

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN, *FINANCIAL EXPERIENCE* DAN
PENGUNAAN *E-COMMERCE* TERHADAP MINAT BERINVESTASI
MAHASISWA PROGRAM STUDI MANAJEMEN STAMBUK 2022
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
SUMATERA UTARA**

TUGAS AKHIR

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M.)*



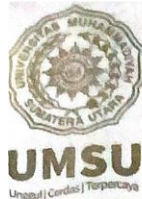
UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Oleh :

**NAMA : ZAHRA NEVIRA JANNATA
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN
KONSENTRASI : KEUANGAN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2025**



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 (061) 6624567 Medan 20238



PENGESAHAN UJIAN TUGAS AKHIR

Panitia Ujian Strata-1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, dalam sidang yang diselenggarakan pada hari Senin, tanggal 15 September 2025, pukul 09.00 WIB sampai dengan selesai, setelah mendengar, melihat, memperhatikan, dan seterusnya,

MEMUTUSKAN

Nama : ZAHRA NEVIRA JANNATA
NPM : 2305160751P
Program Studi : MANAJEMEN
Konsentrasi : MANAJEMEN KEUANGAN
Judul Tugas Akhir : PENGARUH LITERASI KEUANGAN, FINANCIAL EXPERIENCE DAN PENGGUNAAN E-COMMERCE TERHADAP MINAT BERINVESTASI MAHASISWA PROGRAM STUDI MANAJEMEN STAMBUK 2022 UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

Dinyatakan : (A) *Lulus Yudisium dan telah memenuhi persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*

TIM PENGUJI

Penguji I

Assoc. Prof. Dewi Andriany, S.E., M.M

Penguji II

Dody Firman, S.E., M.M

Pembimbing

Hade Chandra Batubara, S.E., M.M

PANITIA UJIAN

Ketua

Assoc. Prof. Dr. H. Januri, S.E., M.M., M.Si., CMA

Sekretaris

Assoc. Prof. Dr. Ade Gunawan, S.E., M.Si





MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 Medan Telp. 061-6624567 Kode Pos 20138

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Tugas Akhir ini disusun oleh :

Nama : ZAHRA NEVIRA JANNATA
N.P.M : 2305160751P
Program Studi : MANAJEMEN
Konsentrasi : MANAJEMEN KEUANGAN
Judul Tugas Akhir : PENGARUH LITERASI KEUANGAN, FINANCIAL
EXPERIENCE DAN PENGGUNAAN E-COMMERCE
TERHADAP MINAT BERINVESTASI MAHASISWA
PROGRAM STUDI MANAJEMEN STAMBUK 2022
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

Disetujui dan memenuhi persyaratan untuk diajukan dalam ujian
mempertahankan Tugas Akhir.

Medan, 10 September 2025

Pembimbing Tugas Akhir

Hade Chandra Batubara, S.E., M.M.

Diketahui/Disetujui

Oleh:

Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU

Agus Sani, S.E., M.Sc.

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU



Asst. Prof. Dr. H. Januri, S.E., M.M., M.Si., CMA.



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3. Medan, Telp. 061-6624567, Kode Pos 20238

BERITA ACARA BIMBINGAN TUGAS AKHIR

Nama Mahasiswa : Zahra Nevira Jannata
NPM : 2305160751P
Dosen Pembimbing : Hade Chandra Batubara, S.E., M.M.
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Keuangan
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Literasi Keuangan, Financial Experience dan Penggunaan E-Commerce Terhadap Minat Berinvestasi Mahasiswa Program Studi Manajemen Stambuk 2022 Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Item	Hasil Evaluasi	Tanggal	Paraf Dosen
Bab 1	Perbaiki Kata Pengantar Perbaiki Latar Belakang Perbaiki Identifikasi Masalah		
Bab 2	Tambahkan tujuan dan manfaat di setiap variabel		
Bab 3	Perbaiki populasi		
Bab 4	Tabulasi data kuesioner		
Bab 5	Kesimpulan dan Saran		
Daftar Pustaka			
Persetujuan Sidang Meja Hijau	ACC Sidang Meja Hijau	19/sep/25	

Diketahui oleh:
Ketua Program Studi

Agus Sani, S.E., M.Sc.

Medan, 10 September 2025

Disetujui oleh:
Dosen Pembimbing

Hade Chandra Batubara, S.E., M.M.



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 (061) 6624567 Medan 20238

PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Zahra Nevira Jannata
NPM : 2305160751P
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Keuangan

Dengan ini menyatakan bawah Tugas Akhir saya yang berjudul **"Pengaruh Literasi Keuangan, Financial Experience dan Penggunaan E-Commerce Terhadap Minat Berinvestasi Mahasiswa Program Studi Manajemen Stambuk 2022 Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara"** adalah bersifat asli (original), bukan hasil menyadur secara mutlak hasil karya orang lain.

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Yang Menyatakan



Zahra Nevira Jannata

ABSTRAK

PENGARUH LITERASI KEUANGAN, *FINANCIAL EXPERIENCE* DAN PENGUNAAN *E-COMMERCE* TERHADAP MINAT BERINVESTASI MAHASISWA PROGRAM STUDI MANAJEMEN STAMBUK 2022 UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

ZAHRA NEVIRA JANNATA

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 Telp. (061) 6624567 Medan 20238**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan, *financial experience* dan penggunaan *e-commerce* terhadap minat berinvestasi Mahasiswa Program Studi Manajemen Stambuk 2022 Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara baik secara parsial maupun simultan. Pendekatan penelitian ini adalah asosiatif. Secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan antara literasi keuangan terhadap minat berinvestasi Mahasiswa Program Studi Manajemen Stambuk 2022 Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *financial experience* terhadap minat berinvestasi Mahasiswa Program Studi Manajemen Stambuk 2022 Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan antara penggunaan *e-commerce* terhadap minat berinvestasi Mahasiswa Program Studi Manajemen Stambuk 2022 Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Secara simultan terdapat pengaruh positif signifikan antara literasi keuangan, *financial experience* dan penggunaan *e-commerce* terhadap minat berinvestasi Mahasiswa Program Studi Manajemen Stambuk 2022 Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Kata Kunci : Literasi Keuangan, *Financial Experience*, Penggunaan *E-Commerce*, Minat Berinvestasi

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF FINANCIAL LITERACY, FINANCIAL EXPERIENCE, AND E-COMMERCE USE ON INVESTMENT INTEREST OF STUDENTS IN THE 2022 MANAGEMENT STUDY PROGRAM, MUHAMMADIYAH UNIVERSITY, NORTH SUMATRA

ZAHRA NEVIRA JANNATA

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 Telp. (061) 6624567 Medan 20238**

This study aims to determine the effect of financial literacy, financial experience, and e-commerce usage on investment interest among students in the 2022 management study program, Muhammadiyah University of North Sumatra, both partially and simultaneously. This research approach is associative. Partially, there is a positive and significant effect between financial literacy and investment interest among students in the 2022 management study program, Muhammadiyah University of North Sumatra. Partially, there is a positive and significant effect between financial experience and investment interest among students in the 2022 management study program, Muhammadiyah University of North Sumatra. Partially, there is a positive and significant effect between e-commerce usage and investment interest among students in the 2022 management study program, Muhammadiyah University of North Sumatra. Simultaneously, there is a significant positive effect between financial literacy, financial experience, and e-commerce usage on investment interest among students in the 2022 management study program, Muhammadiyah University of North Sumatra.

Keywords: Financial Literacy, Financial Experience, E-Commerce Usage, Investment Interest

KATA PENGANTAR



Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul **“Pengaruh literasi keuangan, *Financial Experience* dan penggunaan *e-commerce* terhadap minat berinvestasi Mahasiswa Program Studi Manajemen Stambuk 2022 Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara”**. sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Penulis menyadari bahwa banyak pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian Tugas Akhir ini. Maka dari itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Ayahanda dan Ibunda yang telah mengasuh dan membesarkan penulis dengan rasa cinta dan kasih sayang, yang memberikan dorongan serta semangat selama penulis menjalani pendidikan di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Selain itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Assoc. Prof Dr. H. Januri, S.E., M.M., M.Si., CMA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara sekaligus Dosen Pendidikan Akademik saya.
3. Bapak Assoc. Prof. Dr. Ade Gunawan, S.E., M.Si. selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

4. Bapak Assoc. Prof. Dr. Hasrudy Tanjung, S.E., M.Si, selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Agus Sani, SE., M.Sc. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Arif Pratama Marpaung, S.E., M.M. selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Bapak Hade Chandra Batubara, SE., MM. selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang senantiasa membimbing dan memberikan arahan kepada saya.
8. Ibu Assoc. Prof. Dewi Andriany, S.E., M.M. selaku Dosen Penguji 1 yang telah memberikan kritik, saran, serta masukan yang berharga demi penyempurnaan Tugas Akhir ini.
9. Bapak Dody Firman, S.E., M.M. selaku Dosen Penguji 2 yang telah memberikan kritik, saran, serta masukan yang berharga demi penyempurnaan Tugas Akhir ini.
10. Bapak dan Ibu dosen serta seluruh staf/pegawai Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Akhirnya penulis mengharapkan Tugas Akhir ini bermanfaat bagi kita semua. Semoga Allah SWT selalu melimpahkan taufik dan hidayah-Nya pada kita semua serta memberikan keselamatan dunia dan akhirat. Amin

Medan, September 2025

Penulis,

Zahra Nevira Jannata

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Batasan Masalah.....	6
1.4 Rumusan Masalah	7
1.5 Tujuan Penelitian.....	7
1.6 Manfaat Penelitian	8
BAB 2 LANDASAN TEORI	9
2.1 Uraian Teoritis.....	9
2.1.1 Minat Berinvestasi	9
2.1.1.1 Pengertian Minat Berinvestasi	9
2.1.1.2 Tujuan Dan Manfaat Minat Berinvestasi	10
2.1.1.3 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berinvestasi	13
2.1.1.4 Indikator Minat Berinvestasi.....	15
2.1.2 Literasi Keuangan	16
2.1.2.1 Pengertian Literasi Keuangan	16
2.1.2.2 Tujuan Dan Manfaat Literasi Keuangan	18
2.1.2.3 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Literasi Keuangan.....	21
2.1.2.4 Indikator Literasi Keuangan.....	24
2.1.3 <i>Financial Experience</i>	26
2.1.3.1 Pengertian <i>Financial Experience</i>	26
2.1.3.2 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi <i>Financial Experience</i>	27
2.1.3.3 Tujuan Dan Manfaat <i>Financial Experience</i>	29
2.1.3.4 Indikator <i>Financial Experience</i>	31
2.1.4 Penggunaan <i>E-Commerce</i>	33

2.1.4.1 Pengertian Penggunaan <i>E-Commerce</i>	33
2.1.4.2 Tujuan Dan Manfaat Penggunaan <i>E-Commerce</i>	35
2.1.4.3 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan <i>E-Commerce</i> ..	37
2.1.4.4 Indikator Penggunaan <i>E-Commerce</i>	39
2.2 Kerangka Konseptual	41
2.2.1 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Berinvestasi	41
2.2.3 Pengaruh <i>Financial Experience</i> Terhadap Minat Berinvestasi	42
2.2.4 Pengaruh Penggunaan <i>E-Commerce</i> Terhadap Minat Berinvestasi	43
2.2.4 Pengaruh Literasi Keuangan, <i>Financial Experience</i> Dan Penggunaan <i>E-Commerce</i> Terhadap Minat Berinvestasi	43
2.3 Hipotesis.....	44
BAB 3 METODE PENELITIAN	46
3.1 Jenis Penelitian.....	46
3.2 Definisi Operasional Variabel	46
3.3 Tempat dan Waktu Penelitian.....	48
3.3.1 Tempat Penelitian	48
3.3.2 Waktu Penelitian	48
3.4 Populasi dan Sampel	48
3.4.1 Populasi	49
3.4.2 Sampel.....	49
3.5 Teknik Pengumpulan Data	50
3.6 Teknik Analisis Data	53
3.6.1 Regresi Linear Berganda.....	53
3.6.2 Uji Asumsi Klasik	54
3.6.2.1 Uji Normalitis	54
3.6.2.2 Uji Multikolinearitas	55
3.6.2.3 Uji Heterokedastisitas	55
3.6.3 Uji Hipotesis	56
3.6.3.1 Uji - t	56
3.6.3.2. Uji F (F-test).....	57
3.6.4. Koefisien Determinasi (R-Square).....	58
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	60

4.1 Hasil Penelitian	60
4.1.1 Deskripsi Hasil Penelitian	60
4.1.2 Deskripsi Identitas Responden	60
4.1.2.1 Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Usia	60
4.1.2.2 Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	61
4.1.2.3 Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Kelas	61
4.1.2.4 Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Jenis <i>E-Commerce</i> Yang Sering Digunakan	62
4.1.2.5 Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Sumber Dana Yang Dimiliki	63
4.1.2.6 Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Pengalaman Berinvestasi	63
4.1.3.1 Variabel Minat Berinvestasi (Y)	64
4.1.3.2 Variabel Literasi Keuangan (X1)	66
4.1.3.3 Variabel <i>Financial Experience</i> (X2)	67
4.1.3.4 Variabel Penggunaan <i>E-Commerce</i> (X3)	68
4.2 Analisis Data	70
4.2.1 Uji Kualitas Data	70
4.2.1.1 Uji Validitas	70
4.2.1.2 Uji Reliabilitas	72
4.2.2 Uji Asumsi Klasik	73
4.2.2.1 Uji Normalitas	73
4.2.2.2 Uji Multikolinearitas	74
4.2.2.4 Uji Heteroskedastisitas	75
4.2.3 Uji Analisis Regresi Linear Berganda	76
4.2.4 Pengujian Hipotesis	77
4.2.4.1 Uji t (Parsial)	77
4.2.4.2 Uji F (Simultan)	79
4.2.5 Uji Koefisien Determinasi (R-Square)	80
4.3 Pembahasan	81
4.3.1 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Berinvestasi	81
4.3.2 Pengaruh <i>Financial Experience</i> Terhadap Minat Berinvestasi	82

4.3.3 Pengaruh Penggunaan <i>E-Commerce</i> Terhadap Minat Berinvestasi	83
4.3.4 Pengaruh Literasi Keuangan, <i>Financial Experience</i> Dan Penggunaan <i>E-Commerce</i> Terhadap Minat Berinvestasi	84
BAB 5 PENUTUP.....	86
5.1 Kesimpulan	86
5.2 Saran.....	87
5.3 Keterbatasan Penelitian	87
DAFTAR PUSTAKA.....	89
LAMPIRAN.....	94

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	46
Tabel 3.2 Rincian Waktu Penelitian.....	47
Tabel 3.3 Instrumen Skala Likert.....	49
Tabel 4.1 Data Identitas Responden Berdasarkan Usia	59
Tabel 4.2 Data Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
Tabel 4.3 Data Identitas Responden Berdasarkan Kelas.....	60
Tabel 4.4 Data Identitas Responden Berdasarkan Jenis E-Commerce Yang Sering Digunakan	61
Tabel 4.5 Data Identitas Responden Berdasarkan Sumber Dana Yang Dimiliki...	62
Tabel 4.6 Data Identitas Responden Berdasarkan Pengalaman Berinvestasi	63
Tabel 4.7 Angket Skor Untuk Variabel Minat Berinvestasi (Y).....	63
Tabel 4.8 Angket Skor Untuk Variabel Literasi Keuangan (X1).....	65
Tabel 4.9 Angket Skor Untuk Variabel <i>Financial Experience</i> (X2).....	66
Tabel 4.10 Angket Skor Untuk Variabel Penggunaan <i>E-Commerce</i> (X3).....	67
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Minat Berinvestasi (Y)	69
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Literasi Keuangan (X1).....	69
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel <i>Financial Experience</i> (X2)....	70
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Penggunaan <i>E-Commerce</i> (X3)	70
Tabel 4.15 Uji Realibilitas.....	71
Tabel 4.16 Uji Multikolinearitas	73
Tabel 4.17 Uji Regresi Linear Berganda.....	75
Tabel 4.18 Uji T	77
Tabel 4.19 Uji F.....	78
Tabel 4.20 R-Square	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Paradigma Penelitian.....	44
Gambar 4.1 Uji Normalitas	72
Gambar 4.2 Uji Heteroskedastisitas	74

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Investasi adalah kegiatan menanamkan uang atau modal dalam suatu bentuk aset atau instrumen keuangan dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan di masa depan. Dalam investasi, seseorang atau entitas membeli aset dengan harapan bahwa nilai aset tersebut akan meningkat seiring waktu, sehingga mereka dapat memperoleh hasil yang lebih besar dibandingkan dengan modal yang dikeluarkan (Amrul & Wardah, 2021).

Minat berinvestasi pada mahasiswa adalah kecenderungan atau keinginan dalam diri mahasiswa untuk mengalokasikan sebagian dari pendapatan atau uang sakunya ke dalam instrumen-instrumen investasi, seperti saham, reksa dana, emas, atau aset lainnya, dengan tujuan memperoleh keuntungan di masa depan. Minat ini mencerminkan kesadaran, ketertarikan, dan kesiapan mahasiswa untuk terlibat dalam aktivitas keuangan yang bersifat produktif dan jangka panjang. Minat berinvestasi tidak hanya dipengaruhi oleh pengetahuan finansial, tetapi juga oleh sikap, motivasi, dan persepsi terhadap risiko serta manfaat investasi. Mahasiswa yang memiliki minat berinvestasi umumnya menunjukkan perilaku perencanaan keuangan yang lebih baik, pola pikir yang visioner, serta kesadaran akan pentingnya kestabilan keuangan di masa depan (Mastura et al., 2020).

Faktor – faktor yang mempengaruhi minat berinvestasi salah satunya adalah literasi keuangan, *financial experience* dan penggunaan *e-commerce*. Literasi keuangan mahasiswa adalah tingkat pemahaman, keterampilan, dan kesadaran mahasiswa dalam mengelola keuangan pribadi, termasuk kemampuan

dalam merencanakan, mengalokasikan, dan menggunakan sumber daya keuangan secara bijak. Literasi ini mencakup pengetahuan tentang pengelolaan uang saku, tabungan, pengeluaran, investasi, serta pemahaman terhadap risiko dan produk keuangan. Mahasiswa yang memiliki literasi keuangan yang baik akan mampu mengambil keputusan keuangan yang rasional, menghindari perilaku konsumtif berlebihan, dan mempersiapkan diri untuk stabilitas finansial di masa depan. Literasi keuangan menjadi penting bagi mahasiswa sebagai bekal menghadapi tantangan ekonomi modern, terutama di era digital yang penuh godaan konsumsi dan kemudahan akses ke produk keuangan (Agata & Nurazi, 2024).

Financial experience adalah berbagai pengalaman masa lalu yang berkaitan dengan aktivitas keuangan, baik yang telah dialami dalam jangka waktu lama maupun yang baru terjadi. Pengalaman ini dapat mencakup pengambilan keputusan keuangan, pengelolaan utang, investasi, atau pengaturan anggaran rumah tangga (Suyono & Kusuma, 2024). *Financial experience* mahasiswa merujuk pada pengalaman dan keterlibatan mahasiswa dalam mengelola keuangan pribadi, baik melalui kegiatan menabung, mengatur pengeluaran, bekerja paruh waktu, maupun berinvestasi. Pengalaman ini biasanya diperoleh dari aktivitas sehari-hari seperti mengatur uang saku, membayar kebutuhan kuliah, hingga mencoba usaha kecil-kecilan. Melalui pengalaman tersebut, mahasiswa dapat belajar membuat keputusan keuangan yang bijak, mengembangkan kedisiplinan finansial, serta mempersiapkan diri untuk menghadapi tantangan ekonomi di masa depan (Ameliawati & Setiyani, 2018).

Penggunaan *e-commerce* adalah aktivitas melakukan transaksi jual beli barang dan jasa melalui media elektronik, khususnya internet. *E-commerce*

memungkinkan konsumen dan pelaku usaha untuk berinteraksi, melakukan pembayaran, serta pengiriman produk secara online tanpa harus bertemu langsung. Penggunaan *e-commerce* mencakup berbagai bentuk seperti toko online, marketplace, layanan digital, hingga pembayaran elektronik yang memudahkan proses perdagangan. Dengan kemudahan akses, kecepatan transaksi, dan variasi produk yang ditawarkan, *e-commerce* telah menjadi bagian penting dalam gaya hidup modern dan cara berbisnis, terutama di era digital saat ini (Ainiyah & Indrarini, 2022).

Literasi keuangan berperan penting karena kemampuan mahasiswa dalam memahami konsep keuangan, risiko, dan manfaat investasi akan meningkatkan kesadaran dan motivasi mereka untuk berinvestasi secara bijak. Di sisi lain, penggunaan *e-commerce* yang semakin luas juga memiliki pengaruh, meskipun terkadang justru dapat menurunkan minat investasi akibat tingginya pengeluaran untuk belanja online yang mendorong perilaku konsumtif. Oleh karena itu, kombinasi antara pemahaman literasi keuangan yang baik dan pengelolaan penggunaan *e-commerce* yang terkendali menjadi kunci agar mahasiswa dapat mengoptimalkan potensi keuangannya, sehingga minat berinvestasi dapat tumbuh secara positif dan berkelanjutan (Audinasyah & Nurhasanah, 2025).

Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU) adalah perguruan tinggi swasta yang berada di Medan, Sumatera Utara, Indonesia. UMSU didirikan oleh organisasi Muhammadiyah dan berlandaskan pada nilai-nilai Islam. Universitas ini menawarkan berbagai program studi di tingkat sarjana (S1), magister (S2), dan doktor (S3), serta memiliki sejumlah fakultas, termasuk Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Hukum, Teknik, dan lainnya. UMSU juga dikenal

aktif dalam pengembangan akademik, penelitian, dan kegiatan sosial kemasyarakatan.

Fenomena permasalahan terkait minat berinvestasi pada mahasiswa Program Studi Manajemen Stambuk 2022 Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara menunjukkan bahwa minat berinvestasi mahasiswa masih tergolong rendah. Hal ini disebabkan oleh berbagai faktor, seperti kurangnya pemahaman dan kesadaran akan pentingnya investasi, serta persepsi risiko yang tinggi sehingga membuat mahasiswa ragu untuk memulai investasi. Selain itu, kurangnya motivasi dan informasi yang memadai mengenai manfaat investasi juga menjadi kendala utama. Kondisi ini menunjukkan perlunya upaya yang lebih intensif dalam meningkatkan minat berinvestasi melalui edukasi dan penyuluhan yang tepat bagi mahasiswa.

Fenomena literasi keuangan mahasiswa saat ini menunjukkan bahwa meskipun informasi keuangan semakin mudah diakses melalui teknologi digital, tingkat pemahaman dan pengelolaan keuangan pribadi di kalangan mahasiswa masih rendah. Banyak mahasiswa belum memiliki keterampilan dasar dalam merencanakan anggaran, mengelola pengeluaran, serta memahami produk dan risiko keuangan, termasuk investasi dan tabungan. Kondisi ini sering menyebabkan perilaku konsumtif yang berlebihan dan kesulitan mengatur keuangan sehari-hari. Faktor seperti minimnya edukasi formal mengenai keuangan pribadi di lingkungan kampus juga turut memperparah masalah ini. Oleh karena itu, peningkatan literasi keuangan melalui program pendidikan dan pelatihan sangat diperlukan agar mahasiswa mampu mengelola keuangan dengan bijak dan meningkatkan kesejahteraan finansial mereka di masa depan.

Fenomena *financial experience* mahasiswa saat ini menunjukkan bahwa meskipun sebagian mahasiswa mulai terpapar pada aktivitas pengelolaan keuangan seperti menabung, bekerja paruh waktu, atau mencoba usaha kecil, pengalaman tersebut belum sepenuhnya mendorong minat mereka terhadap investasi. Banyak mahasiswa hanya fokus pada pemenuhan kebutuhan jangka pendek tanpa memahami pentingnya perencanaan keuangan jangka panjang. Kurangnya pengalaman praktis dalam mengelola dana secara strategis membuat mereka ragu untuk mengambil langkah investasi, terutama karena investasi sering dianggap kompleks dan berisiko tinggi.

Fenomena penggunaan *e-commerce* di kalangan mahasiswa menunjukkan tren yang terus meningkat seiring dengan kemajuan teknologi dan mudahnya akses internet. Mahasiswa semakin sering memanfaatkan *platform e-commerce* untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, mulai dari pembelian pakaian, makanan, hingga alat tulis dan kebutuhan akademik lainnya. Kemudahan bertransaksi secara online, berbagai promo menarik, serta variasi produk yang lengkap menjadi faktor utama yang mendorong tingginya minat mahasiswa dalam menggunakan *e-commerce*. Namun, penggunaan *e-commerce* yang tidak terkendali juga dapat memicu perilaku konsumtif dan berpotensi mengganggu pengelolaan keuangan pribadi mahasiswa.

Berdasarkan beberapa uraian dan fenomena diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Literasi Keuangan, *Financial Experience* Dan Penggunaan *E-Commerce* Terhadap Minat Berinvestasi Mahasiswa Program Studi Manajemen Stambuk 2022 Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Minat berinvestasi mahasiswa masih rendah karena kurangnya pemahaman tentang investasi, persepsi risiko yang tinggi, serta minimnya motivasi dan informasi mengenai manfaat investasi.
2. Literasi keuangan mahasiswa yang rendah menyebabkan kurangnya keterampilan dalam mengelola keuangan pribadi, memicu perilaku konsumtif, dan kurangnya edukasi formal di kampus memperparah kondisi ini.
3. *Financial experience* mahasiswa menunjukkan bahwa meskipun sebagian telah memiliki pengalaman mengelola keuangan, seperti menabung atau bekerja paruh waktu, minat terhadap investasi masih rendah. Hal ini disebabkan oleh kurangnya pemahaman dan pengalaman praktis dalam mengelola risiko serta memilih instrumen investasi yang tepat.
4. Penggunaan *e-commerce* yang meningkat memudahkan mahasiswa dalam bertransaksi, namun tanpa pengelolaan yang baik dapat memicu konsumsi berlebihan yang berdampak negatif pada pengelolaan keuangan dan minat berinvestasi.

1.3 Batasan Masalah

Terdapat banyak faktor yang mempengaruhi minat berinvestasi seperti yang telah dipaparkan sebelumnya, namun dalam penelitian ini penulis membatasi ruang lingkup pada permasalahan literasi keuangan, *financial experience* dan penggunaan *e-commerce*.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan indentifikasi masalah yang dikemukakan penulis, maka rumusan masalahnya adalah :

1. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap minat berinvestasi Mahasiswa Program Studi Manajemen Stambuk 2022 Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara?
2. Apakah *financial experience* berpengaruh terhadap minat berinvestasi Mahasiswa Program Studi Manajemen Stambuk 2022 Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara?
3. Apakah penggunaan *e-commerce* berpengaruh terhadap minat berinvestasi Mahasiswa Program Studi Manajemen Stambuk 2022 Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara?
4. Apakah literasi keuangan, *financial experience* dan penggunaan *e-commerce* berpengaruh terhadap minat berinvestasi Mahasiswa Program Studi Manajemen Stambuk 2022 Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara?

1.5 Tujuan Penelitian

Dari uraian yang penulis kemukakan diatas maka tujuan dalam penilitian ini antara lain :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap minat berinvestasi Mahasiswa Program Studi Manajemen Stambuk 2022 Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah *financial experience* berpengaruh terhadap minat berinvestasi Mahasiswa Program Studi Manajemen Stambuk 2022 Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

3. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah penggunaan *e-commerce* berpengaruh terhadap minat berinvestasi Mahasiswa Program Studi Manajemen Stambuk 2022 Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah literasi keuangan, *financial experience* dan penggunaan *e-commerce* berpengaruh terhadap minat berinvestasi Mahasiswa Program Studi Manajemen Stambuk 2022 Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

1.6 Manfaat Penelitian

Dengan dilaksanakannya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik bagi peneliti sendiri dan tulisan ini juga dapat berguna secara teoritis maupun praktis yang mengenai investasi:

1. Manfaat Teoritis

Sebagai pijakan, referensi dan kajian lebih lanjut pada penelitian-penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan literasi keuangan, *financial experience* dan penggunaan *e-commerce* terhadap minat berinvestasi.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian diharapkan dapat menambah wawasan peneliti dalam bidang investasi khususnya pengetahuan mengenai faktor apa saja yang dapat mempengaruhi minat berinvestasi Mahasiswa.

BAB 2

LANDASAN TEORI

2.1 Uraian Teoritis

2.1.1 Minat Berinvestasi

2.1.1.1 Pengertian Minat Berinvestasi

Minat berinvestasi adalah suatu dorongan internal individu yang tercermin dalam kemauan untuk menyisihkan sebagian dari pendapatan atau kekayaan yang dimilikinya untuk ditanamkan dalam suatu instrumen investasi, dengan harapan memperoleh keuntungan finansial di masa mendatang (Ainiyah & Indrarini, 2022). Minat berinvestasi dapat dipahami sebagai kecenderungan individu untuk melakukan aktivitas investasi, yang sangat dipengaruhi oleh tingkat pengetahuan tentang investasi, persepsi terhadap risiko kerugian, serta pemanfaatan kemajuan teknologi yang mendukung proses investasi (Nisa & Hidayati, 2022).

Minat berinvestasi merupakan bentuk intensi atau niat dari seseorang untuk menanamkan sejumlah dana atau modal ke dalam suatu instrumen keuangan atau aset produktif dengan tujuan mendapatkan keuntungan baik dalam jangka pendek maupun panjang (Theresia & Rostiana, 2024). Minat berinvestasi adalah suatu kondisi psikologis dalam diri individu yang ditandai dengan adanya keinginan serta kesiapan untuk menanamkan dana pada instrumen investasi, yang dipengaruhi oleh tingkat pemahaman terhadap keuangan dan kemudahan teknologi yang tersedia (Putri & Ratnawati, 2024).

Minat berinvestasi menggambarkan dorongan dalam diri seseorang untuk mengalokasikan sebagian penghasilannya dalam bentuk investasi, yang diyakini akan memberikan manfaat atau hasil yang lebih besar di masa yang akan datang

(Rahmadani et al., 2023). Minat berinvestasi mencerminkan sikap positif seseorang terhadap kegiatan investasi, yang dipengaruhi oleh sejauh mana pengetahuan dan pemahamannya mengenai investasi serta motivasi yang kuat untuk mencapai kebebasan finansial (Putri et al., 2023).

Minat berinvestasi adalah bentuk kesadaran dan kesiapan finansial individu untuk menempatkan sejumlah dana dalam aset investasi, baik konvensional maupun syariah, yang bertujuan untuk meningkatkan nilai ekonomi di masa depan (Ramadhan, 2022). Minat berinvestasi dapat muncul dari kemudahan akses terhadap informasi dan sarana investasi berbasis teknologi, yang memudahkan individu, khususnya generasi muda, dalam mengelola keuangan secara lebih bijak dan terarah (Syaputra et al., 2022).

Berdasarkan pendapat para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa minat berinvestasi merupakan kecenderungan psikologis individu yang mencerminkan kemauan sadar dan dorongan internal untuk menyisihkan dana serta menanamkannya dalam berbagai instrumen investasi, yang terbentuk dan dipengaruhi oleh kombinasi faktor seperti pengetahuan keuangan, motivasi pribadi, persepsi risiko, kemajuan teknologi, kemudahan akses informasi, serta dukungan eksternal berupa pelatihan atau literasi finansial, dengan tujuan utama memperoleh keuntungan dan kestabilan ekonomi di masa depan.

2.1.1.2 Tujuan Dan Manfaat Minat Berinvestasi

Minat berinvestasi merupakan faktor penting yang mendorong seseorang untuk mulai menanamkan modalnya demi mencapai tujuan keuangan jangka pendek maupun jangka panjang. Pemahaman terhadap tujuan dan manfaat dari minat berinvestasi dapat membantu individu membangun kebiasaan finansial yang

sehat dan produktif (Hartono, 2022). Berikut adalah tujuan dari minat berinvestasi:

1. Mencapai Kebebasan Finansial

Salah satu tujuan utama seseorang memiliki minat berinvestasi adalah untuk mencapai kebebasan finansial. Dengan berinvestasi secara konsisten, seseorang dapat membangun sumber penghasilan pasif yang memungkinkan mereka hidup tanpa bergantung sepenuhnya pada pekerjaan utama.

2. Melindungi Nilai Uang dari Inflasi

Investasi membantu menjaga nilai uang agar tidak tergerus inflasi. Tanpa investasi, daya beli uang akan menurun seiring waktu. Oleh karena itu, minat berinvestasi muncul sebagai upaya untuk mempertahankan dan menumbuhkan nilai kekayaan.

3. Mempersiapkan Dana Masa Depan

Investasi seringkali ditujukan untuk kebutuhan jangka panjang seperti dana pendidikan anak, dana pensiun, atau pembelian rumah. Minat berinvestasi menunjukkan kesadaran individu dalam merencanakan masa depan keuangan mereka.

4. Meningkatkan Pendapatan

Selain dari pekerjaan utama, investasi dapat menjadi sumber penghasilan tambahan melalui capital gain, dividen, bunga, atau hasil sewa aset. Minat terhadap investasi mendorong individu mencari peluang-peluang baru untuk meningkatkan pendapatan.

5. Mengelola Risiko Keuangan

Dengan berinvestasi pada berbagai instrumen dan sektor, seseorang dapat menyebarkan risiko (diversifikasi). Ini menunjukkan bahwa minat berinvestasi juga berkaitan dengan kehati-hatian dalam pengelolaan keuangan pribadi.

Sedangkan menurut (Hartono, 2022) manfaat dari minat berinvestasi adalah sebagai berikut:

1. Mendorong Literasi dan Disiplin Keuangan

Minat terhadap investasi membuat individu lebih sadar akan pentingnya mengelola keuangan pribadi, serta mendorong mereka untuk belajar dan meningkatkan literasi finansial.

2. Membentuk Kebiasaan Menabung Produktif

Berinvestasi adalah bentuk menabung yang lebih aktif dan produktif. Minat berinvestasi membuat seseorang tidak hanya menyisihkan uang, tetapi juga mengembangkannya secara optimal.

3. Meningkatkan Kesejahteraan Ekonomi

Individu yang memiliki minat berinvestasi cenderung mengalami peningkatan kesejahteraan dalam jangka panjang karena aset yang dimiliki terus berkembang.

4. Memberikan Rasa Aman secara Finansial

Dengan adanya hasil dari investasi, seseorang merasa lebih siap menghadapi kondisi darurat atau kebutuhan tak terduga. Minat berinvestasi berkontribusi dalam menciptakan rasa aman dan stabilitas keuangan.

5. Berperan dalam Pembangunan Ekonomi Nasional

Ketika masyarakat memiliki minat berinvestasi tinggi, lebih banyak dana yang mengalir ke sektor produktif seperti pasar modal, UMKM, dan sektor riil. Hal ini mendukung pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan.

Minat berinvestasi bukan hanya mencerminkan keinginan untuk mendapatkan keuntungan, tetapi juga menunjukkan kesadaran akan pentingnya perencanaan keuangan yang matang. Dengan memahami tujuan dan manfaatnya, minat berinvestasi dapat menjadi dasar yang kuat dalam membangun masa depan finansial yang stabil dan sejahtera.

2.1.1.3 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berinvestasi

Minat berinvestasi tidak muncul begitu saja, tetapi dipengaruhi oleh berbagai faktor internal dan eksternal. Memahami faktor-faktor ini penting untuk merancang strategi yang dapat meningkatkan partisipasi masyarakat dalam kegiatan investasi (Hartono, 2022). Berikut adalah beberapa faktor utama yang mempengaruhi minat berinvestasi terhadap emas:

1. Pengetahuan dan Literasi Keuangan

Tingkat literasi keuangan yang baik mendorong individu untuk memahami risiko dan peluang dalam investasi, sehingga meningkatkan minat mereka untuk berinvestasi.

2. Pendapatan dan Kondisi Ekonomi Pribadi

Semakin tinggi pendapatan seseorang, semakin besar kemungkinannya memiliki dana lebih untuk diinvestasikan. Sebaliknya, keterbatasan keuangan dapat menurunkan minat berinvestasi.

3. Persepsi terhadap Risiko

Persepsi atau pandangan individu terhadap risiko sangat mempengaruhi keputusan berinvestasi. Seseorang yang memiliki toleransi risiko tinggi cenderung lebih tertarik untuk berinvestasi dibanding yang konservatif.

4. Motivasi Keuangan dan Tujuan Investasi

Tujuan finansial yang jelas, seperti pensiun, pendidikan, atau membeli rumah, dapat mendorong seseorang untuk mulai berinvestasi sebagai sarana pencapaian tujuan tersebut.

Sedangkan menurut (Musthafa, 2017) faktor-faktor yang mempengaruhi minat berinvestasi terhadap emas adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh Sosial dan Lingkungan Sekitar

Lingkungan sosial, seperti keluarga, teman, dan media sosial, berperan penting dalam membentuk sikap dan keputusan investasi seseorang. Dukungan atau contoh dari orang terdekat sering kali menjadi pemicu utama tumbuhnya minat berinvestasi.

2. Akses terhadap Informasi dan Teknologi

Kemudahan akses terhadap informasi pasar dan platform investasi digital meningkatkan partisipasi masyarakat. Teknologi mempermudah proses investasi, menjadikannya lebih inklusif dan menarik bagi generasi muda.

3. Kebijakan Pemerintah dan Iklim Ekonomi Makro

Kebijakan pemerintah seperti insentif pajak, perlindungan investor, serta stabilitas ekonomi makro juga memengaruhi kepercayaan dan minat masyarakat terhadap kegiatan investasi.

Dengan memahami berbagai faktor yang memengaruhi minat berinvestasi, pemangku kepentingan dapat mengambil langkah strategis untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pasar keuangan secara aktif dan berkelanjutan.

2.1.1.4 Indikator Minat Berinvestasi

Minat berinvestasi merupakan sikap psikologis yang mencerminkan keinginan dan kesiapan seseorang untuk menanamkan dananya dalam instrumen keuangan atau aset tertentu. Untuk mengukur tingkat minat ini, digunakan beberapa indikator yang dapat mencerminkan niat, pengetahuan, dan perilaku individu terhadap investasi (Hartono, 2022). Beberapa indikator utama minat berinvestasi antara lain:

1. Ketertarikan Terhadap Informasi Investasi

Individu yang memiliki minat tinggi akan aktif mencari informasi tentang peluang, risiko, dan jenis-jenis investasi, baik melalui media, seminar, maupun diskusi.

2. Keinginan untuk Memulai Investasi

Keinginan atau niat untuk mulai berinvestasi, meskipun belum terealisasi, menunjukkan adanya minat. Ini dapat diukur dari niat membeli saham, reksa dana, atau instrumen lainnya dalam waktu dekat.

3. Ketersediaan Menyisihkan Dana untuk Investasi

Minat berinvestasi juga tercermin dari seberapa besar seseorang bersedia menyisihkan penghasilannya secara rutin untuk diinvestasikan.

4. Pengetahuan Dasar tentang Investasi

Tingkat pengetahuan seseorang tentang konsep dasar investasi, seperti risiko, return, diversifikasi, dan instrumen keuangan, dapat menjadi indikator sejauh mana minat itu berkembang secara rasional.

Sedangkan menurut (Musthafa, 2017) indikator minat berinvestasi adalah sebagai berikut:

1. Pengetahuan Dasar tentang Investasi

Tingkat pengetahuan seseorang tentang konsep dasar investasi, seperti risiko, return, diversifikasi, dan instrumen keuangan, dapat menjadi indikator sejauh mana minat itu berkembang secara rasional.

2. Partisipasi dalam Aktivitas Investasi

Aktivitas seperti membuka akun sekuritas, mencoba simulasi investasi, atau mengikuti pelatihan keuangan dapat menunjukkan bahwa minat tidak hanya sebatas niat, tetapi telah berkembang ke tahap aksi.

3. Persepsi Positif terhadap Investasi

Minat biasanya dibarengi oleh persepsi bahwa investasi adalah hal yang bermanfaat, penting, dan layak untuk dilakukan demi tujuan keuangan jangka panjang.

2.1.2 Literasi Keuangan

2.1.2.1 Pengertian Literasi Keuangan

Literasi keuangan adalah kemampuan seseorang untuk memahami dan mengelola keuangan pribadi secara efektif. Ini mencakup pengetahuan, keterampilan, dan sikap yang dibutuhkan untuk membuat keputusan keuangan yang bijak, seperti mengelola pendapatan, tabungan, investasi, serta menghadapi

pengelolaan utang. Literasi keuangan tidak hanya melibatkan pemahaman tentang produk dan layanan keuangan, tetapi juga bagaimana mengaplikasikan pengetahuan tersebut dalam kehidupan sehari-hari untuk mencapai kestabilan finansial dan perencanaan keuangan jangka Panjang (Mauliddia & Wibowo, 2025).

Literasi keuangan adalah hal yang melekat dan bersinggungan dengan kehidupan manusia. Literasi keuangan yang baik mampu melahirkan perencanaan keuangan yang baik pula untuk masa depan (Dewanti & Triyono, 2024). Literasi keuangan merupakan pengetahuan mengenai konsep dasar keuangan dan pengetahuan produk keuangan dimana hal tersebut berguna untuk melakukan pengambilan keputusan yang efektif dalam rangka mencapai kesejahteraan keuangan di masa depan (Primasari et al., 2024).

Tingkat literasi keuangan sangat penting bagi setiap individu, sebab apabila seorang individu memiliki tingkat literasi keuangan yang baik (*well literate*) maka individu tersebut akan mampu mengelola keuangannya dengan baik (Maysah et al., 2024). Literasi keuangan sebagai kemampuan untuk memahami kondisi keuangan serta konsep-konsep keuangan dan untuk merubah pengetahuan itu secara tepat ke dalam perilaku (Agata & Nurazi, 2024).

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan adalah kemampuan penting yang memungkinkan seseorang untuk mengelola keuangan pribadi secara bijak dan efektif. Dengan literasi keuangan yang baik, seseorang dapat membuat keputusan yang lebih cerdas mengenai pendapatan, pengeluaran, investasi, dan pengelolaan utang, serta merencanakan masa depan finansial mereka dengan lebih baik.

2.1.2.2 Tujuan Dan Manfaat Literasi Keuangan

Literasi keuangan bukan hanya tentang memahami konsep-konsep keuangan, tetapi juga mengaplikasikan pengetahuan tersebut dalam kehidupan sehari-hari untuk mencapai kestabilan finansial dan keamanan ekonomi jangka panjang. Menurut (Choerudin et al., 2023) tujuan literasi keuangan adalah sebagai berikut:

1. **Meningkatkan Pemahaman Keuangan Pribadi**

Tujuan utama literasi keuangan adalah untuk memberikan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana mengelola pendapatan, pengeluaran, dan investasi. Dengan pengetahuan yang tepat, individu dapat membuat keputusan yang lebih bijak terkait keuangan pribadi mereka.

2. **Mengoptimalkan Pengelolaan Keuangan**

Literasi keuangan bertujuan untuk membantu individu mengelola uang mereka secara lebih efektif. Ini termasuk menyusun anggaran, merencanakan tabungan, dan memilih produk keuangan yang sesuai dengan kebutuhan dan tujuan finansial mereka.

3. **Meningkatkan Kemampuan Pengelolaan Utang**

Salah satu tujuan literasi keuangan adalah untuk meningkatkan pemahaman tentang cara mengelola utang dengan bijaksana. Ini membantu individu untuk menghindari utang yang berlebihan dan menyelesaikan kewajiban utang mereka tepat waktu.

4. **Membantu Pengambilan Keputusan Keuangan yang Bijak**

Dengan literasi keuangan yang baik, individu dapat membuat keputusan keuangan yang lebih cerdas, seperti memilih investasi yang tepat,

menggunakan produk perbankan dengan bijak, serta merencanakan dana darurat untuk situasi tak terduga.

5. Mendorong Perencanaan Keuangan Jangka Panjang

Literasi keuangan juga bertujuan untuk memfasilitasi perencanaan keuangan jangka panjang, seperti mempersiapkan dana pensiun, membeli rumah, atau menyiapkan pendidikan anak. Perencanaan ini dapat dilakukan dengan pemahaman yang lebih baik tentang cara mengalokasikan dana dan memilih instrumen keuangan yang sesuai.

Sedangkan menurut (Choerudin et al., 2023) manfaat literasi keuangan adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan Kesejahteraan Finansial

Salah satu manfaat utama literasi keuangan adalah meningkatkan kesejahteraan finansial. Individu yang terampil dalam mengelola keuangan cenderung memiliki kondisi keuangan yang lebih stabil, tidak terjebak dalam utang, dan memiliki tabungan yang cukup untuk masa depan.

2. Mengurangi Risiko Keuangan

Dengan pengetahuan yang tepat tentang pengelolaan keuangan, individu dapat mengurangi risiko keuangan, seperti terjebak dalam utang konsumtif, salah memilih investasi, atau tidak memiliki perlindungan asuransi yang memadai.

3. Meningkatkan Keamanan Finansial di Masa Depan

Literasi keuangan memungkinkan individu untuk merencanakan masa depan mereka dengan lebih baik. Ini termasuk menyiapkan dana pensiun, membeli asuransi, dan merencanakan pendidikan anak. Dengan perencanaan yang

matang, mereka dapat menghadapi masa depan dengan lebih aman dan stabil secara finansial.

4. Membantu Mengatasi Keadaan Darurat

Literasi keuangan memberikan kemampuan untuk mengelola dana darurat, yang sangat penting dalam menghadapi keadaan tak terduga, seperti kehilangan pekerjaan atau biaya medis yang mendesak. Memiliki pengetahuan tentang pentingnya dana darurat dan cara mengelolanya dapat membantu seseorang bertahan dalam situasi darurat tanpa harus bergantung pada utang.

5. Meningkatkan Kemampuan untuk Berinvestasi

Literasi keuangan memberikan pemahaman tentang berbagai instrumen investasi, seperti saham, reksa dana, obligasi, dan properti. Ini memungkinkan individu untuk membuat keputusan investasi yang lebih baik, memilih instrumen yang sesuai dengan profil risiko mereka, serta mengoptimalkan potensi keuntungan.

6. Membantu Menghindari Penipuan Keuangan

Pengetahuan tentang produk keuangan dan layanan perbankan membantu individu mengenali penipuan atau tawaran investasi yang tidak jelas. Dengan literasi keuangan yang baik, seseorang lebih mampu melindungi diri dari risiko penipuan dan skema keuangan yang merugikan.

7. Meningkatkan Kemandirian Finansial

Literasi keuangan memungkinkan individu untuk mengelola keuangan mereka secara mandiri tanpa bergantung pada orang lain atau pihak ketiga. Ini

memberi kebebasan finansial dan kontrol penuh atas keputusan keuangan pribadi.

Tujuan literasi keuangan adalah untuk memberikan pemahaman dan keterampilan yang diperlukan untuk mengelola keuangan pribadi dengan bijak. Manfaat literasi keuangan sangat luas, mulai dari meningkatkan kesejahteraan finansial hingga menciptakan perencanaan keuangan yang lebih baik untuk masa depan. Dengan literasi keuangan yang baik, seseorang dapat membuat keputusan keuangan yang lebih cerdas, menghindari risiko finansial, dan mencapai keamanan serta kebebasan finansial yang diinginkan.

2.1.2.3 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Literasi Keuangan

Literasi keuangan dipengaruhi oleh berbagai faktor yang dapat mempengaruhi sejauh mana seseorang memiliki pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan untuk membuat keputusan keuangan yang bijaksana. Menurut (Choerudin et al., 2023) faktor – faktor yang mempengaruhi literasi keuangan adalah sebagai berikut:

1. Pendidikan Formal

Pendidikan formal yang tinggi sering kali berkaitan dengan pemahaman yang lebih baik tentang konsep-konsep keuangan. Individu yang memiliki pendidikan lebih tinggi, terutama dalam bidang ekonomi, bisnis, atau keuangan, cenderung lebih terinformasi mengenai produk dan prinsip-prinsip keuangan.

2. Pengalaman Keuangan Pribadi

Individu yang telah memiliki pengalaman langsung dalam mengelola pendapatan, tabungan, investasi, dan utang cenderung memiliki tingkat

literasi keuangan yang lebih tinggi. Pengalaman ini memungkinkan seseorang untuk belajar secara praktis dan memahami bagaimana produk dan layanan keuangan bekerja.

3. Lingkungan Keluarga dan Sosial

Keluarga adalah faktor pertama yang mempengaruhi pembentukan sikap dan kebiasaan keuangan seseorang. Anak-anak yang tumbuh dalam keluarga yang terbiasa mengelola uang dengan baik cenderung belajar pola pengelolaan keuangan yang sehat sejak dini.

4. Akses terhadap Informasi Keuangan

Di era digital saat ini, kemudahan mengakses informasi melalui internet sangat mempengaruhi literasi keuangan. Situs web, aplikasi keuangan, forum diskusi, dan media sosial memberikan berbagai sumber informasi yang dapat membantu meningkatkan pemahaman tentang topik-topik keuangan.

5. Pengaruh Budaya dan Nilai Sosial

Nilai-nilai budaya yang berhubungan dengan uang, seperti bagaimana masyarakat memandang tabungan, utang, dan konsumsi, dapat mempengaruhi perilaku keuangan seseorang. Misalnya, dalam beberapa budaya, menabung dianggap lebih penting daripada pengeluaran, sementara di budaya lain, status sosial dan konsumsi lebih diprioritaskan.

Sedangkan menurut (Arianti, 2021) faktor – faktor yang mempengaruhi literasi keuangan adalah sebagai berikut:

1. Kondisi Ekonomi dan Pasar Keuangan

Situasi ekonomi di suatu negara, seperti inflasi, pengangguran, dan tingkat suku bunga, dapat mempengaruhi bagaimana masyarakat mengelola

keuangan mereka. Dalam ekonomi yang tidak stabil, orang cenderung lebih berhati-hati dalam pengelolaan keuangan dan lebih fokus pada menabung dan menghindari utang.

2. Usia dan Tahap Kehidupan

Usia juga berperan penting dalam literasi keuangan. Biasanya, orang yang lebih tua memiliki pengalaman yang lebih banyak dalam mengelola keuangan mereka dibandingkan dengan yang lebih muda. Namun, generasi muda mungkin memiliki akses lebih besar terhadap teknologi yang dapat membantu mereka memahami keuangan.

3. Penyuluhan dan Program Pendidikan Keuangan

Banyak lembaga pemerintah dan non-pemerintah yang menawarkan program penyuluhan keuangan untuk masyarakat, yang bertujuan untuk meningkatkan literasi keuangan. Program ini sering kali memberikan wawasan tentang pentingnya pengelolaan uang, tabungan, investasi, dan perencanaan pensiun.

4. Sikap Pribadi dan Kebiasaan Keuangan

Sikap pribadi terhadap uang, apakah lebih cenderung boros atau hemat, juga mempengaruhi literasi keuangan. Individu dengan sikap positif terhadap pengelolaan uang cenderung lebih peduli untuk belajar mengelola keuangan mereka.

5. Media Massa dan Iklan

Media massa, termasuk televisi, radio, dan internet, memberikan informasi tentang berbagai produk dan layanan keuangan. Iklan atau promosi yang menarik dapat mempengaruhi keputusan keuangan seseorang, baik secara positif maupun negatif.

Faktor-faktor yang memengaruhi literasi keuangan sangat beragam, memahami faktor-faktor ini dapat membantu mengidentifikasi cara yang lebih efektif untuk meningkatkan literasi keuangan di masyarakat, yang pada gilirannya dapat membantu individu membuat keputusan keuangan yang lebih bijak dan mengelola keuangan mereka dengan lebih baik.

2.1.2.4 Indikator Literasi Keuangan

Indikator literasi keuangan digunakan untuk mengukur sejauh mana seseorang memahami konsep dasar keuangan dan mampu mengelola keuangan pribadinya dengan baik. Menurut (Choerudin et al., 2023) indikator literasi keuangan adalah sebagai berikut:

1. Pemahaman tentang Pengelolaan Anggaran

Individu yang memiliki literasi keuangan yang baik dapat mengelola anggaran mereka secara efektif, memahami prioritas pengeluaran, dan memastikan bahwa pengeluaran tidak melebihi pendapatan.

2. Pemahaman tentang Tabungan dan Investasi

Literasi keuangan mencakup kemampuan untuk memilih instrumen investasi yang tepat sesuai dengan tujuan dan profil risiko seseorang. Ini termasuk pemahaman tentang cara kerja pasar keuangan dan risiko terkait.

3. Pemahaman tentang Pengelolaan Utang

Seseorang dengan literasi keuangan yang baik tahu bagaimana cara mengelola utang agar tidak terjebak dalam utang jangka panjang, serta bagaimana memilih pinjaman atau kartu kredit dengan syarat yang menguntungkan.

4. Pemahaman tentang Risiko dan Asuransi

Literasi keuangan mencakup pemahaman tentang pentingnya mitigasi risiko melalui produk asuransi dan cara menghitung kebutuhan perlindungan sesuai dengan situasi pribadi.

Sedangkan menurut (Arianti, 2021) indikator literasi keuangan adalah sebagai berikut:

1. Kemampuan Membaca Laporan Keuangan Pribadi

Ini termasuk kemampuan untuk mengevaluasi posisi keuangan seseorang secara keseluruhan, seperti perbandingan antara penghasilan dan pengeluaran serta pemahaman tentang kesehatan finansial.

2. Kemampuan Membuat Perencanaan Keuangan Jangka Panjang

Literasi keuangan juga mencakup pemahaman tentang pentingnya perencanaan jangka panjang dan kemampuan untuk mengalokasikan sumber daya keuangan untuk mencapai tujuan tersebut.

3. Penggunaan Teknologi Keuangan

Penggunaan teknologi keuangan yang efektif mencerminkan literasi keuangan yang tinggi, karena individu dapat memanfaatkan aplikasi untuk mengelola dan merencanakan keuangan dengan lebih mudah dan efisien.

4. Keterampilan Mengambil Keputusan Keuangan

Literasi keuangan memungkinkan individu untuk membuat keputusan yang lebih bijak, berdasarkan analisis terhadap manfaat dan risiko dari setiap keputusan keuangan yang diambil.

Indikator literasi keuangan tidak hanya mencakup pemahaman tentang produk keuangan, tetapi juga kemampuan untuk mengelola keuangan secara efektif dan membuat keputusan keuangan yang bijaksana.

2.1.3 *Financial Experience*

2.1.3.1 Pengertian *Financial Experience*

Financial experience merupakan pengalaman yang berkaitan dengan aspek keuangan yang pernah dialami seseorang, baik secara langsung maupun tidak langsung, baik yang terjadi di masa lalu maupun baru-baru ini (Yolanda et al., 2021). Pengalaman ini tidak hanya diperoleh dari pengalaman pribadi, tetapi juga dapat terbentuk melalui pembelajaran dari pengalaman orang lain, seperti anggota keluarga atau teman (Setyaningrum & Hidayah, 2024).

Financial experience merupakan pengalaman keuangan yang dialami secara langsung oleh individu sebagai respons terhadap pengaruh dari lingkungan sekitarnya, yang selanjutnya membentuk persepsi atau cara pandang individu terhadap aspek keuangan (Firdausi & Iradianty, 2024).

Financial experience dapat diartikan sebagai rangkaian peristiwa yang berkaitan dengan keuangan dan pernah dialami individu, baik di masa lalu maupun baru-baru ini, yang meliputi pengalaman yang dijalani, dirasakan, atau ditanggung (Ayuni & Siregar, 2023). Pengalaman ini akan membentuk pola perilaku keuangan seseorang, di mana pengalaman positif maupun negatif menjadi pembelajaran penting untuk mendorong pengambilan keputusan yang bijak serta menghindari tindakan yang berpotensi merugikan dalam pengelolaan keuangan (Komarudin et al., 2024).

Financial experience yang dimiliki seseorang dapat menjadi aset berharga dalam pengelolaan keuangan. Pengalaman ini berperan sebagai sumber pembelajaran dalam menyusun perencanaan keuangan dan investasi, sehingga mampu mendorong individu untuk mengambil keputusan keuangan yang lebih bijak dan terarah dalam kehidupan sehari-hari (Safira, 2022).

Financial experience seseorang mencerminkan kemampuannya dalam mempelajari cara mengelola keuangan pribadi. Individu yang memiliki pengalaman keuangan lebih banyak umumnya mampu mengelola dana secara lebih bijaksana (Immamah & Handayani, 2022). Oleh karena itu, latar belakang keuangan yang memadai dapat menjadi faktor penting dalam membantu individu membuat keputusan investasi yang lebih tepat dan cerdas (Inovia & Siregar, 2024).

Berdasarkan pendapat para ahli diatas, maka dapat disimpulkan bahwa *financial experience* merupakan pengalaman yang berkaitan dengan aspek keuangan yang pernah dialami seseorang, dan dapat memberikan manfaat dalam pengelolaan keuangan baik pada masa kini maupun di masa yang akan datang.

2.1.3.2 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi *Financial Experience*

Sikap seseorang dalam mengelola keuangannya sangat dipengaruhi oleh pengalaman keuangan yang dimilikinya. Menurut (Jirwanto, 2024) ada beberapa faktor utama yang mempengaruhi *financial experience*:

1. Pendidikan Keuangan

Tingkat pendidikan seseorang, terutama yang berkaitan dengan pengelolaan keuangan, berpengaruh besar terhadap pengalaman keuangan mereka.

2. Pengalaman Pribadi

Pengalaman langsung seseorang dalam mengelola keuangan, baik yang positif maupun negatif, dapat membentuk cara mereka menangani keuangan di masa depan.

3. Lingkungan Keluarga dan Sosial

Lingkungan keluarga, teman, dan masyarakat juga berperan dalam membentuk pengalaman keuangan seseorang.

Sedangkan menurut (Sitompul et al., 2024) ada Faktor-faktor yang mempengaruhi *financial experience* adalah sebagai berikut:

1. Akses terhadap Sumber Informasi Keuangan

Akses terhadap informasi yang berkaitan dengan keuangan, baik dari media massa, internet, atau ahli keuangan, dapat memengaruhi pengalaman keuangan seseorang.

2. Kondisi Ekonomi dan Keuangan

Situasi ekonomi dan keuangan yang sedang berlangsung, seperti inflasi, resesi, atau kenaikan bunga, dapat memengaruhi pengalaman keuangan seseorang.

3. Usia dan Tahap Kehidupan

Tahap kehidupan seseorang, seperti masa remaja, dewasa muda, atau pensiun, memengaruhi pengalaman keuangan yang dimiliki.

4. Peran dan Tanggung Jawab Keuangan

Peran yang diemban seseorang dalam keluarga atau pekerjaan, seperti kepala keluarga atau pemilik usaha, dapat memengaruhi pengalaman keuangan mereka.

Semua faktor ini saling berinteraksi dan berkontribusi pada bagaimana seseorang memperoleh dan mengelola pengalaman keuangan mereka dalam kehidupan sehari-hari.

2.1.3.3 Tujuan Dan Manfaat *Financial Experience*

Tujuan dan Manfaat *Financial Experience* (Pengalaman Keuangan) sangat penting untuk membantu individu dalam pengelolaan keuangan yang lebih baik. Menurut (Jirwanto, 2024) adalah beberapa tujuan dari *financial experience*:

1. Meningkatkan Kemampuan Pengelolaan Keuangan

Tujuan utama dari pengalaman keuangan adalah untuk meningkatkan kemampuan seseorang dalam mengelola keuangan pribadi, termasuk cara menyusun anggaran, menabung, berinvestasi, dan mengelola utang.

2. Membantu Membuat Keputusan Keuangan yang Lebih Bijaksana

Pengalaman keuangan bertujuan untuk memberikan pembelajaran dari kesalahan atau keberhasilan masa lalu dalam mengelola uang, yang akan membantu seseorang membuat keputusan keuangan yang lebih baik di masa depan.

3. Menghindari Kesalahan Keuangan di Masa Depan

Salah satu tujuan dari pengalaman keuangan adalah untuk menghindari kesalahan atau kebiasaan buruk yang dapat merugikan keuangan pribadi.

4. Mempersiapkan Masa Depan Keuangan yang Lebih Baik

Tujuan lainnya adalah untuk mempersiapkan kondisi keuangan di masa depan, seperti dana pensiun, investasi jangka panjang, atau dana darurat, dengan mengandalkan pembelajaran dari pengalaman keuangan yang telah terjadi.

5. Meningkatkan Literasi Keuangan

Pengalaman keuangan juga bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan pengetahuan seseorang tentang aspek-aspek keuangan, seperti investasi, asuransi, dan perencanaan keuangan, agar bisa membuat keputusan yang lebih terinformasi.

Sedangkan menurut (Jirwanto, 2024) manfaat *financial experience* adalah sebagai berikut:

1. Peningkatan Keterampilan Mengelola Keuangan

Dengan pengalaman keuangan, seseorang akan lebih mahir dalam mengelola anggaran, memonitor pengeluaran, dan merencanakan keuangan dengan lebih efisien, yang berdampak langsung pada kesejahteraan finansial.

2. Pengambilan Keputusan Keuangan yang Lebih Cerdas

Pengalaman keuangan memberikan wawasan yang lebih dalam untuk membuat keputusan yang lebih tepat, seperti memilih instrumen investasi yang sesuai, mengelola utang dengan bijak, atau menghindari keputusan finansial yang berisiko tinggi.

3. Mengurangi Risiko Keuangan

Dengan belajar dari pengalaman keuangan masa lalu, seseorang dapat mengurangi risiko finansial di masa depan, seperti menghindari hutang yang tidak perlu, gagal bayar, atau keputusan investasi yang buruk.

4. Peningkatan Keamanan Finansial

Pengalaman keuangan yang positif dapat meningkatkan kemampuan seseorang dalam mempersiapkan keuangan untuk masa depan, menciptakan dana darurat, dan merencanakan pensiun, yang berkontribusi pada kestabilan dan keamanan finansial.

5. Meningkatkan Kepercayaan Diri dalam Mengelola Keuangan

Dengan memiliki lebih banyak pengalaman dalam mengelola keuangan, seseorang akan merasa lebih percaya diri dalam mengambil keputusan finansial yang penting dan tidak mudah terpengaruh oleh tekanan eksternal.

Financial experience memberikan dasar yang kuat untuk membuat keputusan keuangan yang lebih bijaksana dan mengelola keuangan pribadi dengan lebih baik, baik untuk jangka pendek maupun jangka panjang.

2.1.3.4 Indikator *Financial Experience*

Indikator *Financial Experience* (Pengalaman Keuangan) mengacu pada berbagai aspek yang dapat menunjukkan sejauh mana seseorang telah memperoleh dan mengelola pengalaman terkait keuangan. Menurut (Jirwanto, 2024) beberapa indikator utama *financial experience*:

1. Pengalaman Investasi

Mengelola keuangan bukan hanya mencukupi kebutuhan, tetapi juga mengalokasikan dana untuk pendapatan tambahan. Kebiasaan menunda investasi sering muncul karena pengeluaran impulsif.

2. Perencanaan Keuangan

Perencanaan keuangan mencerminkan kemampuan individu dalam menetapkan tujuan dan strategi penggunaan dana secara efektif.

3. Riwayat Pendidikan

Tingkat pendidikan memengaruhi kemampuan individu dalam mengelola keuangan. Semakin tinggi pendidikan, semakin besar kemungkinan seseorang memahami dan menerapkan strategi keuangan yang tepat.

4. Kegiatan Menabung

Kebiasaan menabung menunjukkan kesadaran terhadap kebutuhan masa depan dan merupakan langkah penting dalam mencapai stabilitas keuangan jangka panjang.

Sedangkan menurut (Sitompul et al., 2024) ada indikator *financial experience* adalah sebagai berikut:

1. Kemampuan Mengelola Anggaran

Pengalaman keuangan yang baik tercermin dari kemampuan untuk merencanakan dan mengelola pengeluaran serta pendapatan, sehingga anggaran dapat diikuti dengan disiplin.

2. Penyimpanan dan Tabungan

Individu dengan pengalaman keuangan yang baik akan memiliki kebiasaan menyisihkan uang secara teratur untuk menabung, yang dapat digunakan untuk kebutuhan mendatang atau keadaan darurat.

3. Pengelolaan Utang

Pengalaman keuangan yang baik menunjukkan kemampuan untuk memilih jenis utang yang tepat, mengelola pembayaran utang, dan menghindari utang yang berlebihan atau berisiko.

4. Investasi dan Perencanaan Keuangan Jangka Panjang

Pengalaman keuangan tercermin dari pengetahuan dan kemampuan dalam merencanakan dan mengelola investasi jangka panjang yang sesuai dengan tujuan keuangan.

Indikator-indikator ini menunjukkan sejauh mana seseorang memiliki pengalaman dalam mengelola aspek-aspek keuangan pribadi mereka, serta kemampuan mereka untuk membuat keputusan yang bijaksana dan strategis terkait keuangan dalam kehidupan sehari-hari. Pengalaman yang baik akan menghasilkan pengelolaan keuangan yang lebih sehat dan stabil

2.1.4 Penggunaan *E-Commerce*

2.1.4.1 Pengertian Penggunaan *E-Commerce*

E-commerce menyediakan kemudahan dalam mengakses berbagai produk dan melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja, yang dapat mendorong mahasiswa untuk berbelanja secara impulsif tanpa perencanaan keuangan yang matang (Anggraeni et al., 2022). Adanya berbagai promosi, seperti diskon besar-besaran dan gratis ongkir, sering kali memicu perilaku konsumtif mahasiswa, mengalihkan dana yang seharusnya bisa dialokasikan untuk investasi (Nurjannah et al., 2023).

Integrasi *e-commerce* dengan platform media sosial, seperti TikTok Shop, memengaruhi keputusan pembelian mahasiswa melalui konten promosi yang menarik, meningkatkan frekuensi dan jumlah pembelian impulsive (Aisyah, 2023). Fitur seperti pembayaran digital dan cicilan tanpa kartu kredit mempermudah proses belanja, namun juga dapat menyebabkan mahasiswa kurang menyadari jumlah pengeluaran mereka, mengurangi kemampuan untuk menabung atau berinvestasi (Arifin & Cahya, 2023).

Mahasiswa dengan literasi keuangan yang rendah cenderung tidak memiliki perencanaan keuangan yang baik, sehingga lebih rentan terhadap perilaku konsumtif yang berlebihan melalui *e-commerce* (Hafiza et al., 2023). Penggunaan *e-commerce* yang tinggi sering kali berkaitan dengan gaya hidup konsumtif, di mana mahasiswa lebih fokus pada pemenuhan keinginan jangka pendek daripada perencanaan keuangan jangka panjang seperti investasi (Mahanani & Wibowo, 2024).

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa penggunaan *e-commerce* memberikan kemudahan dan kenyamanan dalam berbelanja, namun juga berdampak signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Faktor-faktor seperti promosi, kemudahan transaksi, pengaruh media sosial, serta rendahnya literasi keuangan turut mendorong mahasiswa untuk lebih fokus pada konsumsi jangka pendek daripada investasi jangka panjang. Kurangnya pengendalian diri dan pengaruh lingkungan sosial juga memperkuat kecenderungan ini, sehingga dana yang seharusnya dapat dialokasikan untuk investasi malah habis untuk belanja online. Oleh karena itu, peningkatan literasi keuangan dan kesadaran akan

pentingnya investasi perlu ditanamkan sejak dini untuk menciptakan perilaku keuangan yang sehat di kalangan mahasiswa.

2.1.4.2 Tujuan Dan Manfaat Penggunaan *E-Commerce*

Penggunaan *e-commerce* telah menjadi bagian penting dalam aktivitas ekonomi modern, khususnya dalam mempermudah proses transaksi dan memperluas akses pasar. *E-commerce* menyediakan berbagai kemudahan yang berdampak langsung pada cara individu dan pelaku usaha menjalankan aktivitas jual-beli secara digital. Menurut (Lubis, 2020) tujuan penggunaan *e-commerce* adalah sebagai berikut:

1. Mempermudah Proses Transaksi

Tujuan utama penggunaan *e-commerce* adalah untuk mempermudah dan mempercepat proses jual-beli antara penjual dan pembeli tanpa batasan waktu dan tempat. Dengan *e-commerce*, transaksi dapat dilakukan kapan saja dan di mana saja dengan mudah.

2. Meningkatkan Jangkauan Pasar

E-commerce memungkinkan pelaku usaha untuk memperluas pasar mereka hingga ke wilayah yang sebelumnya sulit dijangkau secara fisik, sehingga meningkatkan potensi penjualan dan pertumbuhan bisnis.

3. Mengurangi Biaya Operasional

Dengan memanfaatkan platform *e-commerce*, pelaku usaha dapat mengurangi biaya operasional seperti biaya sewa toko fisik, tenaga kerja, dan logistik tradisional.

4. Meningkatkan Efisiensi dan Kecepatan Layanan

E-commerce memberikan kemudahan dalam pengelolaan pesanan dan pembayaran yang otomatis, sehingga mempercepat proses pemenuhan kebutuhan konsumen.

5. Mendorong Inovasi dalam Strategi Pemasaran

Penggunaan *e-commerce* memungkinkan pelaku usaha untuk menggunakan berbagai strategi pemasaran digital seperti promosi online, program loyalitas, dan analisis perilaku konsumen secara real-time.

Sedangkan menurut (Lubis, 2020) manfaat penggunaan *e-commerce* sebagai berikut:

1. Kemudahan Akses bagi Konsumen

E-commerce memberikan akses yang mudah bagi konsumen untuk mencari, membandingkan, dan membeli produk tanpa harus datang ke toko fisik.

2. Peluang Usaha Baru bagi Pelaku UMKM

Dengan *e-commerce*, pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki kesempatan untuk memasarkan produk mereka secara lebih luas dengan modal yang relatif kecil.

3. Peningkatan Pendapatan dan Skala Bisnis

Melalui *e-commerce*, pelaku usaha dapat meningkatkan penjualan dan memperbesar skala bisnis mereka dengan lebih cepat.

4. Meningkatkan Kepuasan Pelanggan

Fitur layanan pelanggan yang interaktif dan transparansi informasi di platform *e-commerce* meningkatkan pengalaman dan kepuasan konsumen.

5. Mendukung Transformasi Digital Ekonomi

E-commerce merupakan salah satu pendorong utama transformasi digital di berbagai sektor ekonomi, mendorong efisiensi dan inovasi yang berkelanjutan.

Dengan demikian, penggunaan e-commerce tidak hanya membantu dalam memperlancar transaksi jual-beli tetapi juga memberikan dampak positif yang luas bagi pelaku usaha dan konsumen, termasuk kemudahan akses, efisiensi biaya, dan pertumbuhan bisnis di era digital saat ini.

2.1.4.3 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan *E-Commerce*

Penggunaan *e-commerce* adalah bentuk aktivitas transaksi jual beli yang dilakukan melalui jaringan internet. Perkembangan *e-commerce* di Indonesia sangat pesat, khususnya di kalangan generasi muda dan pelaku usaha kecil. Namun, tingkat adopsi dan intensitas penggunaannya sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik dari sisi konsumen maupun teknologi. Menurut (Lubis, 2020), faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan *e-commerce* antara lain:

1. Kemudahan Penggunaan (*Ease of Use*)

Semakin mudah suatu platform digunakan, semakin besar kemungkinan konsumen tertarik untuk menggunakannya secara rutin. Antarmuka yang user-friendly menjadi daya tarik utama dalam e-commerce modern.

2. Kepercayaan dan Keamanan (*Trust & Security*)

Persepsi konsumen terhadap keamanan data pribadi, transaksi, dan kualitas produk sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara online. Rasa aman ini menjadi dasar kepercayaan pengguna terhadap platform e-commerce.

3. Harga dan Promosi

Diskon, cashback, dan gratis ongkir menjadi daya tarik utama bagi konsumen untuk menggunakan e-commerce. Strategi harga yang kompetitif memotivasi pembelian secara impulsif maupun terencana.

4. Pengaruh Sosial

Rekomendasi teman, ulasan konsumen lain, dan promosi melalui media sosial dapat mendorong keputusan seseorang untuk mulai menggunakan *e-commerce*.

5. Ketersediaan Produk

Produk yang lengkap dan variasi pilihan yang lebih banyak di platform online menjadi salah satu alasan utama mengapa masyarakat beralih dari toko fisik ke toko digital.

Sedangkan menurut (Andreas, 2019) faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan *e-commerce* antara lain:

1. Akses Internet dan Teknologi Digital

Penggunaan e-commerce sangat tergantung pada ketersediaan perangkat elektronik seperti smartphone dan koneksi internet yang stabil.

2. Tingkat Literasi Digital

Pengguna yang memiliki kemampuan menggunakan teknologi digital dengan baik lebih cenderung menggunakan platform e-commerce secara aktif dan efisien.

3. Dukungan Layanan Pelanggan

Pelayanan pelanggan yang responsif dan profesional mendorong kenyamanan dan loyalitas pengguna dalam jangka panjang.

4. Waktu dan Efisiensi

Konsumen menghemat waktu dengan tidak perlu mengunjungi toko fisik, sehingga efisiensi menjadi alasan utama dalam memilih e-commerce sebagai sarana belanja.

5. Pengalaman Belanja Sebelumnya

Jika pengguna pernah memiliki pengalaman yang memuaskan dari segi kualitas produk, layanan, dan pengiriman, mereka cenderung akan terus menggunakan platform yang sama di masa mendatang.

Dengan memahami faktor-faktor ini, pelaku usaha dan pengembang platform e-commerce dapat menyusun strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan jumlah pengguna dan tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

2.1.4.4 Indikator Penggunaan *E-Commerce*

Penggunaan e-commerce adalah bentuk aktivitas transaksi jual beli yang dilakukan melalui jaringan internet. Perkembangan e-commerce di Indonesia sangat pesat, khususnya di kalangan generasi muda dan pelaku usaha kecil. Tingkat adopsi dan intensitas penggunaannya sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik dari sisi konsumen maupun teknologi. Menurut (Lubis, 2020), indikator penggunaan *e-commerce* antara lain:

1. Kemudahan Penggunaan (*Ease of Use*)

Semakin mudah suatu platform digunakan, semakin besar kemungkinan konsumen tertarik untuk menggunakannya secara rutin. Antarmuka yang user-friendly menjadi daya tarik utama dalam e-commerce modern.

2. Kepercayaan dan Keamanan (*Trust & Security*)

Persepsi konsumen terhadap keamanan data pribadi, transaksi, dan kualitas produk sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara online. Rasa aman ini menjadi dasar kepercayaan pengguna terhadap platform e-commerce.

3. Harga dan Promosi

Diskon, cashback, dan gratis ongkir menjadi daya tarik utama bagi konsumen untuk menggunakan e-commerce. Strategi harga yang kompetitif memotivasi pembelian secara impulsif maupun terencana.

4. Pengaruh Sosial

Rekomendasi teman, ulasan konsumen lain, dan promosi melalui media sosial dapat mendorong keputusan seseorang untuk mulai menggunakan e-commerce.

Sedangkan menurut (Andreas, 2019) indikator penggunaan *e-commerce* antara lain:

1. Kualitas Informasi Produk (*Information Quality*)

Informasi yang akurat, jelas, dan lengkap mengenai produk (deskripsi, spesifikasi, stok, ulasan) akan meningkatkan kepercayaan dan keputusan pembelian pengguna. Konsumen akan lebih cenderung melakukan transaksi ketika mereka merasa informasi yang tersedia cukup membantu.

2. Kecepatan dan Keandalan Pengiriman

Kecepatan dan keakuratan dalam pengiriman barang sangat memengaruhi kepuasan dan keputusan pembelian ulang. Platform e-commerce yang dapat menjamin pengiriman tepat waktu cenderung memiliki loyalitas pelanggan yang tinggi.

3. Dukungan Pelanggan (*Customer Support*)

Ketersediaan layanan pelanggan yang responsif dan ramah menjadi salah satu indikator penting dalam membangun kenyamanan dan kepercayaan pengguna terhadap platform *e-commerce*.

Memahami indikator ini sangat penting untuk merencanakan keuangan secara bijak, mengukur keberhasilan finansial, serta membuat keputusan investasi dan tabungan yang tepat.

2.2 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual adalah suatu hubungan atau kaitan antara konsep satu terhadap konsep yang lainnya dari masalah yang ingin diteliti. Kerangka konseptual ini gunanya untuk menghubungkan atau menjelaskan secara panjang lebar tentang pengaruh literasi keuangan dan penggunaan *e-commerce* terhadap minat berinvestasi mahasiswa Program Studi Manajemen Stambuk 2022 Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

2.2.1 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Berinvestasi

Tingkat pemahaman mahasiswa terhadap konsep dasar keuangan seperti manajemen anggaran, risiko, dan instrumen investasi menentukan sejauh mana mereka tertarik dan mampu membuat keputusan investasi yang tepat. Mahasiswa yang memiliki literasi keuangan tinggi cenderung lebih percaya diri dalam

mengelola keuangannya, memahami manfaat investasi jangka panjang, dan mampu membedakan antara keputusan konsumtif dan produktif. Dengan pengetahuan yang memadai, mereka lebih termotivasi untuk mengalokasikan pendapatan atau uang sakunya ke dalam instrumen investasi seperti saham, reksa dana, atau emas, dibandingkan hanya digunakan untuk konsumsi. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan literasi keuangan dapat menjadi strategi penting dalam mendorong generasi muda, khususnya mahasiswa, untuk mulai berinvestasi sejak dini guna mencapai tujuan keuangan mereka di masa depan (Azkia et al., 2025).

Berdasarkan hasil penelitian (Azkia et al., 2025) menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi.

2.2.3 Pengaruh *Financial Experience* Terhadap Minat Berinvestasi

Financial experience berpengaruh positif terhadap minat berinvestasi mahasiswa karena pengalaman dalam mengelola keuangan membantu mereka memahami pentingnya perencanaan keuangan jangka panjang. Mahasiswa yang pernah menabung, mengatur anggaran, atau terlibat dalam kegiatan keuangan lainnya cenderung lebih percaya diri dan siap untuk mengambil keputusan investasi. Pengalaman tersebut juga membentuk pola pikir yang lebih bijak dalam mengelola risiko dan memilih instrumen investasi yang sesuai. Dengan demikian, semakin banyak pengalaman keuangan yang dimiliki mahasiswa, semakin tinggi pula minat mereka untuk berinvestasi (Anggraeni et al., 2022).

Berdasarkan hasil penelitian (Anggraeni et al., 2022) menyatakan bahwa *financial experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi.

2.2.4 Pengaruh Penggunaan *E-Commerce* Terhadap Minat Berinvestasi

Penggunaan *e-commerce* yang tinggi di kalangan mahasiswa dapat berdampak negatif terhadap minat mereka dalam berinvestasi, karena pengeluaran yang dominan untuk belanja online cenderung mengurangi alokasi dana untuk kegiatan produktif seperti investasi. Kemudahan akses, promosi menarik, dan kemudahan transaksi dalam *platform e-commerce* sering kali mendorong perilaku konsumtif dan pembelian impulsif. Akibatnya, mahasiswa lebih fokus pada pemenuhan kebutuhan jangka pendek daripada merencanakan keuangan jangka panjang melalui investasi. Rendahnya kontrol terhadap pengeluaran akibat penggunaan *e-commerce* yang tidak terarah juga menurunkan kemampuan mereka dalam menyisihkan dana untuk investasi. Oleh karena itu, meskipun *e-commerce* membawa banyak kemudahan, tanpa literasi keuangan yang baik, penggunaannya justru dapat menghambat pertumbuhan minat investasi di kalangan mahasiswa (Anggraeni et al., 2022)

Berdasarkan hasil penelitian (Anggraeni et al., 2022) menyatakan bahwa penggunaan *e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi.

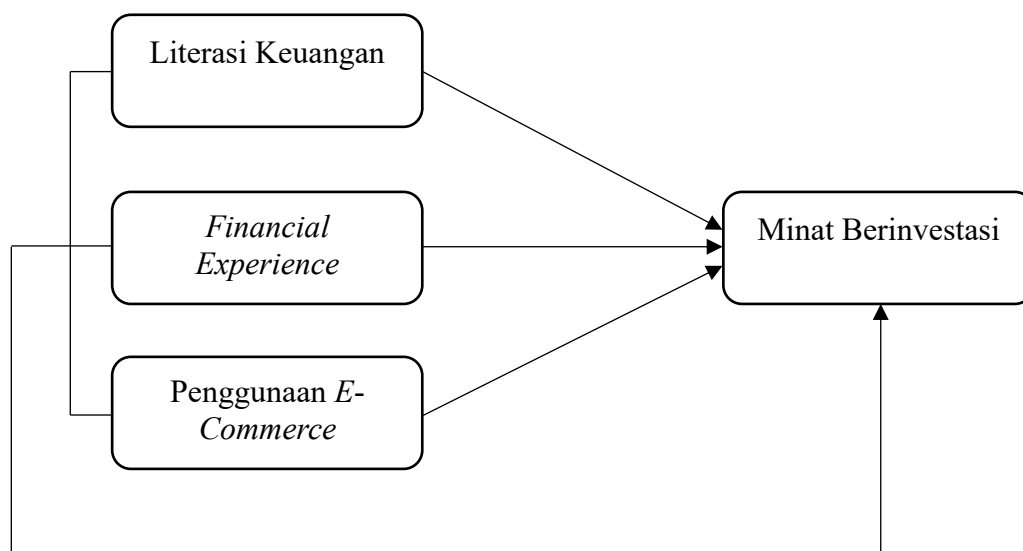
2.2.4 Pengaruh Literasi Keuangan, *Financial Experience* Dan Penggunaan *E-Commerce* Terhadap Minat Berinvestasi

Literasi keuangan, *financial experience*, dan penggunaan *e-commerce* secara bersama-sama memiliki pengaruh positif terhadap minat berinvestasi mahasiswa. Literasi keuangan memberikan pemahaman dasar mengenai konsep, risiko, dan manfaat investasi, sehingga mahasiswa mampu membuat keputusan yang bijak. *Financial experience* memperkuat kesiapan mahasiswa dalam

mengelola dana dan meningkatkan kepercayaan diri untuk memulai investasi. Sementara itu, penggunaan e-commerce turut mempermudah akses informasi serta memperkenalkan berbagai platform investasi digital yang praktis dan mudah digunakan. Kombinasi ketiga faktor ini mendorong mahasiswa untuk lebih terbuka dan tertarik dalam menjalankan aktivitas investasi sejak usia dini (Mahanani & Wibowo, 2024).

Berdasarkan hasil penelitian (Mahanani & Wibowo, 2024) menyatakan bahwa literasi keuangan, *financial experience* dan penggunaan *e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berinvestasi.

Dari uraian kerangka konseptual tersebut, maka penulis membuat gambar kerangka konseptual agar dapat lebih jelas pengaruh dari setiap variable bebas terhadap variable terikat. Berikut ini skema gambar kerangka konseptual :



Gambar 2.1 Paradigma Penelitian

2.3 Hipotesis

Hipotesis adalah kesimpulan sementara atas jawaban sementara dari pertanyaan yang ada pada pertemuan masalah penelitian. Berdasarkan batasan dan

rumusan masalah juga kerangka konseptual diatas, maka hipotesis penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Literasi keuangan berpengaruh terhadap minat berinvestasi Mahasiswa Program Studi Manajemen Stambuk 2022 Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. *Financial experience* berpengaruh terhadap minat berinvestasi Mahasiswa Program Studi Manajemen Stambuk 2022 Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Penggunaan *e-commerce* berpengaruh terhadap minat berinvestasi Mahasiswa Program Studi Manajemen Stambuk 2022 Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Literasi keuangan, *financial experience* dan penggunaan *e-commerce* berpengaruh terhadap minat berinvestasi Mahasiswa Program Studi Manajemen Stambuk 2022 Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian yang dilakukan terdiri dari empat variabel yaitu literasi keuangan (X1), *financial experience* (X2) dan penggunaan *e-commerce* (X3) sebagai variabel bebas, minat berinvestasi (Y) sebagai variabel terikat. Pendekatan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan pendekatan asosiatif. Menurut (Juliandi et al., 2015) pendekatan asosiatif adalah suatu pendekatan penelitian dimana peneliti tersebut bertujuan untuk menganalisis permasalahan bahwa adanya hubungan suatu variabel dengan variabel lainnya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan analisis jalur. Yang menggambarkan dan meringkaskan berbagai kondisi, situasi dan variabel sedangkan analisis jalur sering disebut sebagai analisis generasi kedua dari analisis multivariate. Analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

3.2 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah suatu usaha yang dilakukan untuk mendeteksi variabel-variabel dengan konsep-konsep yang berkaitan dengan masalah penelitian dan untuk memudahkan pemahaman dalam penelitian. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Defenisi Operasional	Indikator	Item Pernyataan
Minat Berinvestasi (Y)	Minat berinvestasi adalah suatu dorongan internal individu yang tercermin dalam kemauan untuk menyisihkan sebagian dari pendapatan atau kekayaan yang dimilikinya untuk ditanamkan dalam suatu instrumen investasi, dengan harapan memperoleh keuntungan finansial di masa mendatang.	1. Ketertarikan Terhadap Informasi Investasi 2. Keinginan untuk Memulai Investasi 3. Kesiediaan Menyisihkan Dana untuk Investasi 4. Pengetahuan Dasar tentang Investasi (Hartono, 2022)	1-2 3-4 5-6 7-8
Literasi Keuangan (X1)	Literasi keuangan adalah kemampuan penting yang memungkinkan seseorang untuk mengelola keuangan pribadi secara bijak dan efektif. Dengan literasi keuangan yang baik, seseorang dapat membuat keputusan yang lebih cerdas mengenai pendapatan, pengeluaran, investasi, dan pengelolaan utang, serta merencanakan masa depan finansial mereka dengan lebih baik.	1. Pemahaman tentang Pengelolaan Anggaran 2. Pemahaman tentang Tabungan dan Investasi 3. Pemahaman tentang Pengelolaan Utang 4. Pemahaman tentang Risiko dan Asuransi (Choerudin et al., 2023)	1-2 3-4 5-6 7-8
<i>Financial Experience</i> (X2)	<i>Financial experience</i> adalah peristiwa atau kejadian yang pernah dialami, baik yang dirasakan, dijalani, atau ditanggung, terkait dengan keuangan, baik yang sudah lama maupun yang baru saja terjadi (Suyono & Kusuma, 2024)	1. Pengalaman Investasi 2. Perencanaan Keuangan 3. Riwayat Pendidikan 4. Kegiatan Menabung (Jirwanto, 2024)	1-2 3-4 5-6 7-8
Penggunaan <i>e-commerce</i> (X3)	<i>E-commerce</i> menyediakan kemudahan dalam mengakses berbagai produk dan melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja, yang dapat mendorong mahasiswa untuk berbelanja secara impulsif tanpa perencanaan keuangan yang matang.	1. Kemudahan Penggunaan (<i>Ease of Use</i>) 2. Kepercayaan dan Keamanan (<i>Trust & Security</i>) 3. Harga dan Promosi 4. Pengaruh Sosial (Lubis, 2020)	1-2 3-4 5-6 7-8

[illegible]

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut (Juliandi et al., 2015) “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian ditarik kesimpulanya”. Populasi hanya di Mahasiswa Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, UMSU Angkatan 2022 yang berjumlah 792 mahasiswa.

3.4.2 Sampel

Menurut (Juliandi et al., 2015) “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti ini tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi”.

Dalam penelitian ini menggunakan teknik probability sampling, yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Jumlah sampel yang akan diambil akan menggunakan rumus Slovin (Juliandi et al., 2015) seperti berikut ini:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Keterangan:

n : ukuran sampel

N : ukuran populasi

e : presisi ($10\% = 0,1$)

Dengan rumus tersebut maka dapat dicari sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{792}{1+792(0,1)^2}$$

$$n = \frac{792}{1+792(0,01)}$$

$$n = \frac{792}{1+7.92}$$

$$n = \frac{792}{8.92}$$

$n = 89$ responden.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner kepada responden. Tingkat kesetujuan itu pada umumnya memiliki pernyataan gradasi dari yang sangat positif sampai sangat negatif dan dibagi atas skor penilaian yaitu Sangat Tidak Setuju (1), Tidak Setuju (2), Kurang Setuju (3), Setuju (4) dan Sangat Setuju (5) responden diminta melingkari nomor pilihan ganda yang ada atau membuat ceklis dalam table yang tersedia untuk penilaiannya.

Tabel 3.3
Instrumen Skala Likert

Keterangan	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Selanjutnya angket yang telah disusun akan diuji kelayakannya melalui pengujian Validitas dan Reliabilitas.

1. Uji Validitas

Menguji validitas berarti menguji sejauh mana ketepatan atau kebenaran suatu instrumen sebagai alat ukur variabel penelitian. Jika instrumen valid/ benar maka hasil pengukuran kemungkinan akan benar.

a. Tujuan Melakukan Pengujian Validitas

Pengujian Validitas dilakukan untuk mengetahui valid atau tidaknya instrument penelitian yang telah dibuat. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.

b. Rumusan Statistik Untuk Pengujian Validitas

$$r = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan :

r = Item instrumen variabel dengan totalnya

n = Jumlah sample

$\sum x_i$ = Jumlah pengamatan variabel x

$\sum y_i$ = Jumlah pengamatan variabel y

$(\sum x_i)^2$ = Jumlah kuadrat Pengamatan variabel x

$(\sum y_i)^2$ = Jumlah pengmatan variabel y

$(\sum x_i)^2$ = Kuadrat jumlah pengamatan variabel x

$(\sum y_i)^2$ = Pengamatan jumlah variabel y

$\sum x_i y_i$ = Jumlah hasil kali variabel x dan y

c. Kriteria pengujian validitas instrument

1. Tolak H_0 atau terima H_a jika nilai korelasi adalah positif dan probabilitas yang dihitung $<$ nilai probabilitas yang ditetapkan sebesar 0,05 (sig 2-tailed $< \alpha 0,05$).
2. Terima H_0 atau tolak H_a jika nilai korelasi adalah negatif dan probabilitas yang dihitung $>$ nilai probabilitas yang ditetapkan sebesar 0,05 (Sig 2-tailed $> \alpha 0,05$)

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas memiliki berbagai nama lain seperti kepercayaan, kehandalan, kestabilan (Ghozali, 2018). Tujuan pengujian reliabilitas adalah untuk melihat apakah instrument penelitian merupakan instrument yang handal dan dapat dipercaya maka hasil penelitian juga dapat memiliki tingkat keterpercayaan yang tinggi.

a. Tujuan melakukan Uji reliabilitas

Pengujian Reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana suatu alat ukur dapat menghasilkan data yang reliabel. Teknik yang dipakai untuk menguji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan cronbach Alpha.

b. Rumus statistic untuk pengujian reabilitas

$$r = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma_1^2} \right]$$

Keterangan :

r = Reliabilitas instrument (*cronbach alpha*)

k = Banyaknya butir pernyataan atau banyaknya soal

$\sum \sigma b^2$ = Jumlah varians butir pernyataan

$$\sigma_1^2 = \text{Varians total}$$

c. Kriteria pengujian reliabilitas

1. Jika nilai *cronbach alpha* > 0.6 maka instrumen variabel adalah reliabel (terpercaya)
2. Jika nilai *cronbach alpha* < 0,6 maka instrument yang diuji adalah tidak reliabel (tidak terpercaya)

3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data ini merupakan jawaban dari rumusan masalah yang akan meneliti apakah masing-masing variabel bebas tersebut berpengaruh terhadap variabel terikat, baik secara parsial maupun secara simultan. Berikut ini adalah teknik analisa data yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian.

3.6.1 Regresi Linear Berganda

Model regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat (Ghozali, 2018).

Secara umum persamaan regresi berganda sendiri adalah sebagai berikut :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \epsilon$$

Keterangan : Y = Minat Berinvestasi

a = Konstanta

β = Koefisien Regresi

X_1 = Literasi Keuangan

X_2 = *Financial Experience*

X_3 = Penggunaan *E-Commerce*

ϵ = Standart Error

Sebelum melakukan analisis regresi berganda terlebih dahulu melakukan uji lolos kendala linier atau uji asumsi klasik.

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik regresi berganda memiliki tujuan untuk melihat apakah dalam model regresi yang digunakan dalam penelitian ini merupakan model yang terbaik. Jika model merupakan model yang terbaik, maka hasil analisis regresi layak dijadikan sebagai rekomendasi untuk pengetahuan atau untuk tujuan pemecahan masalah praktis (Ghozali, 2018) Adapun syarat-syarat yang dilakukan untuk uji asumsi klasik meliputi :

3.6.2.1 Uji Normalitis

Pengujian normalitas data dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi, variabel dependen dan independennya memiliki distribusi normal atau tidak. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Menurut (Ghozali, 2018) uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan :

1. Uji Normal P-P *Plot of Regression Standardized Residual*
2. Uji ini dapat digunakan untuk melihat model regresi normal atau tidaknya dengan syarat yaitu:
 - a. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik historisnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
 - b. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

3. Uji kolmogorov smirnov, uji ini bertujuan agar dalam penelitian ini dapat mengetahui berdistribusi normal atau tidaknya antara variabel independen dengan variabel dependen ataupun keduanya.
 - a. Jika angka signifikansi $> 0,05$ maka data mempunyai distribusi yang normal.
 - b. Jika angka signifikansi $< 0,05$ maka data tidak mempunyai distribusi yang normal.

3.6.2.2 Uji Multikolinearitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel independen dan variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya bebas dari uji multikolinearitas atau tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. di dalam model regresi dapat diketahui dari nilai toleransi dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai toleransi lebih besar dari 0,1 atau nilai VIF lebih kecil dari 10, maka dapat disimpulkan tidak terjadinya multikolinearitas pada data yang akan diolah.

3.6.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Juliandi et al., 2015) “ Heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari suatu pengamatan yang lain”. Jika variasi residual dari suatu pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas, dan jika variasi berbeda disebut heteroskedastisitas. Model yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Dasar pengambilan keputusannya adalah jika pola tertentu, seperti titik-titik (point-point) yang ada membentuk satu pola tertentu teratur, maka terjadi heteroskedastisitas.

Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik poin-poin menyebar dibawah dan diatas angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterkedastisitas (Ghozali, 2018).

3.6.3 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis adalah analisis data yang paling penting karena berperan untuk menjawab rumusan masalah penelitian, dan membuktikan hipotesis penelitian (Ghozali, 2018)

3.6.3.1 Uji - t

Uji-t bertujuan untuk melihat apakah ada pengaruh secara parsial antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) (Ghozali, 2018). Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan *Significance Level* 0,05 ($\alpha=5\%$). Uji-t dipergunakan untuk menguji apakah variabel bebas (X) secara individual terdapat hubungan yang signifikan atau tidak terhadap variabel terikat (Y).

Untuk menguji signifikan hubungan digunakan rumus uji statistik t sebagai berikut :

$$t = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1 - r^2}}$$

Keterangan : t = nilai hitung

r = koefisien korelasi

n = banyaknya korelasi

Tahap – tahap :

1. Bentuk pengujian

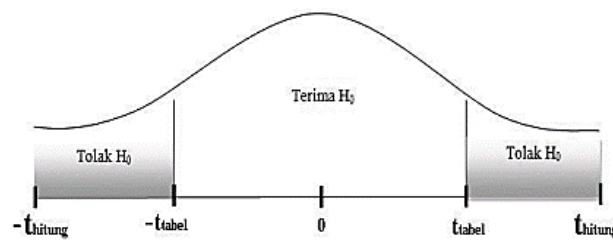
- a. $H_0 : r_s = 0$, artinya tidak terdapat hubungan signifikan antara variabel bebas (X) dengan variabel (Y).

- b. $H_0 : r_s \neq 0$, artinya terdapat hubungan signifikan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y).

2. Kriteria pengambilan keputusan

- a. jika $-t_{\text{tabel}} \leq t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$, pada $\alpha = 5\%$, $df = n-2$ maka H_0 diterima.
- b. Jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ atau $t_{\text{hitung}} < -t_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak.

Pengujian Hipotesis :



Gambar 3.1
Kriteria Pengujian Hipotesis t

3.6.3.2. Uji F (F-test)

Uji F disebut juga sebagai Uji ANOVA yaitu kegunaan uji F hampir sama dengan uji t. Uji F bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan rata-rata atau nilai tengah suatu data (Ghozali, 2018).

Sebuah program aplikasi SPSS, dimana jika struktur modal (p -value) $< 0,005$, maka secara simultan keseluruhan variabel independen memiliki pengaruh secara bersama-sama pada tingkat signifikan 5%.

Pengujian Uji F (F-test) sebagai berikut :

$$F_h = \frac{R^2/k}{(1-R^2)(n-k-1)}$$

(Ghozali, 2018)

Keterangan : F_h = Nilai F hitung

R = Koefisien koreksi ganda

K = Jumlah variable independent

N = Jumlah sampel

Tahap – tahap :

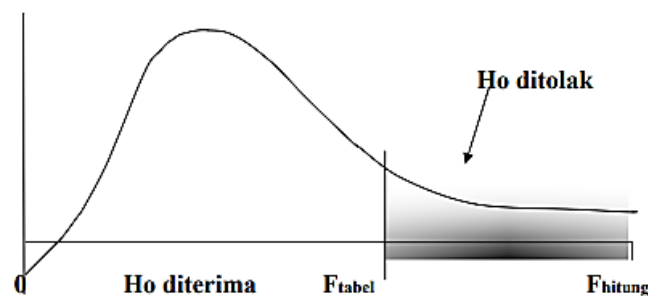
1. Bentuk pengujian

- a. $H_0 : \beta = 0$, artinya variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen
- b. $H_0 : \beta \neq 0$, artinya variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen

2. Pengambilan keputusan

- a. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $-F_{hitung} < -F_{tabel}$, maka H_0 ditolak.
- b. Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ atau $-F_{hitung} \geq -F_{tabel}$, maka H_0 diterima.

Pengujian hipotesis :



Gambar3.2 Pengujian Hipotesis F

3.6.4. Koefisien Determinasi (R-Square)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui presentase besarnya pengaruh variabel dependen dengan cara mengkuadratkan koefisien yang ditemukan. Dalam penggunaannya koefisien determinasi ini dinyatakan dalam bentuk persentase (%).

Rumus Uji Koefisien Determinasi :

$$D = R^2 \times 100\%$$

(Ghozali, 2018)

Keterangan : D = Determinasi

R = Nilai korelasi

100% = persentase kontribusi

BAB 4

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Deskripsi Hasil Penelitian

Dalam penelitian ini penulis mengolah data angket dalam bentuk data yang terdiri dari 8 pernyataan untuk variabel literasi keuangan (X1), 8 pernyataan untuk variabel *financial experience* (X2), 8 pernyataan untuk variabel penggunaan *e-commerce* (X3), 8 pernyataan untuk variabel minat berinvestasi (Y). Angket yang disebarkan diberikan kepada 89 Mahasiswa/i program studi Manajemen Stambuk 2022 Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara sebagai responden sampel penelitian dengan menggunakan skala likert berbentuk tabel cheklist yang terdiri dari 5 (lima) opsi pernyataan dan bobot penelitian.

4.1.2 Deskripsi Identitas Responden

4.1.2.1 Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Usia

Data di dalam tabel-tabel di bawah ini menunjukkan identitas responden yang terdiri dari :

Tabel 4.1

Data Identitas Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah Responden	Persentase
20 tahun	23	25,85%
21 tahun	47	52,80%
22 tahun	17	19,10%
23 tahun	2	2,25%
Jumlah	89	100 %

Sumber : Hasil Pengolahan Angket (2025)

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa dari 89 responden, terdapat 23 responden yang berusia 20 tahun atau sebanyak 25,85%, 47 responden yang

berusia 21 tahun atau sebanyak 52,80%, 17 responden yang berusia 22 tahun atau sebanyak 19,10%, dan 2 responden yang berusia 23 tahun atau sebanyak 2,25% dari keseluruhan responden.

4.1.2.2 Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Data di dalam tabel-tabel di bawah ini menunjukkan identitas responden yang terdiri dari :

Tabel 4.2

Data Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Identitas	Jumlah Responden	Persentase
Perempuan	45	50,56%
Laki - Laki	44	49,46%
Jumlah	89	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Angket (2025)

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa terdapat 45 responden laki-laki atau sebanyak 50,56% dan 44 responden Perempuan atau sebanyak 49,46% dari total keseluruhan responden.

4.1.2.3 Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Kelas

Data di dalam tabel-tabel di bawah ini menunjukkan identitas responden yang terdiri dari :

Tabel 4.3

Data Identitas Responden Berdasarkan Kelas

Identitas	Jumlah Responden	Persentase
6A	10	11%
6B	2	2,2%
6C	1	1,1%
6D	9	9,9%
6E	4	4,4%
6F	9	9,9%
6G	19	21,3%
6H	12	13,2%
6I	10	11%

6J	3	3,3%
6K	7	7,7%
6L	3	3,3%
6M	0	0%
6N	0	0%
Jumlah	89	100 %

Sumber : Hasil Pengolahan Angket (2025)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa terdapat 10 responden dari kelas 6A atau sebanyak 11%, 2 responden dari kelas 6B atau sebanyak 2,1%, 1 responden dari kelas 6C atau sebanyak 1,1%, 9 responden dari kelas 6D atau sebanyak 9,9%, 4 reponden dari kelas 6E atau sebanyak 4,4%, 9 responden dari kelas 6F atau sebanyak 9,9%, 19 responden dari kelas 6G atau sebanyak 21,3%, 12 responden dari kelas 6H atau sebanyak 13,2%, 10 responden dari kelas 6I atau sebanyak 11%, 3 responden dari kelas 6J atau sebanyak 3,3%, 7 responden dari kelas 6K atau sebanyak 7,7%, dan 3 responden dari kelas 6L atau sebanyak 3,3% responden dari total keseluruhan responden.

4.1.2.4 Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Jenis *E-Commerce* Yang Sering Digunakan

Data di dalam tabel-tabel di bawah ini menunjukkan identitas responden yang terdiri dari :

Tabel 4.4
Data Identitas Responden Berdasarkan Jenis *E-Commerce* Yang Sering Digunakan

Usia	Jumlah Responden	Persentase
Shopee	72	81,3%
Tokopedia	14	15,4%
Lazada	1	1,1%
Zalora	2	2,2%
Jumlah	89	100 %

Sumber : Hasil Pengolahan Angket (2025)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa terdapat 72 responden atau sebanyak 81,3% responden yang memilih Shopee, 14 responden atau sebanyak 15,45 memilih Tokopedia, 1 responden atau sebanyak 1,1% memilih Lazada, dan 2 responden atau sebanyak 2,2% memilih Zalora sebagai jenis e-commerce yang sering digunakan.

4.1.2.5 Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Sumber Dana Yang Dimiliki

Data di dalam tabel-tabel di bawah ini menunjukkan identitas responden yang terdiri dari :

Tabel 4.5

Data Identitas Responden Berdasarkan Sumber Dana Yang Dimiliki

Usia	Jumlah Responden	Persentase
Orang tua	40	44%
Beasiswa	1	1,1%
Pribadi	48	53,9%
Jumlah	89	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Angket (2025)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa terdapat 40 responden atau sebanyak 44% yang memiliki dana dari orang tua, 1 responden atau sebanyak 1,1% yang memiliki dana dari beasiswa, dan 48 responden atau sebanyak 53,9% yang memiliki dana bersumber dari penghasilan pribadi.

4.1.2.6 Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Pengalaman Berinvestasi

Data di dalam tabel-tabel di bawah ini menunjukkan identitas responden yang terdiri dari :

Tabel 4.6**Data Identitas Responden Berdasarkan Pengalaman Berinvestasi**

Usia	Jumlah Responden	Persentase
Pernah	43	47,3%
Belum Pernah	46	51,7%
Jumlah	89	100 %

Sumber : Hasil Pengolahan Angket (2025)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa dari keseluruhan responden, terdapat 43 responden atau sebanyak 47,3% yang menyatakan pernah melakukan investasi, dan 46 responden atau sebanyak 51,7% yang menyatakan belum pernah melakukan investasi.

4.1.3 Deskripsi Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari 4 variabel yaitu literasi keuangan (X1), *financial experience* (X2), penggunaan *e-commerce* (X3), minat berinvestasi (Y). Deskripsi data setiap pernyataan menampilkan jawaban setiap responden terhadap pernyataan yang diberikan kepada responden.

4.1.3.1 Variabel Minat Berinvestasi (Y)**Tabel 4.7****Angket Skor Untuk Variabel Minat Berinvestasi (Y)**

No Per	Alternatif Jawaban											
	SS		S		KS		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	57	64.04%	26	29.21%	6	6.74%	-	-	-	-	89	100%
2	45	50.56%	31	34.83%	13	14.61%	-	-	-	-	89	100%
3	50	56.18%	25	28.09%	13	14.61%	1	1.12%	-	-	89	100%
4	50	56.18%	28	31.46%	11	12.36%	-	-	-	-	89	100%
5	56	62.92%	28	31.46%	5	5.62%	-	-	-	-	89	100%
6	48	53.93%	29	32.58%	12	13.48%	-	-	-	-	89	100%
7	52	58.43%	26	29.21%	11	12.36%	-	-	-	-	89	100%
8	56	62.92%	28	31.46%	5	5.62%	-	-	-	-	89	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Angket (2025)

Dari data diatas dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Dari jawaban mengenai saya merasa tertarik untuk mencari informasi mengenai investasi, mayoritas responden menjawab sangat setuju sebanyak 57 responden.
2. Dari jawaban mengenai antusias membaca atau mendengar berita terkait investasi, mayoritas responden menjawab sangat setuju sebanyak 45 responden.
3. Dari jawaban mengenai memiliki niat untuk segera memulai investasi, mayoritas responden menjawab sangat setuju sebanyak 50 responden.
4. Dari jawaban mengenai berkeinginan mencoba berinvestasi dalam instrumen keuangan, mayoritas responden menjawab sangat setuju sebanyak 50 responden.
5. Dari jawaban mengenai saya bersedia menyisihkan sebagian pendapatan saya untuk berinvestasi, mayoritas responden menjawab sangat setuju sebanyak 56 responden.
6. Dari jawaban mengenai saya menyiapkan dana khusus setiap bulan untuk investasi, mayoritas responden menjawab sangat setuju sebanyak 48 responden.
7. Dari jawaban mengenai saya memiliki pemahaman dasar mengenai cara kerja investasi, mayoritas responden menjawab sangat setuju sebanyak 52 responden.
8. Dari jawaban mengenai saya mengetahui jenis-jenis instrumen investasi yang tersedia, mayoritas responden menjawab sangat setuju sebanyak 56 responden.

4.1.3.2 Variabel Literasi Keuangan (X1)

Tabel 4.8

Angket Skor Untuk Variabel Literasi Keuangan (X1)

Alternatif Jawaban												
No Per	SS		S		KS		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	46	51.69%	38	42.70%	5	5.62%	-	-	-	-	89	100%
2	47	52.81%	30	33.71%	11	12.36%	1	1.12%	-	-	89	100%
3	36	40.45%	27	30.34%	23	25.84%	2	2.25%	-	-	89	100%
4	43	48.31%	34	38.20%	11	12.36%	1	1.12%	-	-	89	100%
5	34	38.20%	35	39.33%	18	20.22%	2	2.25%	-	-	89	100%
6	39	43.82%	26	29.21%	20	22.47%	3	3.37%	1	1.12%	89	100%
7	46	51.69%	38	42.70%	5	5.62%	-	-	-	-	89	100%
8	47	52.81%	30	33.71%	11	12.36%	1	1.12%	-	-	89	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Angket (2025)

Dari data diatas dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Dari jawaban mengenai saya mampu menyusun anggaran keuangan pribadi dengan baik, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 46 responden.
2. Dari jawaban mengenai saya dapat mengendalikan pengeluaran sesuai dengan anggaran yang sudah direncanakan, mayoritas responden menjawab sangat setuju sebanyak 47 responden.
3. Dari jawaban mengenai saya memahami pentingnya menabung untuk masa depan, mayoritas responden menjawab sangat setuju sebanyak 36 responden.
4. Dari jawaban mengenai saya mengetahui perbedaan antara menabung dan berinvestasi, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 43 responden.
5. Dari jawaban mengenai saya mampu mengelola utang dengan bijak, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 34 responden.
6. Dari jawaban mengenai saya mampu menghindari penggunaan utang untuk keperluan konsumtif, mayoritas responden menjawab sangat setuju sebanyak 39 responden.

7. Dari jawaban mengenai saya memahami adanya risiko dalam setiap keputusan keuangan, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 46 responden.
8. Dari jawaban mengenai saya mengetahui peran asuransi dalam melindungi keuangan pribadi, mayoritas responden menjawab sangat setuju sebanyak 47 responden.

4.1.3.3 Variabel *Financial Experience* (X2)

Tabel 4.9

Angket Skor Untuk Variabel *Financial Experience* (X2)

Alternatif Jawaban												
No Per	SS		S		KS		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	48	53.93%	36	40.45%	5	5.62%	-	-	-	-	89	100%
2	49	55.06%	28	31.46%	11	12.36%	1	1.12%	-	-	89	100%
3	39	43.82%	25	28.09%	23	25.84%	2	2.25%	-	-	89	100%
4	45	50.56%	32	35.96%	11	12.36%	1	1.12%	-	-	89	100%
5	36	40.45%	33	37.08%	18	20.22%	2	2.25%	-	-	89	100%
6	41	46.07%	24	26.97%	20	22.47%	3	3.37%	1	1.12%	89	100%
7	48	53.93%	36	40.45%	5	5.62%	-	-	-	-	89	100%
8	49	55.06%	28	31.46%	11	12.36%	1	1.12%	-	-	89	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Angket (2025)

Dari data diatas dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Dari jawaban mengenai saya pernah memiliki pengalaman dalam melakukan investasi, mayoritas responden menjawab sangat setuju sebanyak 48 responden.
2. Dari jawaban mengenai saya memiliki pengalaman memilih jenis investasi, mayoritas responden menjawab sangat setuju sebanyak 49 responden.
3. Dari jawaban mengenai saya terbiasa membuat perencanaan keuangan jangka panjang, mayoritas responden menjawab sangat setuju sebanyak 39 responden.

4. Dari jawaban mengenai saya memiliki pengalaman dalam mengatur keuangan untuk mencapai tujuan tertentu, mayoritas responden menjawab sangat setuju sebanyak 45 responden.
5. Dari jawaban mengenai saya pernah mengikuti pendidikan atau pelatihan terkait keuangan, mayoritas responden menjawab sangat setuju sebanyak 36 responden.
6. Dari jawaban mengenai saya memiliki pengalaman belajar tentang investasi atau literasi keuangan, mayoritas responden menjawab sangat setuju sebanyak 41 responden.
7. Dari jawaban mengenai saya terbiasa menabung secara rutin, mayoritas responden menjawab sangat setuju sebanyak 48 responden.
8. Dari jawaban mengenai saya memiliki pengalaman menabung dalam jangka panjang, mayoritas responden menjawab sangat setuju sebanyak 49 responden.

4.1.3.4 Variabel Penggunaan *E-Commerce* (X3)

Tabel 4.10
Angket Skor Untuk Variabel Penggunaan *E-Commerce* (X3)

Alternatif Jawaban												
No Per	SS		S		KS		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	45	50.56%	24	26.97%	10	11.24%	10	11.24%	-	-	89	100%
2	48	53.93%	19	21.35%	14	15.73%	8	8.99%	-	-	89	100%
3	44	49.44%	26	29.21%	12	13.48%	6	6.74%	1	1.12%	89	100%
4	45	50.56%	23	25.84%	14	15.73%	6	6.74%	1	1.12%	89	100%
5	45	50.56%	30	33.71%	10	11.24%	4	4.49%	-	-	89	100%
6	43	48.31%	31	34.83%	13	14.61%	2	2.25%	-	-	89	100%
7	45	50.56%	24	26.97%	10	11.24%	10	11.24%	-	-	89	100%
8	48	53.93%	19	21.35%	14	15.73%	8	8.99%	-	-	89	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Angket (2025)

Dari data diatas dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Dari jawaban mengenai saya merasa mudah dalam menggunakan aplikasi e-commerce, mayoritas responden menjawab sangat setuju 45 responden.
2. Dari jawaban mengenai saya merasa penggunaan e-commerce tidak memerlukan usaha yang sulit, mayoritas responden menjawab sangat setuju 48 responden.
3. Dari jawaban mengenai saya percaya bahwa transaksi melalui e-commerce adalah aman, mayoritas responden menjawab sangat setuju 44 responden.
4. Dari jawaban mengenai saya yakin bahwa data pribadi saya terlindungi saat menggunakan e-commerce, mayoritas responden menjawab sangat setuju 45 responden.
5. Dari jawaban mengenai saya merasa harga produk di e-commerce lebih terjangkau dibandingkan toko fisik, mayoritas responden menjawab sangat setuju 45 responden.
6. Dari jawaban mengenai saya tertarik berbelanja di e-commerce karena adanya promosi dan diskon, mayoritas responden menjawab sangat setuju 43 responden
7. Dari jawaban mengenai saya menggunakan e-commerce karena didorong oleh rekomendasi orang lain, mayoritas responden menjawab sangat setuju 45 responden.
8. Dari jawaban mengenai saya terdorong menggunakan e-commerce karena pengaruh lingkungan sekitar, mayoritas responden menjawab sangat setuju 48 responden.

4.2 Analisis Data

4.2.1 Uji Kualitas Data

4.2.1.1 Uji Validitas

Tabel 4.11
Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Minat Berinvestasi (Y)

Item-Total Statistics			
Item Pernyataan	Sig < 0,05	Rhitung > Rtabel	Keterangan
Y.1	0,001 < 0,05	0.280>0.208	Valid
Y.2	0,001 < 0,05	0.645>0.208	Valid
Y.3	0,001 < 0,05	0.640>0.208	Valid
Y.4	0,001 < 0,05	0.597>0.208	Valid
Y.5	0,001 < 0,05	0.631>0.208	Valid
Y.6	0,001 < 0,05	0.737>0.208	Valid
Y.7	0,001 < 0,05	0.549>0.208	Valid
Y.8	0,001 < 0,05	0.795>0.208	Valid

Sumber : Pengolahan Data SPSS 30.00 (2025)

Dari hasil pengujian validitas pada tabel diatas, variabel minat berinvestasi (Y) dengan 8 pernyataan yang telah diisi oleh responden pada penelitian ini, dapat dilihat bahwa $r_{hitung} > r_{tabel}$ yang artinya semua kuesioner diatas dinyatakan valid.

Tabel 4.12
Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Literasi Keuangan (X1)

Item-Total Statistics			
Item Pernyataan	Sig < 0,05	Rhitung > Rtabel	Keterangan
X1.1	0,001 < 0,05	0.664>0.208	Valid
X1.2	0,001 < 0,05	0.707>0.208	Valid
X1.3	0,001 < 0,05	0.542>0.208	Valid
X1.4	0,001 < 0,05	0.633>0.208	Valid
X1.5	0,001 < 0,05	0.792>0.208	Valid
X1.6	0,001 < 0,05	0.815>0.208	Valid
X1.7	0,001 < 0,05	0.665>0.208	Valid
X1.8	0,001 < 0,05	0.729>0.208	Valid

Sumber : Pengolahan Data SPSS 30.00 (2025)

Dari hasil pengujian validitas pada tabel diatas, variabel literasi keuangan (X1) dengan 8 pernyataan yang telah diisi oleh responden pada penelitian ini, dapat dilihat bahwa $r_{hitung} > r_{tabel}$ yang artinya semua kuesioner diatas dinyatakan valid.

Tabel 4.13

Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel *Financial Experience* (X2)

Item-Total Statistics			
Item Pernyataan	Sig < 0,05	Rhitung > Rtabel	Keterangan
X2.1	0,001 < 0,05	0.726>0.208	Valid
X2.2	0,001 < 0,05	0.612>0.208	Valid
X2.3	0,001 < 0,05	0.770>0.208	Valid
X2.4	0,001 < 0,05	0.713>0.208	Valid
X2.5	0,001 < 0,05	0.701>0.208	Valid
X2.6	0,001 < 0,05	0.587>0.208	Valid
X2.7	0,001 < 0,05	0.725>0.208	Valid
X2.8	0,001 < 0,05	0.564>0.208	Valid

Sumber : Pengolahan Data SPSS 30.00 (2025)

Dari hasil pengujian validitas pada tabel diatas, variabel *financial experience* (X2) dengan 8 pernyataan yang telah diisi oleh responden pada penelitian ini, dapat dilihat bahwa $r_{hitung} > r_{tabel}$ yang artinya semua kuesioner diatas dinyatakan valid.

Tabel 4.14

Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Penggunaan *E-Commerce* (X3)

Item-Total Statistics			
Item Pernyataan	Sig < 0,05	Rhitung > Rtabel	Keterangan
X3.1	0,001 < 0,05	0.562>0.208	Valid
X3.2	0,001 < 0,05	0.565>0.208	Valid
X3.3	0,001 < 0,05	0.613>0.208	Valid
X3.4	0,001 < 0,05	0.675>0.208	Valid
X3.5	0,001 < 0,05	0.706>0.208	Valid
X3.6	0,001 < 0,05	0.546>0.208	Valid
X3.7	0,001 < 0,05	0.739>0.208	Valid

X3.8	0,001 < 0,05	0.729 > 0.208	Valid
------	--------------	---------------	-------

Sumber : Pengolahan Data SPSS 30.00 (2025)

Dari hasil pengujian validitas pada tabel diatas, variabel penggunaan *e-commerce* (Y) dengan 8 pernyataan yang telah diisi oleh responden pada penelitian ini, dapat dilihat bahwa $r_{hitung} > r_{tabel}$ yang artinya semua kuesioner diatas dinyatakan valid.

4.2.1.2 Uji Reliabilitas

Tabel 4.15
Uji Realibilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
Minat Berinvestasi (Y)	0.765 > 0.6	8	Reliable
Literasi Keuangan (X1)	0.837 > 0.6	8	Reliable
<i>Financial Experience</i> (X2)	0.823 > 0.6	8	Reliable
Penggunaan <i>E-Commerce</i> (X3)	0.794 > 0.6	8	Reliable

Sumber : Pengolahan Data SPSS 30.00 (2025)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas menunjukkan seluruh variabel penelitian menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,6 sehingga dapat dinyatakan reliabel. Variabel Minat Berinvestasi (Y) memperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,765, Literasi Keuangan (X1) sebesar 0,837, *Financial Experience* (X2) sebesar 0,823, dan Penggunaan *E-Commerce* (X3) sebesar 0,794, masing-masing dengan jumlah item sebanyak delapan pernyataan. Hal ini berarti seluruh

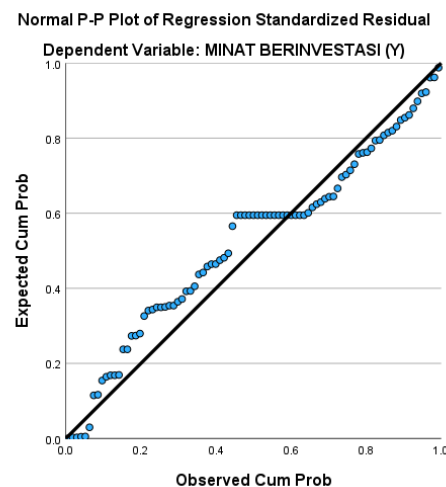
instrumen penelitian yang digunakan telah memenuhi syarat reliabilitas dan dapat dipercaya untuk digunakan dalam pengumpulan data penelitian.

4.2.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan model analisis yang dipakai adalah analisis regresi linear berganda. Dalam penelitian ini menggunakan uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas. Adapun uji asumsi klasik sebagai berikut :

4.2.2.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal (Juliandi, 2018). Normalitas data merupakan hal yang penting karena data yang terdistribusi normal maka data tersebut dianggap dapat mewakili populasi.



Sumber : Pengolahan Data SPSS 30.00 (2025)

Gambar 4.1 Uji Normalitas

Berdasarkan gambar 4.1. *normal probability plots* terlihat bahwa titik-titik menyebar sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, Sehingga

dapat disimpulkan bahwa residul terdistribusi secara normal dan model regresi. Jadi, syarat normalitas sudah terpenuhi.

4.2.2.2 Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearita artinya variabel independen yang terdapat dalam model regresi memiliki hubungan linear yang sempurna atau mendekati sempurna (Juliandi, 2018). Nilai cutoff yang umumnya dipakai untuk menunjukkan adanya uji multikolinearitas adalah tidak terjadi gejala multikolinearitas, jika nilai Tolerance ≥ 0.10 dan nilai VIF < 10 .

Berdasarkan hasil output SPSS, maka besar nilai VIF dan *tolerance value* dapat dilihat pada tabel 4.16 dibawah ini.

Tabel 4.16
Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	12.768	2.466		5.178	<0.001		
	LITERASI KEUANGAN (X1)	0.182	0.089	0.236	2.044	0.044	0.397	2.520
	FINANCIAL EXPERIENCE (X2)	0.230	0.110	0.294	2.093	0.039	0.269	3.717
	PENGUNAAN E-COMMERCE (X3)	0.257	0.082	0.318	3.157	0.002	0.522	1.915

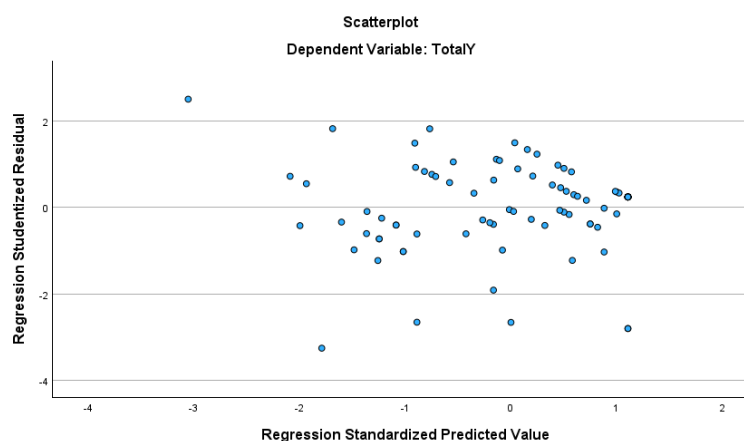
a. Dependent Variable: MINAT BERINVESTASI (Y)

Sumber : Pengolahan Data SPSS 30.00 (2025)

Berdasarkan tabel 4.16 menunjukkan bahwa masing-masing variabel independen memiliki nilai tolerance ≥ 0.10 yang berarti bahwa tidak adanya korelasi diantara variabel independen. Dalam hasil perhitungan VIF juga dapat menunjukkan hal yang paling sama, dimana masing-masing variabel nilai independen dapat memiliki nilai VIF ≤ 10 , maka dapat disimpulkan bahwa tidak adanya gejala multikolinearitas.

4.2.2.4 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas adalah uji ini memiliki tujuan untuk mengetahui apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan kepengamatan lainnya (Juliandi, 2018). Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah dimana terdapat kesamaan varian dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain tetap atau disebut heteroskedastisitas. Berdasarkan hasil output SPSS maka diagram scatterplot dapat dilihat pada Gambar 4.2 dibawah ini.



Sumber : Pengolahan Data SPSS 30.00 (2025)

Gambar 4.2 Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar 4.2. diatas dapat dilihat bahwa titik-titik acak (random), baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y dan tidak menunjukkan pola atau bentuk tertentu. Maka asumsi untuk uji heteroskedastisitas dapat disimpulkan bahwa model regresi yang dapat digunakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.2.3 Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Model regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen).

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

Keterangan : Y = Minat Berinvestasi

a = Konstanta

β = Koefisien Regresi

X_1 = Literasi Keuangan

X_2 = *Financial Experience*

X_3 = Penggunaan *E-Commerce*

ε = Standart Error

Berikut adalah tabel yang merupakan hasil output SPSS.

Tabel 4.17
Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	12.768	2.466		5.178	<0.001		
	LITERASI KEUANGAN (X1)	0.182	0.089	0.236	2.044	0.044	0.397	2.520
	FINANCIAL EXPERIENCE (X2)	0.230	0.110	0.294	2.093	0.039	0.269	3.717
	PENGUNAAN E-COMMERCE (X3)	0.257	0.082	0.318	3.157	0.002	0.522	1.915

a. Dependent Variable: MINAT BERINVESTASI (Y)

Sumber : Pengolahan Data SPSS 30.00 (2025)

Dari tabel diatas dapat ditentukan persamaan regresinya berdasarkan kolom B yang merupakan koefisien regresi pada tiap variabelnya. Jadi persamaan regresinya adalah sebagai berikut.

$$Y = 12.768 + 0.182X_1 + 0.230X_2 + 0.257X_3 + \varepsilon$$

Berikut penjelasan mengenai hasil persamaan regresi dapat implementasikan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta sebesar 12.768 menunjukkan literasi keuangan, *financial experience* dan penggunaan *e-commerce* dalam keadaan tetap dimana tidak mengalami perubahan atau sama dengan nol, maka minat berinvestasi memiliki nilai 12.768.
2. Nilai koefisien literasi keuangan sebesar 0.182 dengan arah positif menunjukkan bahwa literasi keuangan mengalami kenaikan maka akan diikuti oleh kenaikan minat berinvestasi sebesar 0.182 dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap tetap.
3. Nilai koefisien *financial experience* sebesar 0.230 dengan arah positif menunjukkan bahwa *financial experience* mengalami kenaikan maka akan diikuti oleh kenaikan minat berinvestasi sebesar 0.230 dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap tetap.
4. Nilai koefisien penggunaan *e-commerce* sebesar 0.257 dengan arah positif menunjukkan bahwa penggunaan *e-commerce* mengalami kenaikan maka akan diikuti oleh kenaikan minat berinvestasi sebesar 0.257 dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap tetap.

4.2.4 Pengujian Hipotesis

4.2.4.1 Uji t (Parsial)

Uji t parsial merupakan metode untuk menilai signifikansi pengaruh variabel X terhadap variabel Y secara individual. Uji ini digunakan untuk menentukan sejauh mana variabel independen berkontribusi dalam menjelaskan variabel dependen. Dalam uji T ini, tingkat signifikansi yang umumnya digunakan

adalah 0,05 (atau 5%). Beberapa kriteria yang digunakan dalam uji T adalah sebagai berikut:

1. Bila $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikan $< 0,05$ maka hipotesis diterima, yang artinya secara parsial variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2. Bila $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikan $> 0,05$ maka hipotesis ditolak, yang artinya secara parsial variabel independen tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen

Berdasarkan hasil output SPSS 30 maka hasil uji t dapat dilihat pada tabel 4.18 dibawah ini:

Tabel 4.18

Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	12.768	2.466		5.178	<0.001		
	LITERASI KEUANGAN (X1)	0.182	0.089	0.236	2.044	0.044	0.397	2.520
	FINANCIAL EXPERIENCE (X2)	0.230	0.110	0.294	2.093	0.039	0.269	3.717
	PENGUNAAN E-COMMERCE (X3)	0.257	0.082	0.318	3.157	0.002	0.522	1.915

a. Dependent Variable: MINAT BERINVESTASI (Y)

Sumber: Pengolahan Data SPSS 30.00 (2025)

1. Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Berinvestasi

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial pengaruh literasi keuangan terhadap minat berinvestasi, maka diperoleh nilai t_{hitung} untuk variabel literasi keuangan adalah 2.044 dan t_{tabel} dengan $\alpha = 5\%$ sebesar 1.987. Variabel literasi keuangan memiliki nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2.044 > 1.987$) dengan angka signifikan $0.044 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa secara pasrial ada pengaruh signifikan antara literasi keuangan terhadap minat berinvestasi.

2. Pengaruh *Financial Experience* Terhadap Minat Berinvestasi

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial pengaruh *financial experience* terhadap minat berinvestasi, maka diperoleh nilai t_{hitung} untuk variabel *financial experience* adalah 2.093 dan t_{tabel} dengan $\alpha = 5\%$ sebesar 1.987. Variabel *financial experience* memiliki nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2.093 > 1.987$) dengan angka signifikan $0.035 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial ada pengaruh signifikan antara *financial experience* terhadap minat berinvestasi.

3. Pengaruh Penggunaan *E-Commerce* Terhadap Minat Berinvestasi

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial pengaruh penggunaan *e-commerce* terhadap minat berinvestasi, maka diperoleh nilai t_{hitung} untuk variabel penggunaan *e-commerce* adalah 3.157 dan t_{tabel} dengan $\alpha = 5\%$ sebesar 1.987. Variabel penggunaan *e-commerce* memiliki nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($3.157 > 1.987$) dengan angka signifikan $0.002 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial ada pengaruh signifikan antara penggunaan *e-commerce* terhadap minat berinvestasi.

4.2.4.2 Uji F (Simultan)

Uji F bertujuan untuk menguji pengaruh variabel independent secara simultan terhadap variabel dependent. Berdasarkan hasil output SPSS maka hasil uji F dapat dilihat pada tabel 4.19 sebagai berikut :

Tabel 4.19

Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	412.406	3	137.469	34.445	<0.001 ^b
	Residual	339.234	85	3.991		
	Total	751.640	88			

a. Dependent Variable: MINAT BERINVESTASI (Y)

b. Predictors: (Constant), PENGGUNAAN E-COMMERCE (X3), LITERASI KEUANGAN (X1), FINANCIAL EXPERIENCE (X2)

Sumber : Pengolahan Data SPSS 30.00 (2025)

Dari uji ANOVA atau *Ftest* di dapat nilai $F_{hitung} 34.445 > F_{tabel} 2,70$ dengan tingkat signifikasi 0.001. Hal ini menunjukkan bahwa secara serempak yang menyatakan bahwa ada pengaruh signifikan literasi keuangan, *financial experience* dan penggunaan *e-commerce* secara bersama sama berpengaruh terhadap minat berinvestasi.

4.2.5 Uji Koefisien Determinasi (R-Square)

Menurut (Juliandi, 2018) koefisien determinasi pada intinya mengatur seberapa jauh dalam menerangkan variasi variabel dependen.cara lain untuk melihat kesesuaian model regresi linear yaitu dengan mengukur kontribusi yang diberikan oleh variabel bebas (X) dalam memprediksi nilai Y.

Berdasarkan hasil output SPSS, maka hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel 4.20. dibawah ini.

Tabel 4.20

R-Square

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.741 ^a	.549	.533	1.998

a. Predictors: (Constant), TotalX3, TotalX1, TotalX2

b. Dependent Variable: TotalY

Sumber : Pengolahan Data SPSS 29.00 (2025)

Berdasarkan tabel 4.20 diatas dapat dilihat bahwa nilai $R=0.741$ untuk hubungan antar variabel dan *Adjusted R Square*= 0.533 berarti 53.3% menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen yaitu literasi keuangan, *financial experience* dan penggunaan *e-commerce* dalam menjelaskan variabel dependen yaitu minat berinvestasi adalah sebesar 53.3%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa minat berinvestasi dipengaruhi oleh literasi keuangan, *financial experience* dan penggunaan *e-commerce*, sedangkan sisanya sebesar $(100\%-53.3\% = 46.7\%)$ yang telah dipengaruhi oleh faktor lain yang belum mampu menjelaskan oleh variabel independen dalam model penelitian ini.

4.3 Pembahasan

Penelitian ini mengungkapkan tentang pengaruh literasi keuangan, *financial experience* dan penggunaan *e-commerce* terhadap minat berinvestasi Mahasiswa Program Studi Manajemen Stambuk 2022 Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, dengan hipotesis yang telah ditetapkan. Berikut penjelasannya mengenai masing-masing variabel.

4.3.1 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Berinvestasi

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial pengaruh literasi keuangan terhadap minat berinvestasi, maka diperoleh nilai t_{hitung} untuk variabel literasi keuangan adalah 2.044 dan t_{tabel} dengan $\alpha = 5\%$ sebesar 1.987. Variabel literasi keuangan memiliki nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2.044 > 1.987$) dengan angka signifikan $0.044 < 0.05$. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial ada pengaruh yang signifikan antara literasi keuangan terhadap minat berinvestasi.

Tingkat pemahaman mahasiswa terhadap konsep dasar keuangan seperti manajemen anggaran, risiko, dan instrumen investasi menentukan sejauh mana mereka tertarik dan mampu membuat keputusan investasi yang tepat. Mahasiswa yang memiliki literasi keuangan tinggi cenderung lebih percaya diri dalam mengelola keuangannya, memahami manfaat investasi jangka panjang, dan mampu membedakan antara keputusan konsumtif dan produktif. Dengan pengetahuan yang memadai, mereka lebih termotivasi untuk mengalokasikan pendapatan atau uang sakunya ke dalam instrumen investasi seperti saham, reksa dana, atau emas, dibandingkan hanya digunakan untuk konsumsi. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan literasi keuangan dapat menjadi strategi penting dalam mendorong generasi muda, khususnya mahasiswa, untuk mulai berinvestasi sejak dini guna mencapai tujuan keuangan mereka di masa depan (Azkia et al., 2025).

Berdasarkan hasil penelitian (Azkia et al., 2025) menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi.

4.3.2 Pengaruh *Financial Experience* Terhadap Minat Berinvestasi

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial pengaruh *financial experience* terhadap minat berinvestasi, maka diperoleh nilai t_{hitung} untuk variabel *financial experience* adalah 2.093 dan t_{tabel} dengan $\alpha = 5\%$ sebesar 1.987. Variabel *financial experience* memiliki nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2.093 > 1.987$) dengan angka signifikan $0.035 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa secara pasrial ada pengaruh positif dan signifikan antara *financial experience* terhadap minat berinvestasi.

Financial experience berpengaruh positif terhadap minat berinvestasi mahasiswa karena pengalaman dalam mengelola keuangan membantu mereka

memahami pentingnya perencanaan keuangan jangka panjang. Mahasiswa yang pernah menabung, mengatur anggaran, atau terlibat dalam kegiatan keuangan lainnya cenderung lebih percaya diri dan siap untuk mengambil keputusan investasi. Pengalaman tersebut juga membentuk pola pikir yang lebih bijak dalam mengelola risiko dan memilih instrumen investasi yang sesuai. Dengan demikian, semakin banyak pengalaman keuangan yang dimiliki mahasiswa, semakin tinggi pula minat mereka untuk berinvestasi (Anggraeni et al., 2022).

Berdasarkan hasil penelitian (Anggraeni et al., 2022) menyatakan bahwa *financial experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi.

4.3.3 Pengaruh Penggunaan *E-Commerce* Terhadap Minat Berinvestasi

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial pengaruh penggunaan *e-commerce* terhadap minat berinvestasi, maka diperoleh nilai t_{hitung} untuk variabel penggunaan *e-commerce* adalah 3.157 dan t_{tabel} dengan $\alpha = 5\%$ sebesar 1.987. Variabel penggunaan *e-commerce* memiliki nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($3.157 > 1.987$) dengan angka signifikan $0.002 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial ada pengaruh yang signifikan antara penggunaan *e-commerce* terhadap minat berinvestasi.

Penggunaan *e-commerce* yang tinggi di kalangan mahasiswa dapat berdampak negatif terhadap minat mereka dalam berinvestasi, karena pengeluaran yang dominan untuk belanja online cenderung mengurangi alokasi dana untuk kegiatan produktif seperti investasi. Kemudahan akses, promosi menarik, dan kemudahan transaksi dalam *platform e-commerce* sering kali mendorong perilaku konsumtif dan pembelian impulsif. Akibatnya, mahasiswa lebih fokus pada pemenuhan kebutuhan jangka pendek daripada merencanakan keuangan jangka

panjang melalui investasi. Rendahnya kontrol terhadap pengeluaran akibat penggunaan *e-commerce* yang tidak terarah juga menurunkan kemampuan mereka dalam menyisihkan dana untuk investasi. Oleh karena itu, meskipun *e-commerce* membawa banyak kemudahan, tanpa literasi keuangan yang baik, penggunaannya justru dapat menghambat pertumbuhan minat investasi di kalangan mahasiswa (Anggraeni et al., 2022)

Berdasarkan hasil penelitian (Anggraeni et al., 2022) menyatakan bahwa penggunaan *e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat investasi.

4.3.4 Pengaruh Literasi Keuangan, *Financial Experience* Dan Penggunaan *E-Commerce* Terhadap Minat Berinvestasi

Dari uji ANOVA atau *Ftest* di dapat nilai $F_{hitung} 34.445 > F_{tabel} 2,70$ dengan tingkat signifikansi 0.001. Hal ini menunjukkan bahwa secara bersamaan yang menyatakan bahwa ada pengaruh signifikan literasi keuangan, *financial experience* dan penggunaan *e-commerce* secara bersama sama berpengaruh terhadap minat berinvestasi.

Literasi keuangan, *financial experience*, dan penggunaan *e-commerce* secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap minat berinvestasi mahasiswa. Literasi keuangan memberikan pemahaman dasar mengenai konsep, risiko, dan manfaat investasi, sehingga mahasiswa mampu membuat keputusan yang bijak. *Financial experience* memperkuat kesiapan mahasiswa dalam mengelola dana dan meningkatkan kepercayaan diri untuk memulai investasi. Sementara itu, penggunaan *e-commerce* turut mempermudah akses informasi serta memperkenalkan berbagai platform investasi digital yang praktis dan mudah

digunakan. Kombinasi ketiga faktor ini mendorong mahasiswa untuk lebih terbuka dan tertarik dalam menjalankan aktivitas investasi sejak usia dini (Mahanani & Wibowo, 2024).

Berdasarkan hasil penelitian (Mahanani & Wibowo, 2024) menyatakan bahwa literasi keuangan, *financial experience* dan penggunaan *e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berinvestasi.

BAB 5

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat diambil kesimpulan yaitu sebagai berikut :

1. Literasi keuangan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat berinvestasi mahasiswa. Mahasiswa yang memiliki tingkat literasi keuangan yang lebih tinggi cenderung memilih untuk berinvestasi, karena mampu membedakan antara kebutuhan dan keinginan, serta cenderung lebih bijak dalam mengatur keuangannya.
2. *Financial experience* juga berpengaruh terhadap minat berinvestasi mahasiswa. Mahasiswa yang mempunyai banyak pengalaman keuangan akan lebih percaya diri, serta mampu mengambil keputusan yang tepat karena telah terbiasa mengelola dan menghadapi risiko keuangan.
3. Penggunaan e-commerce juga berpengaruh secara signifikan terhadap minat berinvestasi mahasiswa. Mahasiswa yang mengikuti tren yang semakin meningkat di platform e-commerce, lebih cenderung melakukan pembelian karena perbedaan harga dan juga promosi yang menarik di platform e-commerce.
4. Secara simultan literasi keuangan, *financial experience* dan penggunaan *e-commerce* berpengaruh terhadap minat berinvestasi mahasiswa. Kombinasi dari tingkat literasi keuangan yang dimiliki, *financial experience* yang memadai dan penggunaan e-commerce secara bijak menentukan sejauh mana mahasiswa mengalokasikan pendapatannya untuk berinvestasi.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka diberikan saran yaitu sebagai berikut :

1. Disarankan agar mahasiswa terus meningkatkan literasi keuangan melalui pembelajaran, seminar, maupun pelatihan sehingga pemahaman yang baik tentang pengelolaan keuangan dapat semakin mendorong minat berinvestasi.
2. Disarankan agar mahasiswa lebih aktif memanfaatkan pengalaman keuangan pribadi, baik dari praktik langsung maupun studi kasus, untuk memperkuat kemampuan mengambil keputusan investasi secara tepat.
3. Disarankan agar mahasiswa memaksimalkan penggunaan e-commerce sebagai sarana memperoleh informasi dan akses terhadap produk investasi yang lebih luas, praktis, dan transparan.
4. Disarankan agar pihak kampus maupun lembaga terkait mendukung pengembangan literasi keuangan, pengalaman finansial, dan pemanfaatan e-commerce secara terpadu sehingga minat berinvestasi mahasiswa dapat meningkat secara berkelanjutan.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah diusahakan dan dilaksanakan sesuai dengan ilmiah, namun demikian masih memiliki keterbatasan yaitu :

1. Dalam proses pengambilan data, informasi yang diberikan responden melalui kuesioner terkadang tidak menunjukkan pendapat responden yang sebenarnya. Hal ini terjadi karena adanya perbedaan pemikiran, anggapan dan pemahaman pada setiap responden, juga faktor lain seperti kejujuran dalam pengisian pendapat responden dalam kuesionernya.

2. Penelitian ini hanya mengambil sampel sebanyak 89 Mahasiswa Program Studi Manajemen Stambuk 2022 Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

DAFTAR PUSTAKA

- Ainiyah, N., & Indrarini, R. (2022). Pengaruh Motivasi Investasi Dan Kemajuan Teknologi Terhadap Minat Berinvestasi Di Reksadana Syariah Pada Generasi Z Kota Surabaya. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islami*, 5(22), 80–94.
- Aisyah, S. N. (2023). Analisis Peran E-Commerce Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja. *Journal Of Education And Management Studies*, 6(1), 26–30.
- Agata, T., & Nurazi, R. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan Dan Modal Minimal Terhadap Minat Investasi Generasi Z Indonesia Di Pasar Modal. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (Mea)*, 8(2), 1797-1813.
- Ameliawati, M., & Setiyani, R. (2018). The Influence of Financial Attitude, Financial Socialization, and Financial Experience to Financial Management Behavior with Financial Literacy as the Mediation Variable. *International Conference on Economics, Business and Economic Education*, 3(10), 811–829.
- Amrul, R., & Wardah, S. (2021). Pengaruh Modal Minimal, Pengetahuan Investasi, Dan Motivasi Terhadap Minat Berinvestasi Mahasiswa Di Pasar Modal. *Jbma*, 7(1), 55–68.
- Anggraeni, M., Kasidi, K., & Widayati, S. (2022). Pengaruh Penggunaan E-Commerce Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Ivet Semarang. *Journal Of Economic Education And Entrepreneurship*, 3(2), 43–50.
- Arifin, M. R. W., & Cahya, S. B. (2023). Pengaruh Penggunaan Platform Digital Money Dan Platform E-Commerce Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 12(2), 263–272.
- Audinasyah, C. S., & Nurhasanah, N. (2025). Pengaruh Pengetahuan Investasi, Financial Literacy Dan Pendapatan Terhadap Minat Investasi Pada Mahasiswa Gen Z. *Jiip - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 8(2), 1525-1530.

- Ayuni, S., & Siregar, Q. R. (2023). Pengaruh Sosialisasi Keuangan Dan Pengalaman Keuangan Terhadap Pengelolaan Keuangan Melalui Pengendalian Diri. *Jurnal AKMAMI (Akutansi, Manajemen, Ekonomi)*, 4(3), 233–243.
- Azkia, M., Firdaus, R., Suhenda, D. P., Syam, M., & Guntara, Y. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal Syariah Dengan Pendapatan Sebagai Variabel Moderasi:: Studi Pekerja Kabupaten Garut. *Indonesian Research Journal On Education*, 5(2), 241-256.
- Choerudin, A., Zulfachry, Z., & Widyaswati, R. (2023). *Literasi Keuangan*. Pt. Global Eksekutif Teknologi.
- Dewanti, A. P. R., & Triyono. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Perilaku Keuangan, Herding Behavior, Risk Tolerance, Dan Overconfidence Terhadap Keputusan Investasi Pasar Modal (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta). *Jurnal Emt Kita*, 8(2), 672–687.
- Firdausi, M. A., & Iradianty, A. (2024). Pengaruh Financial Knowledge , Financial Experience , Locus of Control dan Income Terhadap Financial Behavior (Studi Pada Karyawan Mobile Service PT EXA Mitra Solusi). *E-Proceeding of Management*, 11(3), 2334–2348.
- Hafiza, N., Shoffah, S. N. A., & Saptini, N. (2023). E-Commerce Memicu Maraknya Perilaku Konsumtif Di Kalangan Mahasiswa Universitas Mataram. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 26(1). 1-11.
- Hartono, A. (2022). *Hidup Nikmat Dengan Cerdas Finansial*. Hussain Studio Deviantart.
- Inovia, N., & Siregar, Q. R. (2024). Pengaruh Sikap Keuangan Dan Pengalaman Keuangan Terhadap Keputusan Investasi Melalui Perilaku Pengelolaan Keuangan Pada Mahasiswa Kota Medan. *Balance: Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 3(2), 42–51.

- Ismanto, H., Widiastuti, A., Muharam, H., Pangestuti, I. R. D., & Rofiq, F. (2019). *Perbankan Dan Literasi Keuangan*. Deepublish.
- Jirwanto, H. (2024). *Manajemen Keuangan*. CV. Azka Pustaka. www.penerbitazkapustaka.com.
- Juliandi, A., Irfan, I. & Manurung, S. (2015). *Metode Penelitian Bisnis : Konsep & Aplikasi*.
- Komarudin, M. N., Herma Wiharno, & Masruroh, R. (2024). Pengaruh Gaya Hidup Hedonisme, Pengalaman Keuangan, Dan Pengetahuan Keuangan Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 24(02), 1–8.
- Lubis, T. A. (2020). *Perilaku Keuangan*. Salim Media Indonesia.
- Mahanani, J. I. P., & Wibowo, E. (2024). Pengaruh Literasi Digital, Gaya Hidup Dan E-Commerce Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Rumpun Manajemen Dan Ekonomi*, 2(2). 1-11.
- Mastura, A., Nuringwahyu, S., & Zunaida, D. (2020). Pengaruh Motivasi Investasi, Pengetahuan Investasi Dan Teknologi Informasi Terhadap Minat Berinvestasi Di Pasar Modal (Studi Pada Mahasiswa Fia Dan Feb Unisma Yang Sudah Menempuh Mata Kuliah Mengenai Investasi). *Jiagabi*, 9(1), 64–75.
- Mauliddia, S. A., & Wibowo, P. A. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan, Pendapatan, Kemajuan Teknologi Terhadap Keputusan Investasi Dengan Perilaku Keuangan Sebagai Variabel Moderasi. *Nobel Management Review*, 6(1), 33–47.
- Maysah, U., Indriasari, I., & Meiriyanti, R. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Perilaku Keuangan Dan Lingkungan Sosial Terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa Manajemen Upgris. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 7(3), 8541–8546.
- Musthafa, H. (2017). *Manajemen Keuangan*. Penerbit Andi.

- Nisa, A., & Hidayati, A. (2022). Pengaruh Pengetahuan Investasi, Risiko Investasi, Kemajuan Teknologi Dan Motivasi Terhadap Minat Generasi Z Berinvestasi Di Pasar Modal Syariah. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (Ekuitas)*, 4(1), 28–35.
- Nurjannah, N., Nurdiana, N., & Ampa, A. T. (2023). Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Sebagai Dampak Perkembangan E-Commerce. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (Jupe)*, 11(2), 186–192.
- Primasari, R., Gati, V., & Rahayu, S. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Resiko, Perilaku Keuangan, Dan Pendapatan Terhadap Keputusan Investasi Pada Pns Badan Pengelola Keuangan Dan Aset Daerah Provinsi Jawa Timur. *Jurnal Akuntansi Akunesa*, 12(3), 292–301.
- Putri, A. A., Aswat, I., & Astarani, J. (2023). Pengaruh Pengetahuan Investasi, Modal Investasi, Dan Motivasi Terhadap Minat Investasi Di Era Gen Z. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (Mea)*, 8(3), 45–60.
- Putri, R. A. A., & Ratnawati, K. (2024). Faktor Yang Mempengaruhi Minat Investasi Mahasiswa Di Pasar Modal. *Jurnal Management Risiko Dan Keuangan*, 3(4), 1–14.
- Rahmadani, N., Hardi, E. A., & Ismadharliani, A. (2023). Pengaruh Pengetahuan Investasi, Motivasi Dan Kemampuan Finansial Terhadap Minat Berinvestasi Di Pasar Modal Syariah. *Jurnal Penelitian Multidisiplin Terpadu*, 2(1), 1–10.
- Ramadhan, F. H. (2022). Pengaruh Pengetahuan Dan Motivasi Investasi Syariah Terhadap Minat Untuk Berinvestasi Di Pasar Modal Syariah Pada Mahasiswa Gen Z Di Kota Bogor. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 4(3), 719–734.
- Safira, B. (2022). Literasi Keuangan, Efikasi Keuangan, dan Pengalaman Keuangan Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Pengguna SPayLater DKI Jakarta. *Jurnal Administrasi Profesional*, 3(2), 25–35.
- Setyaningrum, D., & Hidayah, N. (2024). Pengaruh Financial Behavior, Financial Technology, dan Financial Experience terhadap Keputusan Investasi di

- Pasar Modal pada Investor Muda di Kota Magelang. *Universitas Muhammadiyah Ponorogo*, 8(2), 1–11.
- Sitompul, P. N., Patni, N. L. P. S. S., & Munir, S. (2024). Peningkatan Financial Behavior Melalui Financial Literacy Dan Financial Experience (Studi Pada Pelaku Umkm Di Indonesia). *Edunomika*, 8(2), 1–9.
- Suyono, Y. F., & Kusuma, P. D. I. (2024). Pengaruh Financial Attitude, Financial Experience dan Financial Knowledge Terhadap Financial Management Behavior Pengguna Paylater dengan Self Control sebagai Faktor Pemoderasi. *Ratio : Reviu Akuntansi Kontemporer Indonesia*, 5(1), 68.
- Syaputra, S. H., Armiani, A., Wardah, S., & Pirdaus, I. (2022). Pengaruh Motivasi, Modal Minimal, Pengetahuan Investasi, Dan Teknologi Informasi Terhadap Minat Berinvestasi Mahasiswa Di Pasar Modal. *Kompeten: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 2(4), 1–10.
- Theresia, W., & Rostiana, R. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Pengetahuan Investasi, Dan Faktor Sosial Terhadap Minat Berinvestasi Saham Generasi Z. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 8(4), 881–894.
- Yolanda, Y., Kurjono, K., Arief, M., & Mulyadi, H. (2021). Pengaruh Financial Literacy, Financial Experience Dan Income Terhadap Financial Behavior Siswa Sma N 1 Batusangkar. *Equilibria Pendidikan : Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi*, 6(2), 39–50.

LAMPIRAN

TABULASI JAWABAN KUISIONER RESPONDEN

MINAT BERINVESTASI (Y)									
NO	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	JUMLAH
1	5	5	5	5	5	5	5	5	40
2	5	5	4	4	5	5	5	4	37
3	5	5	4	5	5	5	5	5	39
4	5	3	4	4	4	4	4	4	32
5	5	3	5	5	5	5	5	5	38
6	5	4	4	4	4	4	4	4	33
7	5	5	5	5	5	5	5	5	40
8	5	5	5	5	5	5	5	5	40
9	5	4	4	4	5	5	5	5	37
10	5	4	4	5	5	4	4	4	35
11	5	5	5	5	5	5	5	5	40
12	5	5	5	5	5	5	5	5	40
13	5	5	4	4	5	5	5	4	37
14	5	5	5	5	5	5	5	5	40
15	5	1	4	4	4	4	4	4	30
16	5	5	4	4	1	4	5	5	33
17	5	5	4	4	4	4	4	4	34
18	4	4	5	5	5	1	5	5	34
19	5	3	4	5	4	4	5	4	34
20	5	3	4	4	4	4	5	4	33
21	5	5	5	5	4	4	5	4	37
22	4	5	4	4	4	4	4	4	33
23	4	4	4	5	4	5	4	4	34
24	4	4	4	4	4	4	4	4	32
25	5	5	5	5	5	5	5	5	40
26	4	5	4	4	4	4	5	4	34
27	5	5	5	5	5	5	5	5	40
28	4	4	4	4	4	4	4	4	32
29	4	4	5	5	5	5	4	5	37
30	5	5	4	3	4	4	4	4	33
31	5	4	5	5	5	5	5	5	39
32	5	5	4	5	5	5	4	5	38
33	5	5	5	4	5	5	5	5	39
34	5	1	5	4	5	1	5	1	27
35	5	4	5	5	5	5	5	5	39
36	5	5	5	5	5	4	5	5	39
37	5	5	5	5	5	5	5	5	40
38	5	4	5	4	5	5	4	5	37
39	5	5	5	5	5	5	5	4	39
40	5	5	5	5	5	4	5	5	39
41	5	5	5	5	4	5	4	5	38
42	5	5	4	5	5	5	4	5	38
43	5	5	4	4	4	5	5	5	37
44	5	5	5	5	5	5	5	5	40
45	5	5	5	5	5	5	5	5	40
46	5	4	5	3	5	5	5	5	37

47	5	5	5	5	5	5	4	5	39
48	4	5	4	5	4	4	5	5	36
49	4	4	5	5	5	5	5	5	38
50	5	5	5	5	5	5	5	5	40
51	5	4	5	5	5	5	5	5	39
52	5	4	5	4	5	5	5	5	38
53	5	5	5	5	5	5	5	5	40
54	5	5	4	4	5	5	5	4	37
55	5	5	4	5	5	5	5	5	39
56	5	3	4	4	4	4	4	4	32
57	5	3	5	5	5	5	5	5	38
58	5	4	4	4	4	4	4	4	33
59	5	5	5	5	5	5	5	5	40
60	5	5	5	5	5	5	5	5	40
61	5	4	4	4	5	5	5	5	37
62	5	4	4	5	5	4	4	4	35
63	5	5	5	5	5	5	5	5	40
64	5	5	5	5	5	5	5	5	40
65	5	5	4	4	5	5	5	4	37
66	5	5	5	5	5	5	5	5	40
67	5	5	4	4	4	4	4	4	34
68	5	5	4	4	4	4	5	5	36
69	5	5	4	4	4	4	4	4	34
70	4	4	5	5	5	5	5	5	38
71	5	3	4	5	4	4	5	4	34
72	5	3	4	4	4	4	5	4	33
73	5	5	5	5	5	5	5	5	40
74	5	5	5	5	5	5	5	5	40
75	5	5	5	5	5	5	5	5	40
76	5	5	5	5	5	5	5	5	40
77	5	5	5	5	5	5	5	5	40
78	5	5	5	5	5	5	5	5	40
79	5	5	5	5	5	5	5	5	40
80	5	5	5	4	5	5	5	5	39
81	5	4	5	5	4	4	5	5	37
82	4	5	4	5	4	5	5	4	36
83	5	5	4	5	5	5	5	5	39
84	4	5	5	5	5	5	5	5	39
85	5	5	5	5	4	4	5	5	38
86	5	5	5	5	5	5	5	5	40
87	5	5	5	5	4	4	4	4	36
88	5	5	4	5	4	4	4	4	35
89	4	4	5	5	4	4	4	4	34

52	5	5	5	5	5	5	5	5	40
53	5	5	5	5	5	5	5	5	40
54	4	4	5	5	4	4	3	3	32
55	4	5	5	5	4	5	4	5	37
56	4	4	5	5	5	5	5	5	38
57	5	5	5	5	5	5	5	5	40
58	4	4	4	4	4	4	4	4	32
59	5	5	5	5	5	5	5	5	40
60	5	5	5	5	5	5	5	5	40
61	4	4	5	4	4	4	4	4	33
62	4	4	5	4	4	4	5	5	35
63	5	5	5	5	5	5	5	5	40
64	5	5	5	5	5	5	5	5	40
65	4	4	4	5	4	4	3	5	33
66	5	5	5	5	5	5	5	5	40
67	4	4	4	4	4	4	4	4	32
68	4	4	4	4	4	4	5	5	34
69	5	5	5	5	5	5	5	5	40
70	4	5	5	5	5	5	5	5	39
71	4	5	4	5	5	5	5	5	38
72	5	4	4	5	5	5	5	5	38
73	5	5	5	5	5	5	5	5	40
74	5	5	5	5	5	5	5	5	40
75	5	5	5	5	5	5	5	5	40
76	5	5	5	5	5	5	5	5	40
77	5	5	5	5	5	5	5	5	40
78	5	5	5	5	5	5	5	5	40
79	5	5	5	5	5	5	5	5	40
80	5	5	5	5	5	5	5	5	40
81	4	4	5	5	5	4	4	4	35
82	4	5	5	5	5	5	4	5	38
83	4	4	4	4	4	4	4	4	32
84	5	5	5	5	5	5	5	5	40
85	4	4	4	4	4	4	4	4	32
86	5	5	5	5	5	5	5	5	40
87	5	5	5	5	5	5	4	4	38
88	4	4	5	5	5	5	5	5	38
89	4	5	5	4	4	4	4	3	33

<i>FINANCIAL EXPERIENCE (X2)</i>									
NO	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	JUMLAH
1	5	5	5	5	5	5	5	5	40
2	4	4	4	4	4	4	5	4	33
3	4	5	5	5	5	5	5	5	39
4	4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	5	5	5	5	5	5	40
6	4	4	4	4	4	4	4	4	32
7	5	5	5	5	5	5	5	5	40
8	5	5	5	5	5	5	5	5	40
9	4	4	4	4	4	4	4	5	33
10	4	1	1	4	1	4	4	5	24
11	5	5	5	5	5	5	5	5	40
12	5	5	5	5	5	5	5	5	40
13	4	4	4	4	4	5	4	4	33
14	5	5	5	5	5	5	5	5	40
15	4	4	4	4	4	4	4	4	32
16	4	4	4	4	5	5	4	5	35
17	5	5	5	5	5	5	5	5	40
18	4	4	3	4	4	3	4	3	29
19	4	5	4	3	3	5	3	4	31
20	5	4	4	4	4	5	4	5	35
21	5	4	4	4	5	5	4	5	36
22	4	4	4	4	4	4	4	4	32
23	4	5	4	4	4	5	4	4	34
24	4	3	4	4	4	4	4	4	31
25	5	4	5	5	5	5	5	5	39
26	4	1	4	4	4	4	4	4	29
27	5	5	5	5	5	5	5	5	40
28	4	4	4	4	4	5	4	4	33
29	4	4	3	4	5	5	4	3	32
30	4	3	4	3	5	5	3	4	31
31	5	5	5	3	5	5	3	4	35
32	5	5	5	4	5	5	4	4	37
33	5	5	5	5	5	4	5	5	39
34	1	5	1	5	5	5	1	5	28
35	5	5	5	5	4	5	5	5	39
36	5	5	5	5	5	5	5	4	39
37	5	5	5	5	5	5	5	5	40
38	5	5	5	5	5	5	5	4	39
39	5	5	5	5	4	4	5	5	38
40	4	5	4	4	5	4	4	4	34
41	5	5	5	5	5	5	5	5	40
42	4	5	4	5	4	5	5	5	37
43	5	5	4	5	5	5	5	4	38
44	5	5	3	5	5	5	5	5	38
45	5	5	5	5	5	5	5	5	40
46	5	4	4	5	5	5	5	5	38
47	5	4	5	5	5	5	5	5	39
48	5	5	5	5	4	5	5	5	39
49	4	5	5	5	5	5	5	5	39
50	5	4	4	5	5	5	5	4	37
51	5	1	5	4	5	5	4	5	34

52	5	5	5	4	4	5	4	5	37
53	5	5	5	5	5	5	5	5	40
54	4	4	4	4	4	4	5	4	33
55	4	5	5	5	5	5	5	5	39
56	5	5	5	5	5	5	5	4	39
57	5	5	5	5	5	5	5	5	40
58	4	4	4	4	4	4	4	4	32
59	5	5	5	5	5	5	5	5	40
60	5	5	5	5	5	5	5	5	40
61	4	4	4	4	4	4	5	5	34
62	4	4	4	4	4	4	5	5	34
63	5	5	5	5	5	5	5	5	40
64	5	5	5	5	5	5	5	5	40
65	4	4	4	4	4	5	4	4	33
66	5	5	5	5	5	5	5	5	40
67	4	4	4	4	4	4	4	4	32
68	4	4	4	4	5	5	4	5	35
69	5	5	5	5	5	5	5	5	40
70	5	5	5	4	4	3	4	3	33
71	4	5	4	3	3	5	3	4	31
72	5	4	4	4	4	5	4	5	35
73	5	5	5	5	5	5	5	5	40
74	5	5	5	5	5	5	5	5	40
75	5	5	5	5	5	5	5	5	40
76	5	5	5	5	5	5	5	5	40
77	5	5	5	5	5	5	5	5	40
78	5	5	5	5	5	5	5	5	40
79	5	5	5	5	5	5	5	5	40
80	4	1	5	4	5	5	5	5	34
81	4	4	4	4	5	5	5	5	36
82	4	5	4	1	4	4	5	5	32
83	4	4	4	4	5	5	5	5	36
84	5	5	5	5	4	4	4	4	36
85	4	4	5	4	4	4	4	4	33
86	5	5	5	5	4	4	4	4	36
87	4	4	4	4	5	5	5	5	36
88	5	5	4	5	4	5	4	4	36
89	4	4	4	4	1	4	4	4	29

PENGUNAAN E-COMMERCE (X3)									
NO	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	JUMLAH
1	5	5	5	5	5	5	5	5	40
2	3	4	4	4	5	5	5	5	35
3	4	5	5	5	5	5	5	5	39
4	4	4	4	4	3	5	4	3	31
5	4	5	5	5	3	5	5	5	37
6	4	4	4	4	4	5	4	4	33
7	5	5	5	5	5	5	5	5	40
8	5	5	5	5	5	5	5	5	40
9	4	4	4	4	4	5	4	5	34
10	1	5	4	4	4	5	4	5	32
11	5	5	5	5	5	5	5	5	40
12	5	1	5	5	1	5	5	5	32
13	5	4	4	4	5	5	5	5	37
14	4	5	5	5	1	5	1	5	31
15	4	4	4	4	5	5	5	5	36
16	5	5	4	4	5	5	5	5	38
17	5	5	5	5	5	5	5	5	40
18	4	4	3	4	4	5	3	3	30
19	4	4	4	3	3	3	5	5	31
20	4	4	4	4	3	3	3	3	28
21	5	5	4	4	5	5	5	5	38
22	4	4	4	4	3	3	4	4	30
23	4	4	4	4	4	4	3	3	30
24	4	4	4	4	4	3	3	3	29
25	5	5	5	5	5	5	5	5	40
26	4	4	4	4	3	5	4	4	32
27	5	5	5	5	5	5	5	5	40
28	4	4	4	4	4	4	4	4	32
29	4	4	3	4	4	5	3	3	30
30	4	4	4	3	5	5	5	5	35
31	5	5	5	3	4	4	4	4	34
32	4	5	5	4	5	5	5	5	38
33	5	5	5	5	5	5	5	5	40
34	5	5	1	5	5	1	5	5	32
35	5	4	5	5	4	5	5	5	38
36	5	5	5	5	5	4	5	5	39
37	5	5	5	5	5	5	5	5	40
38	5	5	5	5	4	5	5	5	39
39	5	4	5	5	5	5	5	5	39
40	5	5	4	4	5	5	5	5	38
41	4	5	5	5	5	5	5	5	39
42	5	5	4	5	5	5	5	5	39
43	5	4	4	5	5	5	5	5	38
44	5	5	3	5	5	5	5	5	38
45	4	4	5	5	5	4	5	5	37
46	5	5	4	5	4	5	5	5	38
47	5	4	5	5	5	5	4	4	37
48	5	5	5	5	5	5	5	5	40
49	5	5	5	5	4	5	5	5	39
50	5	5	4	5	5	5	5	5	39
51	4	5	1	4	4	5	4	4	31

52	4	4	4	4	4	4	4	4	32
53	5	5	5	5	5	5	5	5	40
54	3	4	4	4	5	5	5	5	35
55	4	5	5	5	5	5	5	5	39
56	5	5	4	4	3	5	4	3	33
57	4	5	5	5	3	5	5	5	37
58	4	4	4	4	4	5	4	4	33
59	5	5	5	5	5	5	5	5	40
60	5	5	5	5	5	5	5	5	40
61	4	5	4	4	4	5	4	5	35
62	5	5	4	4	4	5	4	5	36
63	5	5	5	5	5	5	5	5	40
64	5	5	5	5	5	5	5	5	40
65	5	4	4	4	5	5	5	5	37
66	4	5	5	5	5	5	5	5	39
67	4	4	4	4	5	5	5	5	36
68	5	5	4	4	5	5	5	5	38
69	5	5	5	5	5	5	5	5	40
70	4	4	3	4	4	5	3	3	30
71	4	4	4	3	3	3	5	5	31
72	4	4	4	4	3	3	3	3	28
73	5	5	5	5	5	5	5	5	40
74	5	5	5	5	5	5	5	5	40
75	5	5	5	5	5	5	5	5	40
76	5	5	5	5	5	5	5	5	40
77	5	5	5	5	5	5	5	5	40
78	5	5	5	5	5	5	5	5	40
79	5	5	5	5	5	5	5	5	40
80	5	5	5	5	5	5	5	5	40
81	5	5	4	4	5	5	5	5	38
82	5	4	4	5	5	4	5	5	37
83	5	5	5	5	5	5	4	5	39
84	4	4	5	5	5	5	4	4	36
85	5	5	4	4	5	5	5	5	38
86	4	4	5	5	5	5	5	5	38
87	5	5	4	4	4	4	5	3	34
88	5	4	4	4	4	4	5	5	35
89	5	4	4	4	4	4	4	5	34

Lampiran 2 Output Data SPSS V.29

Uji Validitas Dan Reliabilitas Minat Berinvestasi

		Correlations								
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	TOTAL
Y.1	Pearson Correlation	1	0.054	0.103	-0.041	0.167	0.197	0.179	0.106	0.280**
	Sig. (2-tailed)		0.613	0.337	0.704	0.118	0.064	0.094	0.322	0.008
	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89
Y.2	Pearson Correlation	0.054	1	0.172	0.251*	0.140	0.464**	0.178	0.503**	0.645**
	Sig. (2-tailed)	0.613		0.108	0.017	0.191	<0.001	0.096	<0.001	<0.001
	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89
Y.3	Pearson Correlation	0.103	0.172	1	0.508**	0.499**	0.229*	0.412**	0.444**	0.640**
	Sig. (2-tailed)	0.337	0.108		<0.001	<0.001	0.031	<0.001	<0.001	<0.001
	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89
Y.4	Pearson Correlation	-0.041	0.251*	0.508**	1	0.358**	0.249*	0.259*	0.414**	0.597**
	Sig. (2-tailed)	0.704	0.017	<0.001		<0.001	0.019	0.014	<0.001	<0.001
	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89
Y.5	Pearson Correlation	0.167	0.140	0.499**	0.358**	1	0.385**	0.338**	0.316**	0.631**
	Sig. (2-tailed)	0.118	0.191	<0.001	<0.001		<0.001	0.001	0.003	<0.001
	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89
Y.6	Pearson Correlation	0.197	0.464**	0.229*	0.249*	0.385**	1	0.238*	0.630**	0.737**
	Sig. (2-tailed)	0.064	<0.001	0.031	0.019	<0.001		0.024	<0.001	<0.001
	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89
Y.7	Pearson Correlation	0.179	0.178	0.412**	0.259*	0.338**	0.238*	1	0.367**	0.549**
	Sig. (2-tailed)	0.094	0.096	<0.001	0.014	0.001	0.024		<0.001	<0.001
	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89
Y.8	Pearson Correlation	0.106	0.503**	0.444**	0.414**	0.316**	0.630**	0.367**	1	0.795**
	Sig. (2-tailed)	0.322	<0.001	<0.001	<0.001	0.003	<0.001	<0.001		<0.001
	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89
TOTAL	Pearson Correlation	0.280**	0.645**	0.640**	0.597**	0.631**	0.737**	0.549**	0.795**	1
	Sig. (2-tailed)	0.008	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001	
	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.765	8

Uji Validitas Dan Reliabilitas Literasi Keuangan

		Correlations								
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	1	0.294**	0.191	0.577**	0.400**	0.444**	0.208	0.368**	0.664**
	Sig. (2-tailed)		0.005	0.072	<0.001	<0.001	<0.001	0.051	<0.001	<0.001
	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89
X1.2	Pearson Correlation	0.294**	1	0.598**	0.216*	0.587**	0.546**	0.473**	0.397**	0.707**
	Sig. (2-tailed)	0.005		<0.001	0.042	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001
	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89
X1.3	Pearson Correlation	0.191	0.598**	1	0.147	0.529**	0.379**	0.330**	0.180	0.542**
	Sig. (2-tailed)	0.072	<0.001		0.169	<0.001	<0.001	0.002	0.092	<0.001
	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89
X1.4	Pearson Correlation	0.577**	0.216*	0.147	1	0.333**	0.543**	0.156	0.312**	0.633**
	Sig. (2-tailed)	<0.001	0.042	0.169		0.001	<0.001	0.145	0.003	<0.001
	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89
X1.5	Pearson Correlation	0.400**	0.587**	0.529**	0.333**	1	0.656**	0.631**	0.474**	0.792**
	Sig. (2-tailed)	<0.001	<0.001	<0.001	0.001		<0.001	<0.001	<0.001	<0.001
	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89
X1.6	Pearson Correlation	0.444**	0.546**	0.379**	0.543**	0.656**	1	0.384**	0.550**	0.815**
	Sig. (2-tailed)	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001		<0.001	<0.001	<0.001
	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89
X1.7	Pearson Correlation	0.208	0.473**	0.330**	0.156	0.631**	0.384**	1	0.628**	0.665**
	Sig. (2-tailed)	0.051	<0.001	0.002	0.145	<0.001	<0.001		<0.001	<0.001
	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89
X1.8	Pearson Correlation	0.368**	0.397**	0.180	0.312**	0.474**	0.550**	0.628**	1	0.729**
	Sig. (2-tailed)	<0.001	<0.001	0.092	0.003	<0.001	<0.001	<0.001		<0.001
	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89
TOTAL	Pearson Correlation	0.664**	0.707**	0.542**	0.633**	0.792**	0.815**	0.665**	0.729**	1
	Sig. (2-tailed)	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001	
	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.837	8

Uji Validitas Dan Reliabilitas *Financial Experience*

		Correlations								
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	1	0.318**	0.712**	0.446**	0.319**	0.290**	0.611**	0.242*	0.726**
	Sig. (2-tailed)		0.002	<0.001	<0.001	0.002	0.006	<0.001	0.022	<0.001
	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89
X2.2	Pearson Correlation	0.318**	1	0.402**	0.377**	0.326**	0.255*	0.230*	0.128	0.612**
	Sig. (2-tailed)	0.002		<0.001	<0.001	0.002	0.016	0.030	0.231	<0.001
	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89
X2.3	Pearson Correlation	0.712**	0.402**	1	0.386**	0.467**	0.275**	0.573**	0.259*	0.770**
	Sig. (2-tailed)	<0.001	<0.001		<0.001	<0.001	0.009	<0.001	0.014	<0.001
	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89
X2.4	Pearson Correlation	0.446**	0.377**	0.386**	1	0.431**	0.357**	0.493**	0.370**	0.713**
	Sig. (2-tailed)	<0.001	<0.001	<0.001		<0.001	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001
	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89
X2.5	Pearson Correlation	0.319**	0.326**	0.467**	0.431**	1	0.520**	0.374**	0.340**	0.701**
	Sig. (2-tailed)	0.002	0.002	<0.001	<0.001		<0.001	<0.001	0.001	<0.001
	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89
X2.6	Pearson Correlation	0.290**	0.255*	0.275**	0.357**	0.520**	1	0.209*	0.503**	0.587**
	Sig. (2-tailed)	0.006	0.016	0.009	<0.001	<0.001		0.049	<0.001	<0.001
	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89
X2.7	Pearson Correlation	0.611**	0.230*	0.573**	0.493**	0.374**	0.209*	1	0.459**	0.725**
	Sig. (2-tailed)	<0.001	0.030	<0.001	<0.001	<0.001	0.049		<0.001	<0.001
	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89
X2.8	Pearson Correlation	0.242*	0.128	0.259*	0.370**	0.340**	0.503**	0.459**	1	0.564**
	Sig. (2-tailed)	0.022	0.231	0.014	<0.001	0.001	<0.001	<0.001		<0.001
	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89
TOTAL	Pearson Correlation	0.726**	0.612**	0.770**	0.713**	0.701**	0.587**	0.725**	0.564**	1
	Sig. (2-tailed)	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001	<0.001	
	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.823	8

Uji Validitas Dan Reliabilitas Penggunaan *E-Commerce*

		Correlations								
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	TotalX3
X3.1	Pearson Correlation	1	.265 [*]	.237 [*]	.404 ^{**}	.299 ^{**}	.100	.386 ^{**}	.261 [*]	.562 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.012	.025	<.001	.004	.351	<.001	.013	<.001
	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89
X3.2	Pearson Correlation	.265 [*]	1	.178	.320 ^{**}	.459 ^{**}	.209 [*]	.241 [*]	.305 ^{**}	.565 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.012		.096	.002	<.001	.050	.023	.004	<.001
	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89
X3.3	Pearson Correlation	.237 [*]	.178	1	.495 ^{**}	.154	.399 ^{**}	.294 ^{**}	.380 ^{**}	.613 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.025	.096		<.001	.150	<.001	.005	<.001	<.001
	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89
X3.4	Pearson Correlation	.404 ^{**}	.320 ^{**}	.495 ^{**}	1	.320 ^{**}	.311 ^{**}	.322 ^{**}	.408 ^{**}	.675 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	<.001	.002	<.001		.002	.003	.002	<.001	<.001
	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89
X3.5	Pearson Correlation	.299 ^{**}	.459 ^{**}	.154	.320 ^{**}	1	.272 ^{**}	.586 ^{**}	.412 ^{**}	.706 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.004	<.001	.150	.002		.010	<.001	<.001	<.001
	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89
X3.6	Pearson Correlation	.100	.209 [*]	.399 ^{**}	.311 ^{**}	.272 ^{**}	1	.211 [*]	.298 ^{**}	.546 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.351	.050	<.001	.003	.010		.047	.005	<.001
	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89
X3.7	Pearson Correlation	.386 ^{**}	.241 [*]	.294 ^{**}	.322 ^{**}	.586 ^{**}	.211 [*]	1	.687 ^{**}	.739 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	<.001	.023	.005	.002	<.001	.047		<.001	<.001
	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89
X3.8	Pearson Correlation	.261 [*]	.305 ^{**}	.380 ^{**}	.408 ^{**}	.412 ^{**}	.298 ^{**}	.687 ^{**}	1	.729 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.013	.004	<.001	<.001	<.001	.005	<.001		<.001
	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89
TotalX3	Pearson Correlation	.562 ^{**}	.565 ^{**}	.613 ^{**}	.675 ^{**}	.706 ^{**}	.546 ^{**}	.739 ^{**}	.729 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	89	89	89	89	89	89	89	89	89

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

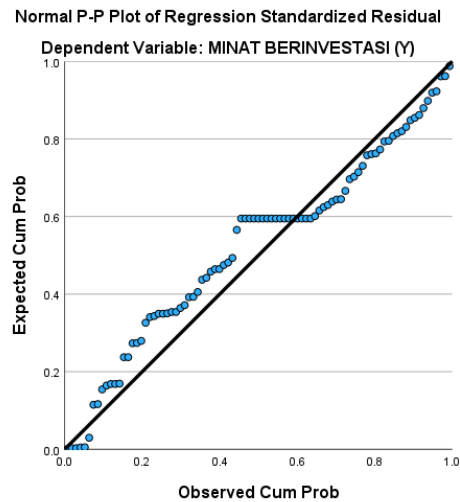
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.794	8

Uji Asumsi Klasik

Hasil Uji Normalitas



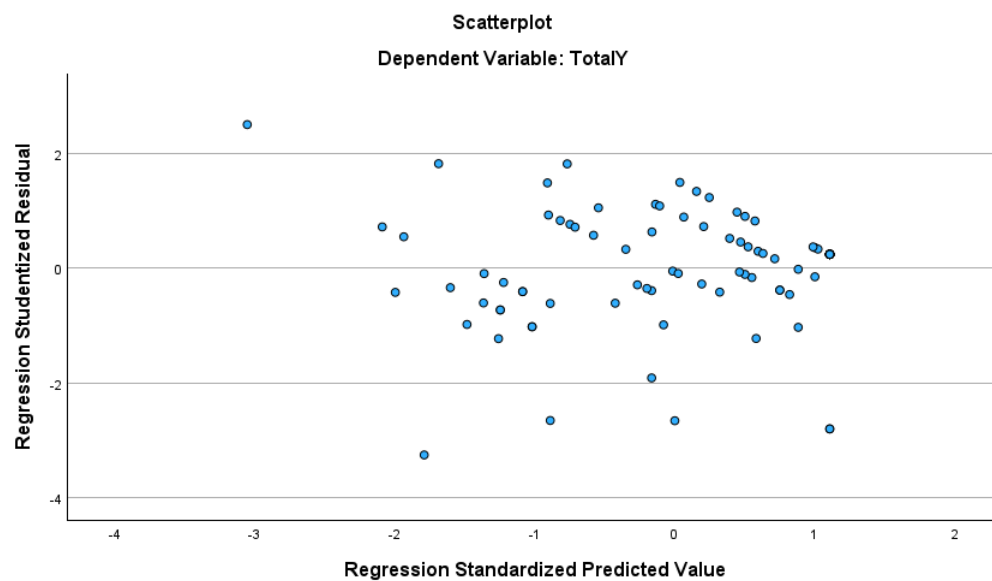
Hasil Uji Multikolineritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	12.768	2.466		5.178	<0.001		
	LITERASI KEUANGAN (X1)	0.182	0.089	0.236	2.044	0.044	0.397	2.520
	FINANCIAL EXPERIENCE (X2)	0.230	0.110	0.294	2.093	0.039	0.269	3.717
	PENGUNAAN E-COMMERCE (X3)	0.257	0.082	0.318	3.157	0.002	0.522	1.915

a. Dependent Variable: MINAT BERINVESTASI (Y)

Hasil Uji Heteroskedastisitas



Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	12.768	2.466		5.178	<0.001		
	LITERASI KEUANGAN (X1)	0.182	0.089	0.236	2.044	0.044	0.397	2.520
	FINANCIAL EXPERIENCE (X2)	0.230	0.110	0.294	2.093	0.039	0.269	3.717
	PENGUNAAN E-COMMERCE (X3)	0.257	0.082	0.318	3.157	0.002	0.522	1.915

a. Dependent Variable: MINAT BERINVESTASI (Y)

3. Pengujian Hipotesis

Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	12.768	2.466		5.178	<0.001		
	LITERASI KEUANGAN (X1)	0.182	0.089	0.236	2.044	0.044	0.397	2.520
	FINANCIAL EXPERIENCE (X2)	0.230	0.110	0.294	2.093	0.039	0.269	3.717
	PENGUNAAN E-COMMERCE (X3)	0.257	0.082	0.318	3.157	0.002	0.522	1.915

a. Dependent Variable: MINAT BERINVESTASI (Y)

Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	412.406	3	137.469	34.445	<0.001 ^b
	Residual	339.234	85	3.991		
	Total	751.640	88			

a. Dependent Variable: MINAT BERINVESTASI (Y)

b. Predictors: (Constant), PENGUNAAN E-COMMERCE (X3), LITERASI KEUANGAN (X1), FINANCIAL EXPERIENCE (X2)

Koefisien Determinasi

Uji Koefisien Determinasi (R-Squad)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.741 ^a	.549	.533	1.998

a. Predictors: (Constant), TotalX3, TotalX1, TotalX2

b. Dependent Variable: TotalY