk Ritel Seri SR014." *Kemenkeu.Go.Id*, 2021. <https://www.kemenkeu.go.id/sukukritel>.
- Madden, Claire. *Hello Gen Z: Engaging the Generation of Post-Millennials (Revised Edition)*. 1st ed. Sydney: Hello Clarity, 2017.
- Manan, Abdul. *Aspek Hukum Dalam Penyelenggaraan Investasi Di Pasar Modal Syariah*. Edited by Endang Wahyudin. 1st ed. Jakarta: Kencana, 2017.
- Nabilah, Firdariani, and Hartutik. "Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Dan Motivasi Investasi Terhadap Minat Berinvestasi Pasar Modal Syariah Pada Komunitas Investor Saham Pemula" 1, no. 1 (2020): 55–67.
- Nandar, Haris, Mustafa Kamal Rokan, and M Ridwan. "Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Berinvestasi Di Pasar Modal Syariah Melalui Galeri Investasi Iain Zawiyah Cot Kala Langsa." *KITABAH: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Syariah*. Vol. 0, December 5, 2018.
- Nguyen, Thi Anh Nhu, Zoltán Rózsa, Jaroslav Belás, and Ludmila Belásová. "The Effects of Perceived and Actual Financial Knowledge on Regular Personal Savings: Case of Vietnam." *Journal of International Studies* 10, no. 2 (2017): 278–91. <https://doi.org/10.14254/2071-8330.2017/10-2/19>.
- Otoritas Jasa Keuangan. "Survei Nasional Literasi Dan Inklusi Keuangan 2019." [ojk.go.id](http://ojk.go.id), 2019.
- Pangestika, Tri, and Ellen Rusliati. "Literasi Dan Efikasi Keuangan Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi Di Pasar Modal." *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen* 12, no. 1 (2019): 37. <https://doi.org/10.23969/jrbm.v12i1.1524>.
- Pasaribu, Lia Octaria, and Citra Kusuma Dewi. "Pengaruh Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impluse Buying Pada Toko Online : Studi Pada Toko

- Online Zalora." *Bina Ekonomi* 19, no. 2 (August 28, 2015): 159. <http://journal.unpar.ac.id/index.php/BinaEkonomi/article/view/1486>.
- Pribadi, Yanuar. "Preferens Generasi Milenial Untuk Berinvestasi Sukuk." *Research Journal on Islamic Finance* 06, no. 2 (December 31, 2020): 80–89.
- iyastama, Romie. *Buku Sakti Kuasai SPSS : Pengolahan Data & Analisis Data*. Edited by Tari. 1st ed. Yogyakarta: START UP, 2017.
- Priyatno, Duwi. *SPSS : Panduan Mudah Olah Data Bagi Mahasiswa Dan Umum*. Edited by Giovanny. Yogyakarta: ANDI, 2018.
- Pulungan, Andrey Hasiholan. "Pengaruh Religiusitas Dan Insentif Keuangan Terhadap Intensi Melakukan Whistleblowing Pada Faith-Based Organization." *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 5, no. 1 (2019): 75. <https://doi.org/10.35590/jeb.v5i1.682>.
- Purnamawati, Indah. "Perbandingan Sukuk Dan Obligasi (Telaah Dari Perspektif Keuangan Dan Akuntansi)." *Jurnal Akuntansi Universitas Jember* 11, no. 1 (2015): 62.
- Putri, Citra Sugianto. "Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cherie Melalui Minat Beli." *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis* 1, no. 5 (2016): 594.
- Putri, Ni Made Dwiyana Rasuma, and Henny Rahyuda. "Pengaruh Tingkat Financial Literacy Dan Faktor Sosiodemografi Terhadap Perilaku Keputusan Investasi Individu." *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana* 9 (2017): 3407.
- Radoni, Ahmad, and Muhammad Anwar Fathoni. *Manajemen Investasi Syariah*. Edited by M. Masykur. 1st ed. Salemba Diniyah, 2019.
- Ramayanti, Rizky Suci, Dedy Mainata, and Angrum Pratiwi. "Peran Sukuk Negara Dalam Pembiayaan Infrastruktur." *Al-Tijary* 2, no. 2 (January 2, 2018): 155.
- Rapih, Subroto. "Pendidikan Literasi Keuangan Pada Anak: Mengapa Dan Bagaimana?" *Scholaria : Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan* 6, no. 2 (May 25, 2016): 14. <https://doi.org/10.24246/j.scholaria.2016.v6.i2.p14-28>.
- Republika.id. "Penjualan Sukuk Ritel Tetap Tinggi : Investor SR-014 Didominasi Oleh Generasi Milenial." *Republika*, 2021.
- Rodoni, Ahmad, and Muhammad Anwar Fathoni. *Manajemen Investasi Syariah*. Edited by Aklia Suslia. 1st ed. Jakarta: Salemba Diniyah, 2019.
- Saputra, D. "Pengaruh Manfaat, Modal, Motivasi, Dan Edukasi Terhadap Minat Berinvestasi Di Pasar Modal (Studi Pada Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Balikpapan)." *Future Jurnal Manajemen Dan Akuntansi* 5, no. 2 (2018): 178–90.
- Saraswati, Ade Maya, and Arif Widodo Nugroho. "Perencanaan Keuangan Dan Pengelolaan Keuangan Generasi Z Di Masa Pandemi COVID-19 Melalui Penguatan Literasi Keuangan" 24, no. 2 (2021): 309–18.
- Silalahi, R R. "Membangun Komunikasi Yang Efektif Dengan Generasi Z : Pelatihan Guru TIK(Teknologi, Informasi Dan Komunikasi)Optima Education." *Jurnal Madani* 5931, no. x (2018).
- Soemitra, Andri. *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah*. 2nd ed. Jakarta: kencana, 2016.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Edited by Sutopo. 2nd ed. Alfabeta, CV, 2019.



- Sustiyo, Joko. "Apakah Literasi Keuangan Memengaruhi Perilaku Konsumsi Generasi Z?" *Imanensi: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi Islam* 5, no. 1 (2020): 25–34. <https://doi.org/10.34202/imanensi.5.1.2020.25-34>.
- Sutrisno. *Meningkatkan Minat Dan Hasil Belajar TIK Materi Topologi Jaringan Dengan Media Pembelajaran*. Edited by Yayuk Umaya. 1st ed. Ahlimedia Book, 2020.
- Tahaha, Hisban, and Edhy Rustan. "Orientasi Religiusitas Dan Efikasi Diri Dalam Hubungannya Dengan Kebermaknaan Pendidikan Agama Islam Pada Mahasiswa IAIN Palopo." *Jurnal Studi Agama Dan Masyarakat* 13, no. 2 (December 31, 2017): 163.
- Tandio, Timothius, and A. A. G. P. Widanaputra. "Pengaruh Pelatihan Pasar Modal, Return, Persepsi Risiko, Gender, Dan Kemajuan Teknologi Pada Minat Investasi Mahasiswa." *E-Jurnal Akuntansi*, 2016.
- Tempo.co. "85 Persen Konsumen E-Commerce Berasal Dari Generasi Z Dan Milenial." [bisnis.tempo.co](https://bisnis.tempo.co), 2020.
- Tripuspitorini, Fifi Afyanti. "Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Mahasiswa Politeknik Negeri Bandung Untuk Menabung Di Bank Syariah." *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 4, no. 2 (2019): 54–69.
- Wijanarko, Agus, and Lucky Rachmawati. "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Islamic Branding Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Layanan Keuangan Syariah." *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam* 3, no. 1 (2020): 104–16.
- Yanuar, Oleh, and Surya Putra. "Theoretical Review :Teori Perbedaan Generasi." *Among Makarti* 9, no. 2 (May 3, 2017). <https://doi.org/10.52353/AMA>.
- Yushita, Amanita Novi. "Pentingnya Literasi Keuangan Bagi Pengelolaan Keuangan Pribadi." *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen* 6, no. 1 (2017).