

Keputusan Investasi Investor Dilihat dari Risk Perception, Social Media Influencer, dan Kemajuan Teknologi

Hesti Murwaniputri dan Grace Colombine Lentari Rumbiak*

* Dosen Program Studi Manajemen, Universitas Cenderawasih

ARTICLE INFO

Riwayat Artikel:

Diterima 23 November 2024

Disetujui 22 Desember 2024

Keywords:

Keputusan Investasi,
Kemajuan Teknologi,
Risk Perception,
Sosial Media Influencer

ABSTRAK

Abstract: This research analyzes the influence of risk perception, social media influencers, and technological advances on investor investment decisions in Jayapura City. The population used in this research was Jayapura City investors with a sampling technique using the lemeshow formula so that a sample size of 100 investors was obtained and analyzed using SPSS. The research results found that social media influencers have a significant influence on investor decisions, while risk perception and technological advances do not have a significant influence on investor investment decisions. And simultaneously risk perception, social media influencers and technological advances have a significant influence. In future research, it is hoped that variables other than those that can be used as variables in this research can be used. And use analysis tools other than SPSS.

Abstrak: Penelitian ini menganalisis pengaruh *risk perception*, *social media influencer*, dan kemajuan teknologi terhadap keputusan investasi investor di Kota Jayapura. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah investor Kota Jayapura dengan teknik pengambilan sampel menggunakan rumus lemeshow sehingga diperoleh jumlah sampel sebanyak 100 investor dan dianalisis menggunakan SPSS. Hasil penelitian ditemukan bahwa *social media influencer* memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan investor sedangkan untuk *risk perception* dan kemajuan teknologi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan investasi investor. Dan secara simultan *risk perception*, *social media influencer* dan kemajuan teknologi memiliki pengaruh secara signifikan. Pada penelitian berikutnya diharapkan bisa memakai variabel selain yang dapat menjadi variabel dalam penelitian ini. Dan menggunakan alat analisis selain SPSS.

Open access article under the [CC BY-SA](#) license.



Alamat Korespondensi :

Hesti Murwaniputri,

Dosen Prodi Manajemen

Universitas Cenderawasih

Jl. Kamp Wolker Yabansai, Jayapura Papua (99351)

E-Mail : hezty.putri90@gmail.com

Pendahuluan

Theory Planned behaviour merupakan teori psikologis yang menggambarkan perilaku manusia sebagai individu dalam melakukan pengambilan keputusan, dimana perilaku seorang individu dapat diprediksi berdasarkan niat mereka untuk melakukan sesuatu. *Theory planned behaviour* memberikan pemahaman mengenai faktor-faktor psikologis yang memengaruhi perilaku individu. Salah satu perilaku *theory planned behaviour* adalah perilaku dalam pengambilan keputusan investasi saham. Setiap keputusan yang dibuat oleh individu berdasarkan psikologi mereka setelah melakukan investigasi mengenai hal-hal yang perlu di ketahui dalam berinvestasi.

Beberapa hal yang memengaruhi keputusan investasi investor adalah mengenai *risk perception* (persepsi risiko) yang membentuk suatu pemahaman mengenai risiko yang berbeda-beda antar investor sehingga memengaruhi bagaimana investor bertindak. Setiap investor menginginkan risiko yang minimal

sehingga mereka akan mencari cara untuk meminimalisir risiko tersebut, diantaranya adalah dengan mencari informasi melalui media sosial dan meningkatkan pemahaman mengenai teknologi yang diperlukan untuk pengambilan keputusan.

Media sosial seperti instagram, youtube, dan twitter memberikan pengetahuan melalui influencer yang bergerak dibidang investasi, para influencer memberikan informasi yang dirasa lebih sederhana mengenai perkembangan ekonomi, situasi politik dan sebagainya serta men-*disclaimer* kategori saham apa yang dapat dikoleksi atau investasi apa yang dapat dilakukan. Sedangkan teknologi seperti aplikasi trading online suatu sekuritas membantu investor untuk melakukan transaksi jual beli dimana didalam aplikasi tersebut dilengkapi dengan berbagai informasi yang diperlukan investor seperti laporan keuangan perusahaan, rasio-rasio keuangan serta historical grafik perusahaan yang diperlukan oleh investor dalam melakukan analisis fundamental dan teknikal.

Investor di Kota Jayapura merupakan investor yang terdiri dari generasi millennial dan Generasi Z yang aktif dalam melakukan transaksi jual beli di pasar modal, seperti diketahui generasi millennial dan generasi z merupakan generasi yang mengikuti perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi Sehingga tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat pengaruh risk perception, media social influencer, dan kemajuan teknologi terhadap keputusan investasi investor Kota Jayapura.

Tinjauan Pustaka

Theory Planned Behaviour

Theory Planned Behaviour (TPB) merupakan pengembangan dari *Theory of Reasoned Action* untuk memprediksi suatu niat seseorang atau individu untuk terlibat dalam suatu perilaku pada waktu dan tempat tertentu. TPB dimaksudkan untuk menjelaskan semua perilaku dimana seseorang mempunyai kemampuan untuk melakukan pengendalian diri. Hal penting dari TPB adalah niat berperilaku, dimana dipengaruhi oleh sikap tentang kemungkinan perilaku tersebut menghasilkan hasil yang diharapkan dan evaluasi subyektif dari pertimbangan suatu risiko dan keuntungan yang akan diperoleh (LaMorte, 2022). Sehingga dapat disimpulkan para investor dan calon investor akan melakukan pengambilan keputusan investasi dengan terus melakukan pencarian mengenai informasi investasi untuk memperoleh hasil yang diharapkan.

Risk Perception

Risiko merupakan perbedaan antara pengembalian (*return*) yang diperoleh dengan pengembalian (*return*) yang diharapkan (Tandelilin, 2017) sedangkan persepsi adalah hal-hal yang dapat memengaruhi perilaku seseorang terhadap sesuatu (Suhir, Suyadi, & Riyadi, 2014). Persepsi risiko dalam konteks keuangan dan investasi dapat diartikan sebagai sikap subjektif seseorang dalam menilai tingkat risiko suatu investasi yang akan memengaruhi bagaimana pengambilan keputusan investasi dimasa depan.

Social Media Influencer

Social media influencer merupakan pihak yang memiliki pengaruh dan pengikut yang banyak di media sosial seperti instagram, Tiktok, dan *Youtube*. *Influencer* tersebut dapat memberikan pengaruh mengenai sesuatu hal sehingga apa yang disampaikan akan berdampak pada pandangan masyarakat (Arianti & Devi, 2023). Kesuksesan seorang *social media influencer* dipengaruhi oleh bagaimana mereka membangun koneksi dengan *follower* mereka, penyajian konten yang relevan, dan cara mereka berkomunikasi dengan *follower*.

Kemajuan Teknologi

Kemajuan teknologi ditandai dengan kemajuan, inovasi dan penerapan teknologi dalam berbagai bidang dimana perkembangan teknologi memberikan dampak yang signifikan terhadap kehidupan manusia seperti peningkatan efisiensi, kemudahan memperoleh informasi dan perubahan sosial masyarakat. Salah satu bidang yang dipengaruhi oleh kemajuan teknologi adalah investasi. Perusahaan sekuritas memberikan layanan aplikasi trading online kepada anggotanya untuk memudahkan mereka melakukan transaksi jual beli dan melakukan analisis saham selama mereka dapat terhubung dengan jaringan internet. Investor pun dapat memperoleh aplikasi lain yang dapat digunakan untuk menganalisis saham guna pengambilan keputusan investasi.

Keputusan Investasi

Dalam melakukan proses keputusan investasi, investor memerlukan informasi-informasi penting sebagai dasar penentu pemilihan investasi. Dari informasi yang diperoleh, terbentuklah suatu model pengambilan keputusan berupa kriteria penilaian investasi yang memungkinkan investor memilih investasi terbaik diantara berbagai alternatif investasi yang tersedia (Christanti & Mahastanti, 2011).

Metode Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian yang melakukan uji hipotesis. Populasi pada penelitian ini adalah Investor yang ada di Kota Jayapura. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria sebagai berikut:

1. Merupakan investor yang ada di Kota Jayapura
2. Pernah mengikuti pelatihan pasar modal
3. Memiliki media sosial seperti *instagram*, *twitter*, *youtube* dan *tiktok*
4. Mengikuti *influencer* saham di Media Sosial

Karena jumlah Populasi yang besar, sehingga penentuan sampel menggunakan rumus *Lemeshow*, sebagai berikut :

$$n = \frac{Z^2 \times P(1 - P)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5(1 - 0,5)}{0,1^2} = \frac{3,8416 \times 0,25}{0,01} = 96,04 = 100$$

Keterangan:

- n = jumlah sampel
 z = skor z pada kepercayaan 95% = 1,96
 p = maksimal estimasi = 0,5
 d = sampling error = 10%

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer dan sekunder berupa penyebaran kuisioner dengan menggunakan skala *Likert*. Metode analisis data terdiri dari analisis deskriptif, uji reabilitas, uji validitas, uji asumsi klasik dan uji hipotesis, yaitu:

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

Keterangan:

- Y = Keputusan Investasi
 a = Konstanta
 $\beta_1 - \beta_3$ = Koefisien Regresi
 X_1 = Risk Perception
 X_2 = Social median influencer
 X_3 = Kemajuan teknologi
 ε = error term

Hasil Dan Pembahasan

Hasil

Penelitian ini menggunakan uji hipotesis untuk melihat pengaruh masing-masing dan bersama-sama variabel independen terhadap variabel dependen. Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda. Peneliti melakukan analisis deskriptif, uji asumsi klasik normalitas, uji reliabilitas, uji validitas, uji regresi berganda, uji t, uji F dan analisis koefisien determinasi. Hasil uji dan analisis penelitian disajikan pada tabel berikut:

Analisis Deskriptif

Pengukuran variabel dalam penelitian ini menggunakan statistik deskriptif dengan 100 responden, dimana variabel yang digunakan adalah *risk perception* (X_1), *social media influencer* (X_2), kemajuan teknologi (X_3) dan keputusan investasi (Y). Analisis ini menggunakan nilai *mean*, nilai maksimum, nilai minimum, dan standar deviasi yang disajikan pada tabel 1 berikut.

Tabel 1. Hasil Analisis Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
TOTX1	100	14	28	23.73	2.810
TOTX2	100	10	20	16.84	2.223
TOTX3	100	14	28	25.15	2.732
TOTY	100	8	16	14.23	1.413
Valid N (listwise)	100				

Sumber: data diolah 2024

Berdasarkan tabel 1 diketahui bahwa *risk perception* memiliki nilai minimum 14 dan nilai maksimum 28, Nilai *mean risk perception* sebesar 23,73 dengan standar deviasi 2,810 yang artinya nilai *mean* > standar deviasi, sehingga mengindikasikan data bersifat homogen. Diketahui bahwa *social media influencer* memiliki nilai minimum 10 dan nilai maksimum 20, nilai *mean* pelatihan pasar modal sebesar 16,84 dengan standar deviasi 2,223 yang artinya nilai *mean* > standar deviasi, sehingga mengindikasikan data bersifat homogen. Diketahui nilai minimum kemajuan teknologi adalah 14 dan nilai maksimumnya 28, nilai *mean* 25,15 dengan standar deviasi 2,732 yang artinya nilai *mean* > standar deviasi mengindikasikan bahwa data bersifat homogen serta nilai minimum keputusan investasi 8 dan nilai maksimum 16, nilai *mean* sebesar 14,23 dan standar deviasi 1,413 yang artinya nilai *mean* > standar deviasi mengindikasikan bahwa data bersifat homogen.

Asumsi Klasik Normalitas

Peneliti menggunakan uji asumsi kolmogrof-smirnov untuk melihat apakah data berdistribusi normal. Dikatakan berdistribusi normal jika nilai *Aymp. Sig. (2-tailed)* lebih besar dari 0,05. Hasil uji normalitas disajikan pada tabel dibawah ini.

Tabel 2. Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		100	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	1.20374667	
Most Extreme Differences	Absolute	.060	
	Positive	.056	
	Negative	-.060	
Test Statistic		.060	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	.501	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.488
		Upper Bound	.514

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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

e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Sumber: data diolah, 2024

Berdasarkan tabel 2, di ketahui bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* adalah 200, yang artinya > 0,05, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa data yang dipakai pada penelitian ini berdistribusi normal.

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisisioner. Syarat uji validitas untuk dikatakan valid adalah jika $r_{hitung} > r_{tabel}$. Berikut hasil uji validitas tiap pernyataan penelitian.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas

Butir pernyataan	Hasil Sig.	Sig.	Hasil
X1.1	0,000	0,05	Valid
X1.2	0,000	0,05	Valid
X1.3	0,000	0,05	Valid
X1.4	0,000	0,05	Valid
X1.5	0,000	0,05	Valid
X1.6	0,000	0,05	Valid
X1.7	0,000	0,05	Valid
X2.1	0,000	0,05	Valid
X2.2	0,000	0,05	Valid
X2.3	0,000	0,05	Valid
X2.4	0,000	0,05	Valid
X2.5	0,000	0,05	Valid
X3.1	0,000	0,05	Valid
X3.2	0,000	0,05	Valid
X3.3	0,000	0,05	Valid
X3.4	0,000	0,05	Valid
X3.5	0,000	0,05	Valid
X3.6	0,000	0,05	Valid
X3.7	0,000	0,05	Valid
Y1	0,000	0,05	Valid
Y2	0,000	0,05	Valid
Y3	0,000	0,05	Valid
Y4	0,000	0,05	Valid

Sumber: data diolah, 2024

Berdasarkan tabel 3, diketahui bahwa nilai Hasil Sig. $< 0,05$, sehingga dapat diartikan bahwa seluruh butir pernyataan penelitian adalah valid dan dapat dipergunakan.

Uji Reliabilitas

Uji ini untuk mengukur kuisisioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Suatu kuisisioner dikatakan reliabel jika memiliki nilai cronbach alpha diatas 0,6. Hasil uji reliabilitas disajikan pada tabel 4.

Tabel 4. Uji Reliabilitas

Variabel Penelitian	Nilai Cronbach's Alpha Nilai Hitung Cronbach's Alpha Variabel Hasil	Nilai Cronbach's Alpha Nilai Hitung Cronbach's Alpha Variabel Hasil	Hasil
Risk Perception	0,6	0,779	Reliabel
Social Media Influencer	0,6	0,783	Reliabel
Kemajuan Teknologi	0,6	0,841	Reliabel
Keputusan Investasi	0,6	0,602	Reliabel

Sumber: data diolah, 2024

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel 3 diketahui bahwa nilai hitung cronbach's alpha setiap variabel $> 0,6$ maka semua variabel penelitian adalah reliabel dan dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

Uji Analisis Regresi Berganda

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan analisis regresi berganda untuk melihat Keputusan Investasi investor Kota Jayapura dilihat dari *risk perception* (X_1), *social media influencer* (X_2), kemajuan teknologi (X_3). Hasil analisis regresi disajikan pada tabel dibawah ini.

Tabel 5. Hasil Regresi Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	6.561	1.471		4.459	.000
	TOTX1	.055	.045	.109	1.226	.223
	TOTX2	.258	.062	.407	4.198	.000
	TOTX3	.080	.051	.155	1.572	.119

a. Dependent Variable: TOTY

Berdasarkan tabel 5 diatas, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

1. Nilai konstanta (α) memiliki nilai positif sebesar 6,561 menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independen dan variabel dependen. Hal ini menunjukkan apabila variabel *risk perception* (X_1), *social media influencer* (X_2), kemajuan teknologi (X_3) bernilai konstan, maka nilai keputusan investasi bernilai 6,561.
2. Nilai koefisien regresi variabel *risk perception* sebesar **0,055**, menunjukkan setiap kenaikan *risk perception* sebesar 1 satuan akan menaikkan keputusan investasi sebesar **0,055**.
3. Nilai koefisien regresi variabel *social media influencer* modal sebesar **0,258**, menunjukkan setiap kenaikan *social media influencer* sebesar 1 satuan akan menaikkan keputusan investasi sebesar **0,258**.
4. Nilai koefisien regresi variabel kemajuan teknologi modal sebesar **0,080**, menunjukkan setiap kenaikan teknologi modal sebesar 1 satuan akan menaikkan keputusan investasi sebesar **0,080**.

Uji t

Uji t dilakukan untuk melihat pengaruh variabel independen (*risk perception* (X_1), *social media influencer* (X_2), kemajuan teknologi (X_3)) berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen (keputusan investasi) yang terdapat dalam penelitian ini. Variabel independen dikatakan berpengaruh terhadap variabel dependen jika memiliki nilai sig. < 0,05. Berdasarkan tabel 5, diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Variabel *risk perception* memiliki nilai signifikansi (sig.) > 0,05 yaitu 0,223 sehingga dapat dikatakan bahwa *risk perception* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan investasi investor Kota Jayapura.
2. Variabel *social media influencer* memiliki nilai signifikansi (sig.) < 0,05 yaitu 0,000 sehingga dapat dikatakan bahwa *social media influencer* memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan investasi investor Kota Jayapura.
3. Variabel kemajuan teknologi memiliki nilai signifikansi (sig.) > 0,05 yaitu 0,119 sehingga dapat dikatakan bahwa kemajuan teknologi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan investasi investor Kota Jayapura.

Uji F

Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh variabel independen (*risk perception* (X_1), *social media influencer* (X_2), kemajuan teknologi (X_3)) berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen (minat investasi) yang ada dalam penelitian ini. Variabel independen dikatakan berpengaruh terhadap variabel dependen jika memiliki nilai sig. < 0,05.

Berdasarkan hasil pada tabel 6 diketahui bahwa nilai signifikansi 0,000 < dari 0,05 yang artinya bahwa secara simultan variabel *risk perception* (X_1), *social media influencer* (X_2), kemajuan teknologi (X_3) berpengaruh terhadap keputusan investasi investor di Kota Jayapura.

Berikut hasil uji F yang disajikan pada tabel 6.

Tabel 6. Uji F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	54.258	3	18.086	12.104	.000 ^b
	Residual	143.452	96	1.494		
	Total	197.710	99			

a. Dependent Variable: TOTY

b. Predictors: (Constant), TOTX3, TOTX1, TOTX2

Sumber: data diolah, 2024

Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar variabel independen memengaruhi variabel dependen dalam suatu penelitian. Pada analisis regresi berganda koefisien determinasi dapat dilihat dari nilai *Adjusted R Square* dimana jika nilai tersebut mendekati 1 maka semakin kuat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut hasil dari uji koefisien determinasi.

Tabel 7. Koefisien Determinasi

Model	Model Summary			
	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.524 ^a	.274	.252	1.222

a. Predictors: (Constant), TOTX3, TOTX1, TOTX2

Sumber: data diolah, 2024

Berdasarkan tabel 7 menunjukkan besarnya determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0,252 yang berarti model regresi penelitian keputusan investasi dapat dijelaskan dengan variabel *risk perception* (X_1), *social media influencer* (X_2), kemajuan teknologi (X_3) sebesar 25,2% dan sisanya sebesar 25,2% dipengaruhi oleh variabel lain.

Pembahasan

Hasil uji t *risk perception* membuktikan bahwa *risk perception* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi investor di Kota Jayapura. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tandio, Budiarta, & Suardikha (2014), Khairunizam & Isbanah (2019), dan Afrida & Sari (2022) yang menemukan *risk perception* tidak berpengaruh terhadap keputusan investasi. Hal ini dapat mengindikasikan bahwa mayoritas investor di Kota Jayapura bukan seorang *risk taker* melainkan *risk averse* yang cenderung menghindari risiko yang tinggi. Sehingga, Investor perlu mempelajari dan menambah pengetahuan mengenai berbagai analisis investasi yang dapat dipergunakan di pasar modal untuk melakukan pengambilan keputusan investasi. Keraguan dalam pengambilan keputusan investasi tentu akan berdampak pada *return* yang akan diperoleh oleh investor sehingga perlu untuk melakukan pengendalian risiko.

Hasil uji t *social media influencer* membuktikan bahwa *social media influencer* berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi investor di Kota Jayapura. Bahwa semakin tinggi *social media influencer* maka semakin tinggi keputusan berinvestasi di pasar modal. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Firdhausa & Apriani (2021) dan Fauzianti & Retnosari (2022). Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa mayoritas investor mengikuti *influencer* saham untuk memperoleh banyak *insight* dari pengalaman-pengalaman *influencer*. Mayoritas investor mendengar pengalaman-pengalaman bertransaksi dipasar modal melalui *influencer* dikarenakan interaksi yang dibangun oleh *influencer* dengan investor terjadi lebih sering melalui media sosial masing-masing, investor cenderung mempertimbangan pemikiran-pemikiran dan pengalaman-pengalaman yang di sampaikan oleh *influencer* saham yang mereka ikuti dan menjadikan hal tersebut sebagai pertimbangan dalam pengambilan keputusan investasi.

Hasil uji t kemajuan teknologi membuktikan bahwa kemajuan teknologi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi investor di Kota Jayapura. Mayoritas investor menggunakan teknologi untuk menganalisis pasar saham dan menentukan strategi dengan mempertimbangkan risiko-risiko yang akan dihadapi. Dan mayoritas investor lebih menyukai menggunakan 1 atau 2 alat analisis yang menurut mereka dapat membantu dalam pengambilan keputusan investasi. Investor berkeinginan untuk menguasai dengan baik teknologi yang mereka gunakan terlebih dahulu sebelum mempelajari teknologi baru lainnya.

Hasil uji F membuktikan bahwa dengan adanya kombinasi antara *risk perception*, *social media influencer* dan kemajuan teknologi dapat membantu investor dalam pengambilan keputusan investasi. Investor yang mengikuti *influencer* saham dan mempelajari penggunaan teknologi di bidang saham di indikasikan telah memiliki berbagai *insight* dalam bidang saham sehingga dapat memiliki persepsi mengenai risiko investasi yang lebih baik.

Kesimpulan

Ketika investor memiliki *risk perception* yang baik, informasi yang berguna dan penguasaan teknologi yang baik maka pengambilan keputusan investasi dapat dilakukan dengan meminimalisir kerugian yang akan di hadapi oleh investor. Risk perception dibutuhkan untuk dapat mengendalikan pemikiran-pemikiran negatif yang akan memengaruhi bagaimana investor melakukan keputusan investasi. Social media influencer mampu memberikan masukan-masukan berdasarkan pengalaman yang mereka peroleh dan dari masukan tersebut investor belajar bagaimana menyusun strategi investasi kedepan dan dengan penguasaan teknologi yang baik akan membantu investor untuk menyusun strategi investasi dengan lebih terarah.

Daftar Pustaka

- Afrida, N. P., & Sari, D. A. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Investasi Mahasiswa STIE YPPI Rembang. *Seminar Nasional HUBUSINTEK-Membangun Transformasi Bisnis dan Adaptasi Teknologi Pasca Pandemi* (pp. 977-987). HUBUSINTEK.
- Arianti, G. A., & Devi, S. (2023). Pengaruh Social Media Influencer, Lingkungan Keluarga, Efikasi Diri, dan Informasi Produk Terhadap Minat Investasi di Pasar Modal pada Mahasiswa S1 Akuntansi Angkatan 2019. *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi)*, 631–641.
- Christanti, N., & Mahastanti, L. A. (2011). Faktor-Faktor yang Dipertimbangkan Investor dalam Melakukan Investasi. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan*, 37–51.
- Fauzianti, A., & Retnosari. (2022). Pengaruh Modal Awal Investasi, Pengetahuan Investasi, Sosial Media Influencer Terhadap Minat Investasi Mahasiswa Akuntansi Universitas Tidar. *Jurnal Sinar Manajemen*, 26-35.
- Firdhousa, F., & Apriani, R. (2021). Pengaruh Platform Media Sosial Terhadap Minat Generasi Milenial Dalam Berinvestasi Di Pasar Modal. *SUPREMASI HUKUM*, 96–103.
- Khairunizam, & Isbanah, Y. (2019). Pengaruh Financial Literacy Dan Behavioral Finance Factors Terhadap Keputusan Investasi (Studi Terhadap Investor Saham Syariah Pada Galeri Investasi Syariah Uin Sunan Ampel Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 516-528.
- LaMorte, W. W. (2022). *The Theory of Planned Behavior*. Boston University School of Public Health.
- Suhir, M., Suyadi, I., & Riyadi. (2014). Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan Dan Manfaat Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Survei terhadap Pengguna Situs Website www.Kaskus.co.id). *JAB: Jurnal Administrasi Bisnis*, 1-10.
- Tandelilin, E. (2017). *Pasar Modal: Manajemen Portfolio & Investasi*. PT. Kanisius.
- Tandio, D. R., Budiarta, I. K., & Suardikha, I. M. (2014). Pengaruh Modal Investasi Minimum di BNI Sekuritas, Return, dan Persepsi Terhadap Risiko Pada Minat Investasi Mahasiswa dengan Penghasilan Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus pada Mahasiswa Magister Di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana). *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 377-390.
- PermenNo 107 Tentang Penerimaan, Pengelolaan, Pengawasan & RIPP Dalam Rangka Pelaksanaan Otsus Papua
- Permendikbud RI NoTh 2012 Tentang LAM PT.
- UU Republik Indonesia No 20 Th 2003 Tentang Sisdiknas